

TREBALL FINAL DE MÀSTER



Títol: La reformulació dels punts d'informació juvenil en la societat de la informació. El cas del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso-Sant Andreu, a Barcelona.

Autor: Diana Perea Martínez

Tutor: Joaquim Casal i Bataller

Data presentació: 17/09/2015

Universitats organitzadores:



En conveni amb:



LA REFORMULACIÓ DELS PUNTS D'INFORMACIÓ JUVENIL EN LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ

El cas del Punt d'Informació Juvenil
Garcilaso – Sant Andreu a Barcelona

RESUM:

La funció dels punts d'informació juvenil ha estat facilitar a les persones joves l'accés a la informació. En l'actual societat de la informació, el problema ja no és l'accés sinó l'excés d'informació, que dificulta la seva comprensió. Aquest treball pretén copsar els principals coneixements teòrics sobre com són els joves de la societat de la informació; a partir d'un cas concret, fer un repàs a l'estat de la qüestió dels punts d'informació juvenil; per acabar proposant un projecte d'adequació dels punts d'informació juvenil a les necessitats i característiques del jovent de la societat de la informació, fonamentat en la pedagogia informacional.

DESCRIPTORS:

informació juvenil, societat xarxa, infoxicació, pedagogia informacional, joventut

Màster Interuniversitari en Joventut i Societat – curs 2014/2015

Alumna: Diana Perea Martínez

Tutor: Joaquim Casal i Bataller

Data de presentació: 17/09/2015

SUMARI

INTRODUCCIÓ	4
-------------------	---

PRIMERA PART: LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ I ELS JOVES

1. LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ	6
1.1. L'era de la informació.....	6
1.2. Els (eco)sistemes d'informació.....	10
1.2.1. Infoxicació, curació de continguts i pedagogia informacional.....	16
1.3. Els efectes socials de l'era de la informació	19
2. ELS JOVES ¹ A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ.....	22
2.1. Les TIC ² i els joves a Catalunya	22
2.2. Efectes de les tecnologies de la informació i comunicació en els adolescents i joves	27

SEGONA PART: ELS PUNTS DE INFORMACIÓ JUVENIL A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ; EL CAS DEL PUNT D'INFORMACIÓ JUVENIL GARCILASO

3. ELS PUNTS D'INFORMACIÓ JUVENIL A CATALUNYA	33
3.1 Implementació i evolució en les estructures polítiques locals i supralocals.....	37
3.2. Possibles xocs entre els plantejaments inicials i la societat de la informació.....	41
4. ESTUDI DE CAS: EL PUNT D'INFORMACIÓ JUVENIL GARCILASO	44
5. REFORMULACIÓ DELS PUNTS D'INFORMACIÓ JUVENIL	51
5.1. Projecte d'un PIJ ³ reformulat.	58
BIBLIOGRAFIA	66

Annex 1: Proposta de distribució horària del Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu.....	71
--	----

¹ Per facilitar la lectura, al llarg de tot el text utilitzaré els termes “els joves”, “els informadors”, “els assessors” per referir-me indistintament a homes i dones.

² D'ara en endavant utilitzaré les sigles “TIC” per designar el terme “Tecnologies d'Informació i Comunicació”

³ D'ara en endavant utilitzaré les sigles “PIJ” per designar el terme “Punt d'Informació Juvenil”

INTRODUCCIÓ

La joventut és un moment de construcció del propi projecte de vida; un moment d'oportunitats i de presa de decisions. Un dels objectius principals de tota política de joventut, és impulsar tots aquells projectes i programes orientats a millorar la qualitat de vida dels i les joves, posant al seu abast totes les eines necessàries perquè puguin desenvolupar el seu projecte de vida des de la igualtat d'oportunitats, la llibertat d'expressió i de decisió, i l'autonomia plena. Per tant, un dels primers àmbits d'intervenció que es desenvolupa avui en dia en qualsevol política de joventut és la informació juvenil.

De fet, els serveis d'informació juvenil van ser un dels primers elements de les polítiques de joventut que van sorgir després de la transició cap a la democràcia. En aquell moment la tasca principal dels serveis d'informació era la recerca i tractament de la informació per posar-ho a l'abast de la gent jove. La realitat quotidiana actual ens situa en la "era de la informació" amb l'entrada massiva de continguts per diferents canals.

"No necessitem (...) transmetre la informació, perquè la informació està tota a Internet (...) el que necessitem són criteris per buscar-la i per combinar-la en els projectes intel·lectuals, professionals o personals que cadascun té". "Tots tenim accés a la mateixa informació i el produir coneixement a partir de la informació ve de la interacció" (Manuel Castells, 2014)

Amb internet, els joves tenen fàcil accés a gran quantitat d'informació, però ¿tenir molta informació significa estar millor informats? Alfons Cornellà va encunyar el terme "infoxicació: intoxicació per excés d'informació". Els serveis d'informació juvenil s'enfronten al repte de seleccionar i sintetitzar la informació, transformar-la en coneixement i traduir-ho al llenguatge de les persones joves per facilitar-los la seva comprensió.

"Sovint els serveis d'informació juvenil han de creuar el llindar del què és merament expositiu (informacional) per entrar en un marc d'actuacions relacionades amb eleccions personals, per tant no hi ha prou només amb oferir informació sinó que a més, el jove requereix d'un assessorament." (Teodoro Andrés López, 2003)

Durant els darrers 7 anys he treballat com a informadora juvenil en diversos punts d'informació juvenil de la ciutat de Barcelona; primer al Centre d'Informació i Assessorament per a Joves, després al Punt d'Informació Juvenil de Sants-Montjuïc i per últim al Punt d'Informació Juvenil Garcilaso- Sant Andreu. Encara que cada punt d'informació té la seva idiosincràsia (personal diferent, responsables tècnics diferents, usuaris diferents, maneres de treballar i organitzar-se diferents...), tot persegueixen els mateixos objectius i s'enfronten pràcticament als mateixos reptes: poc marge d'actuació per flexibilitzar els serveis de l'administració pública i adaptar-los a les necessitats fluctuants d'aquesta societat líquida; pocs recursos humans i econòmics, que es tradueixen en manca de temps per gestionar la informació, per investigar les tecnologies de la informació i comunicació i, sobretot, manca de temps per formar-se en habilitats informacionals.

La hipòtesi en la qual es fonamenta aquest projecte és que l'excés d'informació disponible pot anar en detriment de la selecció i síntesi del contingut apropiat, dificultant-ne la comprensió de tal informació per part dels joves. El repte actual dels serveis d'informació juvenil és esdevenir gestors de contingut, i evolucionar cap a l'orientació juvenil (no només informació) com a principal línia de treball.

En concret els objectius que persegueix aquest projecte són: 1/Identificar quines són les dificultats que es troben els serveis d'informació juvenil en l'actual era de la informació per articular mecanismes de selecció informativa pertinent i eficaç per als continguts gestionats, i 2/Elaborar propostes de millora o adequació d'aquests serveis d'informació i orientació juvenil, a les necessitats informatives que tenen actualment els joves

Aquest treball està dividit principalment en dos blocs. En un primer bloc, més teòric, faig un recull dels principals plantejaments teòrics sobre la societat de la informació. En el segon bloc, utilitzo la meua experiència laboral, la recerca documental i les entrevistes a col·legues professionals (als quals agraeixo infinitament la seva col·laboració), per tractar més a fons sobre els punts d'informació juvenil.

Per facilitar la lectura d'aquest document, al final de cada capítol trobareu un requadre amb el resum dels conceptes més rellevants, relacionats amb el tema principal d'aquest treball. A l'apartat 4 he substituït aquest resum per l'anàlisi DAFO, i a l'apartat 5 he decidit prescindir d'aquest quadre-resum, ja que es tracta de la part conclusiva de tot aquest treball final de Màster.

Prenent com a referència les principals teories de Manuel Castells, en el primer apartat faig una síntesi dels aspectes que caracteritzen l'era de la informació i la societat xarxa. Després em baso en les explicacions d'Alfons Cornella sobre l'estructura dels sistemes o, més ben dit, els ecosistemes d'informació, per tractar el concepte d'infoxicació i plantejar dos possibles vies per pal·liar els efectes de la sobrecàrrega per excés d'informació. Per tancar aquest primer punt, subratllo els efectes socials que jo considero més rellevants produïts per l'era de la informació.

Al segon apartat, utilitzo les conclusions de l'Enquesta a la Joventut de Catalunya de 2012, juntament amb els resultats d'altres investigacions sobre la població jove, per parlar dels usos i efectes socials de les tecnologies de la informació i la comunicació sobre la població adolescent i jove.

Amb l'afany de posar en situació a tots aquells lectors que no estan familiaritzats amb els punts d'informació juvenil, al tercer apartat trobareu una explicació de com són els serveis d'informació juvenil (objectius, funcions, característiques), perquè són així (marc normatiu aplicable, quina ha estat la seva evolució històrica a Catalunya) i quins són els aspectes que caldria modificar per acabar d'ajustar-se a la societat de la informació.

He decidit utilitzar el cas d'un punt d'informació juvenil real i concret per poder veure com es relacionen la teoria i la pràctica. Al quart punt trobareu l'explicació detallada del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso – Sant Andreu, a Barcelona: com és, quins serveis ofereix, quines activitats realitza, com està gestionat, com ha anat evolucionant des de la seva obertura fins ara (1999-2015), i quina és la seva situació actual il·lustrada a partir d'una anàlisi DAFO "ad hoc".

El cinquè i últim apartat concentra la part conclusiva de tot aquest treball: un projecte de millora dels punts d'informació juvenil i adequació a la societat de la informació. La principal conclusió és que, des dels punts d'informació juvenil es pretén oferir informació i orientació, quan el que necessita el jove és aprendre a trobar per si mateix aquesta informació, és a dir, adquirir cultura informacional. De nou prenc l'exemple concret del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso per aterrar la proposta teòrica en quelcom tangible. Com veureu la proposta està feta a mida pel cas de la ciutat de Barcelona, però es tracta d'un projecte fàcilment exportable a qualsevol punt d'informació juvenil aplicant-ho a la realitat juvenil de cada cas.

M'agradaria animar a qualsevol lector interessat en el tema d'aquest treball, a enviar-me els seus comentaris i aportacions a diana.perea@gmail.com

Ens trobem a les xarxes!

1. LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ

D'informació sempre n'hi ha hagut, i la que es produïa quedava en mans d'uns pocs (la informació és poder), però en cap moment de la història s'havia produït tanta informació com ara, mai s'havia difós tan ràpid i entre tanta gent com ara.

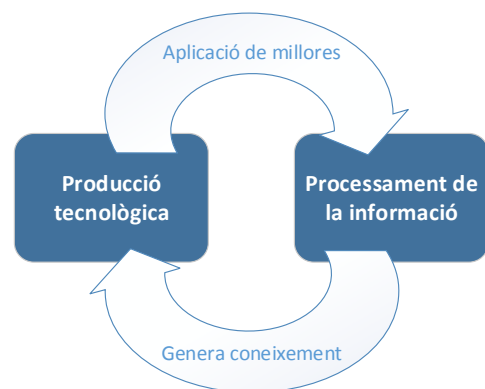
Aquest augment de la quantitat d'informació disponible és conseqüència dels canvis socials i tecnològics de la societat, alhora que la mateixa informació modifica els coneixements i els processos d'aprenentatge i relacions de la societat. A continuació intentaré desgranar el com i el perquè.

1.1. L'era de la informació

L'era de la informació és un període històric caracteritzat per una revolució tecnològica centrada a les tecnologies digitals d'informació i comunicació, concomitant, però no causant, amb l'emergència d'una estructura social en xarxa, en tots els àmbits de l'activitat humana, i amb la interdependència global d'aquesta activitat. És un procés de transformació multidimensional que és alhora incloent i excloent en funció dels valors i interessos dominants en cada procés, a cada país i en cada organització social. Com tot procés de transformació històrica, l'era de la informació no determina un curs únic de la història humana. Les seves conseqüències, les seves característiques depenen del poder dels qui es beneficien en cadascuna de les múltiples opcions que es presenten a la voluntat humana. (Castells, La era de la informació: vol.1 La sociedad Red, 2005)

Fins a finals de s. XX l'economia s'havia basat en el sistema productiu industrial. A partir dels '80 la informació es converteix en la matèria prima. La font de productivitat estriba en el perfeccionament de la tecnologia de processament de la informació, iniciant-se així un cercle virtuós.

Aquesta etapa caracteritzada per la seva dependència (que no determinació) del paradigma tecnològic constituït per les tecnologies digitals d'informació i comunicació, és denominada "l'era de la informació" (Castells, La era de la informació: vol.1 La sociedad Red, 2005)



La transició de l'era industrial a l'era de la informació no ha estat idèntica en tots els contextos socials, polítics i geogràfics; encara que sí es poden identificar uns trets comuns:

- **La revolució a les tecnologies d'informació i comunicació**

El desenvolupament tecnològic no és quelcom nou; és un procés social iniciat per la Revolució Industrial. "El realment nou de les noves tecnologies no són els productes resultants sinó que permeten ser emprades per corregir formes, normes o models alternatius en els processos

productius, d'organització del treball, de prestació de serveis i, en conseqüència, d'estructuració social general" (Aguadero, 2000)

Malgrat que solem utilitzar el terme "noves tecnologies" per referir-nos principalment a la informàtica, aquestes també engloben altres tecnologies: làser, robòtica, microelectrònica, telecomunicacions, enginyeria genètica, biotecnologia, etc. Però el que marca la veritable revolució és el desenvolupament de les tecnologies de la informació i comunicació (d'ara endavant TIC). En concret, el punt d'inflexió es dona amb l'aparició d'Internet. "Internet és alhora l'instrument clau i el símbol d'aquest nou sistema tecnològic" (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007) "Internet és una creació cultural que permet la creació d'una nova economia i el desenvolupament de la innovació i la productivitat econòmica." (Castells, Sesión 1: Cultura y Sociedad del Conocimiento: Presente y perspectivas de futuro., 2002)

Un dels efectes més significatius del cercle virtuós que comentàvem abans, és l'increment en la rapidesa de difusió de les telecomunicacions. Castells (2005) ho il·lustra amb un exemple: als Estats Units, la ràdio va necessitar 30 anys per arribar a 60 milions de persones, la televisió 15 anys, i Internet tan sols 3 anys després del desenvolupament de la "world wide web". La tecnologia mòbil, és ara com ara la tecnologia de comunicació de més ràpida difusió de la història. Però segurament quedarà desbancada quan sorgeixi alguna altra tecnologia que integri i millori les anteriors.

Aquesta era de la informació es caracteritza pel sorgiment d'una nova estructura social associada amb l'aparició d'una nova manera de desenvolupament, l'informacionalisme, definit històricament per la reestructuració de la manera capitalista de producció. Diguem que l'informacionalisme altera, però no reemplaça, la manera dominant de producció. El nou paradigma tecnològic ha canviat l'abast i la dinàmica de l'economia industrial, creant una economia global i fomentant una nova ona de competència. "Les xarxes no només s'han creat per comunicar, sinó també per guanyar posició" (Mulgan 1991, citat per Castells 2005). Les empreses, grups socials, projectes comunicatius i culturals que han sabut aprofitar les TIC per optimitzar la seva competència econòmica, eficiència organitzativa i innovació cultural han desplaçat als preexistents (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007). En l'altra cara de la moneda, determinats sectors de l'economia s'han vist afectats per la destrucció d'ocupació. Davant la perspectiva d'un futur sense treball, Castells (2005) ja apuntava abans de l'inici de la crisi econòmica de 2008, que les societats hauran d'escollir entre la desocupació massiva i el treball temporal, o bé una redefinició del treball i l'ocupació, obrint el camí per a una reestructuració total de l'organització social i els valors culturals.

- ***El model d'organització en xarxa com a forma predominant de l'activitat humana en tots els àmbits***

Les persones adapten la tecnologia a les seves necessitats, fins i tot alterant el propòsit pel qual van ser creades; per tant "no és la tecnologia la que determina la societat sinó la societat la que modela la tecnologia". (Castells 2005 cita a Fischer 1994, Williams 2003 y Seely Brown y Duguid 2001)

Una xarxa no és més que un conjunt de nodes interconnectats. (Castells, La era de la información: vol.1 La sociedad Red, 2005) La societat xarxa només ha pogut desenvolupar-se a partir del sistema de les Tecnologies d'Informació i comunicació de base microelectrònica i comunicació digitalitzada. No és la tecnologia la que ha determinat el naixement i

desenvolupament d'aquesta forma de societat, però sense aquestes tecnologies no hagués pogut constituir-se la societat xarxa. De la mateixa manera que no va ser l'electricitat la que va originar la societat industrial, encara que sense l'electricitat i el motor elèctric tampoc hi hagués hagut societat industrial tal com l'hem conegut. (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007)

La primera fase de formació de la societat xarxa, basada en la plataforma de les TIC, va afectar essencialment a l'economia, a l'empresa, al territori, al món de la comunicació i a les esferes del poder. Curiosament en aquesta primera fase de formació de xarxes instrumentals, Internet va estar poblat fonamentalment per científics, universitaris i contracultures virtuals. Però quan la societat xarxa es va manifestar en tota la seva importància i milions de persones van entendre que vivien en un món de xarxes, a partir de la dècada dels noranta, llavors la gent es va apropiat d'Internet per construir les seves pròpies xarxes, a partir de les seves pròpies vides i projectes. I d'aquí sorgeix una nova fase de transició cap a la societat xarxa, una estructura social feta de xarxes de poder, riquesa, gestió i comunicació. Però també una societat xarxa que va sent creada, dia a dia, des d'a baix, per les persones que, individual o col·lectivament, s'han apropiat del poder comunicador d'Internet i la comunicació mòbil per generar noves formes de vida, sociabilitat i organització política. (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007)

- ***El paper decisiu de la generació de coneixement i el processament de la informació com a fonts de poder, riquesa i significació cultural***

Disposar d'accés a la informació i capacitat per emmagatzemar-la i fer-la circular no és suficient perquè aquesta informació reverteixi en una millora substancial de la societat. Les dades per si sols no tenen cap efecte, és la capacitat cognitiva dels humans la que els permet entendre, manipular i utilitzar la informació per aplicar-la en alguna cosa útil; és a dir, les persones utilitzen la informació per generar coneixement. Per això, alguns autors utilitzen el terme "societat del coneixement" referint-se a l'apropiació crítica i selectiva de la informació protagonitzada per ciutadans que saben què volen i com aprofitar la informació, i per tant saben de què poden i han de prescindir (Burch, 2005)

Des de temps immemorials, tenir la informació justa al moment oportú ha suposat 'poder'. El coneixement tàcit (saber fer) o explícit (saber-ho comunicar) (Cornella, Infonomia!com, 2002) aporta a les persones i organitzacions un valor afegit o avantatge competitiu que, explotada de manera intel·ligent, pot comportar l'adquisició de riquesa o status de poder. Tan important pot arribar a ser aquest capital intel·lectual, que fins i tot en un futur a curt termini la remuneració dels treballadors es podria basar sobretot en la consecució d'objectius i el coneixement que pugui aportar el treballador, sent molt menor la proporció de sou base. (Cornella, Los problemas que afrontará la siguiente generación, 2010)

"En la societat del coneixement, la riquesa està en les idees" (Cornella, Infonomia!com, 2002)

Avui dia no concebem un món sense tecnologies de la informació i comunicació. El context històric, social, polític i tecnològic d'aquesta "era de la informació" és el que dóna estructura i significació a la nostra manera d'entendre món. La societat del coneixement ja forma part dels nostres paràmetres culturals.

- **La interdependència global de les societats, en particular mitjançant la integració de xarxes globals de comunicació de les activitats estratègicament dominants en cada societat**

A aquest fenomen se li ha denominat “globalització”. La globalització no és una ideologia, encara que hagi estat utilitzat per la ideologia neoliberal com a argument per pretendre's com l'única racionalitat possible; sinó un procés objectiu d'estructuració de l'economia, les societats, institucions i cultures. La seva expressió més determinant, encara que no l'única, és la interdependència global dels mercats financers, permesa per les noves tecnologies d'informació i comunicació i afavorida per la desregulació i liberalització d'aquests mercats. (Castells, Globalización y antiglobalización, 2001)

Ciència i tecnologia estan globalitzades en xarxes de cooperació estructurades entorn dels principals centres de recerca universitaris i empresarials; com també està globalitzat el mercat de treballadors altament especialitzats. També es produeixen grans moviments migratoris que atreuen els treballadors no tan qualificats, a països on hi ha millor remuneració i condicions de treball. (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007) L'evolució en els mitjans de transport, alhora efecte i contribució a la globalització, ha reduït les distàncies les quals ara es mesuren en temps de desplaçament.

Les institucions polítiques i els estats nació també estan subjectes al procés de globalització, lligats a institucions supranacionals com a la Unió Europea o institucions de gestió com l'FMI en les quals es prenen decisions de forma conjunta.

Davant a la pèrdua de control social i polític sobre un sistema de decisió globalitzat, els ciutadans no se senten representats pels seus dirigents, desconfien dels polítics i se senten aliens a l'estat. Aquest clima de desafecció política, provoca que molts pobles s'esforcin per establir les seves identitats col·lectives. Els espais locals es construeixen com a resistència més que com a graó participatiu

Però fins i tot el moviment antiglobalització, centrat en protestes simbòliques que reflecteixen el fet que s'estan prenent decisions vitals per a tots en contextos i en reunions fora del control dels ciutadans, està globalitzat: comunicat i organitzat per Internet, i utilitzen els seus mateixos llits de comunicació amb la societat: els mitjans informatius, on una imatge val més que mil paraules. (Castells, Globalización y antiglobalización, 2001)

No tot el que ocorre a la xarxa és global. La societat xarxa és una forma social planetària però amb manifestacions específiques en cadascuna de les societats en les quals viu la gent a partir d'històries i cultures diverses (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transición a la sociedad red, 2007). Les grans corporacions produeixen materials adaptats a cada realitat local. Les tecnologies no solament multipliquen els espais globals sinó que també multipliquen els espais locals



- L'era de la informació és l'etapa històrica iniciada als '80, caracteritzada per la seva dependència (que no determinació) del paradigma tecnològic constituït per les tecnologies digitals d'informació i comunicació, en el que s'utilitza la informació com a matèria prima
- La transició a l'era de la informació es caracteritza per:
 - o La revolució a les TIC, que permeten ser emprades per corregir formes o models alternatius d'organització del treball, i d'estructuració social general.
 - o El model d'organització en xarxa com a forma predominant de l'activitat humana en tots els àmbits: la societat xarxa.
 - o El paper decisiu de la generació de coneixement i el processament de la informació com a fonts de poder, riquesa i significació cultural: la societat del coneixement.
 - o La interdependència global de les societats, en particular mitjançant la integració de xarxes globals de comunicació de les activitats estratègicament dominants en cada societat.

1.2. Els (eco)sistemes d'informació

La nostra fascinació per la progressió de la tecnologia no ha anat parella de l'augment de la qualitat de la nostra comprensió sobre com absorbim, usem, comuniquem i valorem la informació. En el dipol "sistemes d'informació" sabem més de "sistemes" que de "informació" (Cornella, Infonomia!com, 2002)

Generalment quan s'esmenten els sistemes d'informació se sol fer referència als ordinadors i les TIC. En aquest cas, Cornella se centra en els aspectes socials del sistema d'informació; i planteja la metàfora de el "ecosistema d'informació", fent èmfasi en la complexitat de l'entramat del sistema, en el qual tot està relacionat amb tot. En el sistema hi ha diversitat; les diferents espècies de l'ecosistema co-evolucionen, els aspectes socials i tècnics evolucionen de manera paral·lela..

Aquest ecosistema d'informació està compost per 4 elements principals, molt diferents i molt relacionats entre si: les persones, les màquines, els processos i els documents.

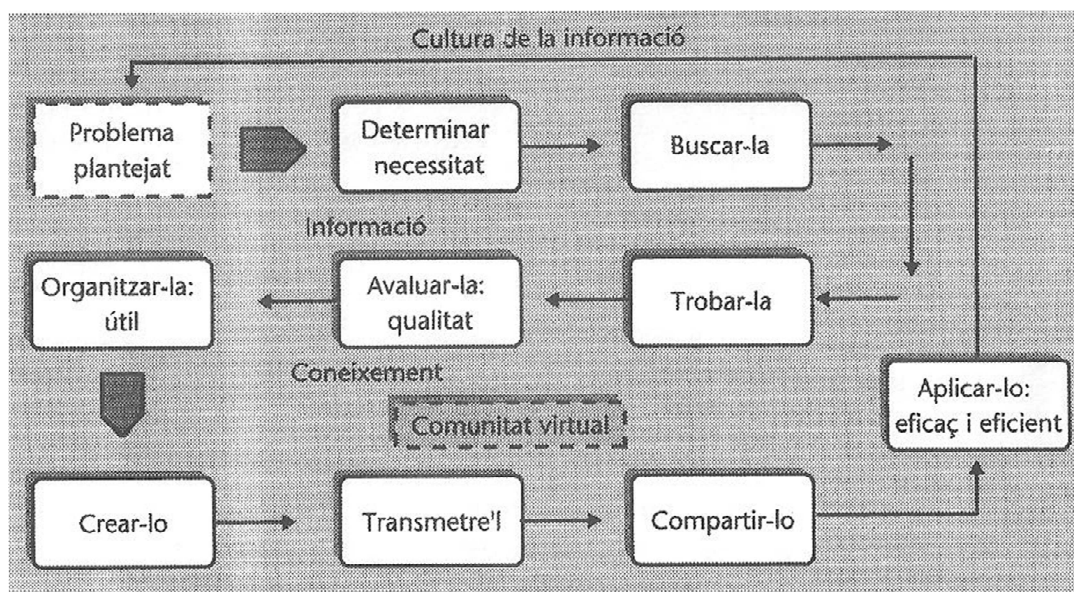
LES PERSONES

De la mateixa manera que en tot ecosistema hi ha espècies clau, en el sistema d'informació els humans són l'element dominant. Però, a quins humans ens estem referint? Als usuaris de la informació, als experts en informació, a la societat en general?

D'una banda Alfons Cornella (2003) recupera el concepte de Castells (1999) de “**societat informacional**” com una “forma específica d'organització social en la qual la generació, el procés i la transmissió d'informació, es converteixen en les principals fonts de productivitat i poder”. Al seu torn, citant els arguments de Moore (1997), demostra que a inicis del s. XXI s'estan establint les bases d'una societat informacional:

- Les organitzacions depenen cada vegada més de l'ús intel·ligent de la informació i les tecnologies de la informació per ser competitives
- Els ciutadans utilitzen les tecnologies de la informació en molts actes de la seva vida diària, i consumeixen així grans quantitats d'informació
- Està emergint un sector de la informació constituït per 3 grans segments: el de creació d'informació (generació de continguts, creació de propietat intel·lectual); el de distribució d'informació (centres d'accés, canals de distribució com els operadors de telecomunicacions); i finalment el de procés de la informació (indústria informàtica)

En una era intensiva en informació, saber gestionar-la serà crític. Els ciutadans han de desenvolupar o potenciar habilitats per al millor maneig de les tecnologies de la informació, per no quedar apartats del mercat laboral, així com capacitats d'anàlisi crítica per no ser manipulats informativament. Ser informacionalment culte/a influirà sobretot en les oportunitats laborals, no només en el sector de la informació sinó en qualsevol sector: a major cultura informacional menor risc d'atur. Cornella (2003) cita a Behrens (1994) per definir que “Cultura de la informació” són aquells coneixements i habilitats de les persones que els permeten un major rendiment de les TIC gràcies a l'explotació intel·ligent de la informació. No es tracta solament de conèixer fonts d'informació i saber-les utilitzar, sinó més aviat d'identificar quin és el problema a resoldre i quin és la informació que es necessita (és a dir, fer-se les preguntes correctes abans de buscar la resposta), navegar per fonts infinites d'informació, trobar la informació precisada, saber discriminar la qualitat i fiabilitat de la font, organitzar la informació perquè resulti útil, saber comunicar la informació als altres i finalment saber aplicar-la de manera eficient per resoldre el problema en qüestió.



1. Esquema que resumeix el que es considera una persona informacionalment culta. Font: (Tubella & Vilaseca, 2005)

Tornant a la metàfora de l'ecosistema informacional, podria entendre's que "l'espècie" clau per al desenvolupament d'aquest sistema són els professionals experts que gestionen aquesta informació (entre els quals incloc als informadors⁴ juvenils), els quals Cornella bateja com "infonomistes".

De fet, el món al qual ens adrecem és un en què tots serem gestors d'informació (la informació serà un component essencial de qualsevol treball, i hauréu d'aprendre a utilitzar-la de manera eficient), però es continuaran necessitant experts que es dediquin íntegrament a la gestió de la informació, que estiguin al dia dels nous avenços i que aportin a l'organització mètodes més eficaços d'extraure valor d'aquest recurs.

La formació inicial del "nou" professional de la informació pot ser molt variada. Hi ha enginyers, metges, advocats, periodistes, etc. Tots ells disposen de coneixements concrets en una disciplina, que complementen amb una formació suplementària en gestió de la informació.

LES MÀQUINES

Retornant a la metàfora de l'Ecosistema informacional, les màquines simbolitzen el "hardware" i el "software" utilitzat per processar la informació, és a dir, la infraestructura.

La **infraestructura**, segons Cornella (2002) és "l'ordre construït" sobre el qual es pot edificar la societat de la informació. Fa referència a una indústria potent en el sector de la informació, una xarxa amb suficient velocitat de descàrrega, de fàcil accés i barata, oberta a ciutadans i organitzacions

La incorporació de les TIC als processos productius i a la vida quotidiana en general, provoca un canvi en la manera de fer, encara que la veritable aportació de les tecnologies de la informació procedeix de la seva "capacitat augmentadora", és a dir, de les seves possibilitats per multiplicar les capacitats intel·lectuals dels humans. La mera inversió en tecnologies no assegura l'èxit; les TIC no té un valor intrínsec si no l'important és l'ús que se li dona a aquestes tecnologies.

La **infoestructura** (Cornella, Infonomia!com, 2002), en canvi, és tot allò que permet treure rendiment de la infraestructura. Estem parlant de:

- Un sistema educatiu que tingui per objectiu essencial ensenyar a aprendre, a desenvolupar habilitats informacionals que els permetin actualitzar els seus coneixements amb rapidesa
- Un sistema científic-tecnològic que aprofiti la capacitat creativa dels ciutadans i la transformi en nous productes i serveis competitius als mercats mundials
- Un sistema legal que pugui respondre als reptes que imposa la velocitat de desenvolupament de les tecnologies

⁴ D'ara en endavant, per facilitar la lectura, utilitzaré el terme "informador" per referir-me als professionals de la informació (juvenil) ja siguin homes o dones indistintament.

- Un entorn fiscal que faciliti el sorgiment i creixement del sector informació autòcton⁵.
- Una base de continguts que faci possible que les activitats de ciutadans i organitzacions en l'era de la informació siguin més fàcils, així com garantir que tota la informació generada per les administracions públiques és fàcilment localitzable.
- Una administració que sigui exemple de l'ús eficient i eficaç de les tecnologies de la informació

Un sistema d'informació ha de dissenyar-se centrant-se en les persones que ho van a utilitzar (les seves habilitats, capacitats, inquietuds, intel·ligències, problemes psicològics...) o en cas contrari acabarà resultant inútil a l'organització. Passar del disseny de sistemes d'informació des de la posició de mera planificació a la del diàleg permanent amb l'usuari, permetria respondre més ràpidament a les necessitats, encara que tal vegada amb menys precisió.

ELS PROCESSOS

Només pot parlar-se d'informació quan algú esdevé informat, de manera que hi ha hagut informació quan hi ha hagut comunicació. Per tant, la informació no és una cosa que pugui ser transferida, si no és un **procés** en el qual intervenen factors complexos, com per exemple: el prestigi de l'informador i la preparació de l'informant, la sintonia entre ells, etc.

Transferir informació (emetre informació, sense importar si aquesta és rebuda i compresa per algú) és fàcil, l'important és la transacció (que qui emet sintonitzi amb les necessitats de qui va rebre, perquè les expectatives es compleixin i el procés informatiu sigui eficient) (Cornella, Infonomia!com, 2002). Les TIC han revolucionat les nostres capacitats de transferència d'informació, però han fet poc per millorar la transacció d'informació perquè aquest segueix sent un procés bàsicament humà en el qual la cognició juga un paper fonamental. Per millorar els fluxos d'informació cal entendre millor els comportaments informacionals de les persones: els seus models mentals (com entenen, representen i modifiquen els conceptes, d'acord amb la seva identitat cultural, creences, prejudicis, etc.) i els seus processos cognitius (com aprenen, desaprenen...)

La informació es transmet millor si està formalitzada (està estructurada, és emmagatzemable), però la gent prefereix les formes informals de transmissió (que millor sistema d'informació que una conversa?) Cal buscar l'equilibri entre la codificació i la personalització de coneixements.

La producció d'informació tendeix a ser molt costosa mentre que la seva reproducció té uns costos menyspreables. A més, la informació és font de poder, per la qual cosa la transparència o compartició d'informació no apareixen de forma natural; per aconseguir-les, l'organització ha de dissenyar i aplicar una política sobre aquest tema.

ELS DOCUMENTS

En parlar de documents no ens referim únicament a arxius de text sinó a qualsevol tipus d'informació en si: en formats diversos (text, hipertext, àudio, imatges, vídeo, etc.); en suports físics o informàtics; a més d'altres informacions que circulen per l'organització de manera formal

⁵ Cornella (2002) parla dels "infoprenedors" (infopreneurs) referint-se a emprenedors del sector de la informació. Un exemple serien els creadors de Google, o els desenvolupadors d'APPs. Generalment, es tracta de gent jove, ja que la iniciativa empresarial està vinculada al ser jove.

i informal. L'evolució de les TIC provoca un increment exponencial de la informació en circulació que cada vegada anirà a més, amb el que cada vegada disposarem de menys temps per dedicar-li a cada “unitat d'informació”. Davant aquest volum exagerat es fa més evident que la informació que rebem no és de suficient qualitat.

Totes aquestes habilitats informacionals que comentàvem anteriorment, de professionals experts i usuaris de la informació són necessàries per contrarestar la “angoixa” de la **infoxicació**, terme creat per Alfons Cornella per designar la “**sobrecàrrega per excés d'informació**”. Algunes problemàtiques derivades de la infoxicació són:

- L'excés d'informació pot provocar dificultat al moment de prendre decisions i afectar la qualitat del treball realitzat.
- Dispersa la nostra atenció sobre el veritablement important de la nostra cerca.
- En aquesta sobreabundància informativa existeix molta informació irrellevant, confusa i imprecisa.
- La informació que rebem diàriament sobrepassa la nostra capacitat d'assimilació.
- Es genera la “síndrome de fatiga informativa”.
- Es produeix falta de memòria, concentració i ansietat.
- Paradoxalment, aquesta gran quantitat d'informació ens allunya de la reflexió, doncs no aconseguim a aprofundir i se'ns escapa.

Per poder filtrar tals quantitats d'informació es necessita que aquesta sigui comprensible, fàcil d'entendre. La solució demana augmentar la qualitat de la informació i “canviar la càrrega de la comprensió”, és a dir, que en lloc d'obligar al lector a interpretar la informació, s'ha d'exigir a l'emissor que es comuniqui de manera clara i comprensible. Aleshores, quins requisits ha de complir tota informació per reduir la sobrecàrrega informacional en l'usuari?:

- Rellevància: la informació ha de servir per donar resposta a un “problema” concret, per tant cal identificar quan, perquè i per a què es necessita una informació per després formular la demanda adequada que doni lloc a la informació que es necessita. El valor de la informació ho atorga exclusivament l'usuari.
- Organització de la informació: hi ha sistemes molt organitzats en els quals resulta difícil trobar la informació perquè no segueixen la lògica del que busca la informació, si no la lògica del que la classifica (per exemple, el *tesaurus de joventut*⁶). També cal esmentar que els usuaris no es comporten de la mateixa manera quan busquen informació (search), que quan la destrien (browse), o quan simplement naveguen (surf) ensopeguen amb ella encara que en aquell moment no l'estaven buscant (serendipia).
- Usabilitat: Un sistema d'informació ha de ser fàcil d'usar. Per a això ha de ser el més intuïtiu i adaptable possible, estar totalment orientat a l'usuari.
- Utilitat: La informació ha de ser fiable i actualitzada
- Visualització de la informació: evitar la sobrecàrrega d'informació. Les solucions impliquen personalitzar la informació (mostrar la quantitat i tema adequat per a cada usuari) i millora de la visualització (les imatges ajuden a la comprensió)
- Desinformació: Diferenciar clarament quan una informació és fiable i veraç, de quan és una opinió.

⁶ El *tesaurus de joventut* elaborat pel *INJUVE en 2007 pretenia ser una estructura jeràrquica d'organització de la informació, que havia de facilitar i homogeneïtzar la indexació de la informació juvenil. A la pràctica resultava tan complexa que tan sols s'ha arribat a usar en uns pocs centres d'informació i documentació juvenil en tot el territori Espanyol.

- Comprensió: ha de ser fàcil d'entendre per al receptor al com ens dirigim, però sense acostumar al receptor a no pensar en absolut, tampoc cal passar-se considerant-lo ximple.
- Disseny de la informació: ha d'haver-hi un equilibri entre estètica i densitat informativa. Perquè el missatge arribi és fonamental motivar (seduir) al receptor potencial a interessar-se per la informació.

En última instància qui ha de valorar la rellevància, focalització, precisió, exhaustivitat, fiabilitat, puntualitat, detall, format, comprensibilitat, etc. de la informació és el mateix usuari; així que tot sistema d'informació ha de dissenyar-se i adaptar-se constantment a les necessitats de l'usuari de la informació.

Chun-Wei Choo (2002) citat per Josep Cobarsi-Morales (2011) proposa una classificació segons els usos que els usuaris donen a la informació:

- Il·lustrativa: desenvolupar context o donar sentit a una situació
- Comprensió de problemes
- Instrumental: per saber què fer i com actuar en relació amb una qüestió
- Factual: per determinar els fets sobre un fenomen o esdeveniment, descriure la realitat
- Confirmativa: verificar un altre fragment d'informació
- Projectiva. Predir el que és probable que passi en el futur
- Motivadora: iniciar o mantenir la implicació d'alguna persona
- Personal: desenvolupar relacions i millorar la reputació o satisfacció personals.

Des de la perspectiva de l'organització, la informació pot usar-se per percebre i respondre a un entorn canviant, ampliar la base de coneixement i capacitat, així com desprendre's de falses creences o prendre decisions



- En una era intensiva en informació, ser informacionalment culte/a influeix en les oportunitats laborals, redueix el risc de ser manipulat informativament i contraresta la sobrecàrrega per excés d'informació.
- La funció de l'educador és vehicular l'alumne cap a la bona informació.
- Qui ha de valorar la rellevància, usabilitat, utilitat, focalització, precisió, exhaustivitat, fiabilitat, puntualitat, detall, format, comprensibilitat, etc., de la informació és el mateix usuari; així que tot sistema d'informació ha de dissenyar-se i adaptar-se constantment a les necessitats de les persones que ho han d'utilitzar o en cas contrari acabarà resultant inútil a l'organització
- La informació és un procés en el qual algú esdevé informat. Les TIC han millorat la capacitat de "transferència" d'informació però la "transacció" d'informació és un procés bàsicament humà en el qual els models mentals i els processos cognitius juguen un paper fonamental.

1.2.1. Infoxicació, curació de continguts i pedagogia informacional

Extreure informació d'Internet és com prendre un glop d'una boca d'incendis. (Mitchell Kapor)

CURACIÓ DE CONTINGUTS

Davant la problemàtica que comporta la massificació de continguts, han aparegut nous perfils professionals basats en el coneixement, com per exemple el curador de continguts. Un curador de continguts és algú que troba, agrupa, organitza i comparteix contínuament el millor contingut i més rellevant sobre un tema específic en línia (Bhargava, R. 2009, Citat per Guallar & Leiva-Aguilera, El content curator, 2013) La curació de continguts és una activitat organitzada, regular i contínua, no és quelcom espontani. Tampoc es basa en crear continguts sinó, en seleccionar-los de manera personalitzada, relacionar-los, dotar-los de sentit i vincular-los a recursos sobre temes específics, per després difondre'ls a una audiència determinada.

“L'activitat de la curació de continguts s'està duent a terme segurament de manera majoritària sota la denominació d'altres figures professionals, que exerceixen de curadors de continguts com a part del seu treball.” (Guallar, 2015)

Igual que els content managers, community managers, social media managers, o fins i tot periodistes, documentalistes, bibliotecaris i molts professors; els informadors juvenils no deixen de ser en certa manera curadors de continguts: seleccionen informació de temàtica juvenil i la personalitzen per difondre-la entre el públic jove.

Rohit Bhargava (citat per Cañellas, 2011) afirma que “l'anàlisi individual d'un algoritme ja no serà suficient per trobar allò que cerques”, sinó que el factor humà és clau per aquesta professió. Tot i que el curador de continguts (i, per extensió, l'informador juvenil) evidentment utilitza eines digitals per seleccionar i filtrar les fonts informatives, la personalització dels continguts transcendeix la mera automatització o agregació. Heus aquí la justificació per la qual aquests professionals de la informació són insubstituïbles per les TIC.

La gent no vol un bombardeig de continguts, en la curació de continguts la qualitat, el valor afegit, està molt per sobre de la quantitat. Javier Guallar i Javier Leiva, autors de diverses publicacions sobre la curació de continguts, proposen el mètode de les 4S (*search, select, sense making & share*) que consisteix en la recerca i selecció de continguts, i la caracterització i difusió dels mateixos. El professional que es dediqui a la curació de continguts ha de dominar diverses àrees relacionades amb la informació i els continguts:

- Gestió de la informació: habilitats de recerca, selecció i difusió de continguts; Coneixements de les tecnologies, tècniques, fonts d'informació i recursos relacionats
- Comunicació: coneixement de l'audiència i les tècniques de comunicació amb ella així com de redacció de continguts; amb les tecnologies, tècniques, i recursos associats
- Coneixement de la temàtica o àmbit específic en el qual o sobre el qual fa la “curació”
- Coneixements de mitjans socials: ha d'estar al dia dels avantatges, inconvenients i peculiaritats dels diferents productes i serveis que van sorgint dia a dia a Internet.

La persona que desenvolupi la tasca de curador de continguts ha d'identificar aquelles competències que necessita i formar-se en aquelles que no domini. Segurament el preferible és que el curador de continguts domini el tema d'especialització i sobre aquest apliqui les tècniques de curació de continguts (Guallar & Leiva, El content curator: guía básica para el nuevo profesional de internet, 2014) Seguint aquests consells, té lògica que un informador juvenil, que ja està especialitzat en temes d'informació i atenció a joves, es formi en aquelles habilitats més tècniques que poden reforçar el seu coneixement de curació de continguts.

PEDAGOGIA INFORMACIONAL

El significat de saber ha passat de poder recordar i repetir informació a poder trobar-la i utilitzar-la (Herbert Simon)

L'alfabetització tradicional entesa com a habilitats de lectoescriptura, ja no és suficient per desenvolupar-se amb èxit a la societat de la informació. Ara també es necessiten coneixements informàtics, idiomàtics i informacionals per no caure en l'analfabetisme funcional.

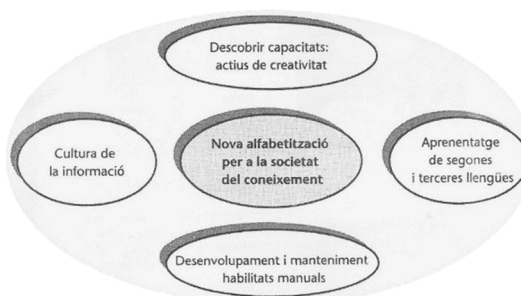
La provisionalitat del coneixement actual, igual que l'existència de perspectives enfrontades, demanden una nova perspectiva educativa que apunti a l'aprenentatge durant a tota la vida (lifelong learning), la qual cosa implica **ensenyar a aprendre** i sobretot utilitzar adequadament la informació en el procés d'ensenyament-aprenentatge. Es planteja un nou enfocament per comprendre la tasca educativa anomenat **pedagogia informacional**, davant el qual els docents i estudiants han d'assumir un nou rol de mediadors entre l'experiència humana i la informació existent, i sobretot adonar-se del fet que la informació ha de ser punt de partida i d'arribada en el procés d'ensenyament-aprenentatge (Picardo, 2002).

Rodríguez, et al. (2002) citen a Savater (1997) en destacar que l'objectiu de l'educació és ensenyar a l'alumne a canviar sense enfonsar-se, sense culpabilitzar-se i sense perdre capacitat per seguir inventant-se una bona vida. Area, Gros, i Marzal (2008) senyalen que l'objectiu de l'educació ha de ser ajudar als estudiants a desenvolupar els coneixements, habilitats i actituds i les estratègies d'aprenentatge requerides per formular preguntes significatives (inicials i secundàries) sobre un tema d'estudi, accedir a diverses fonts d'informació sobre aquest tema, comprendre el que aquestes els aporten i seleccionar les més adequades.

Des de la perspectiva de la pedagogia informacional, els veritables rendiments educatius per respondre a les exigències d'aprendre a aprendre de manera autònoma impliquen l'ús de la informació en totes les seves dimensions: accés, anàlisi, interpretació, avaluació, producció, comunicació, etc. (Picardo, 2002).

Altres autors com Tubella i Vilaseca (2005) o Alfons Cornella (2002), filen més prim i concreten els continguts que els alumnes necessitaran aprendre:

- Les bases de la cultura de la informació. Primer necessitaran aprendre a llegir la informació en diversos formats (alfabetitzacions múltiples: text, símbols, imatges, so, etc.). I segon, davant l'abundància d'informació, el recurs que escasseja



2. Eixos de la nova alfabetització necessària en la societat de la informació. Font: (Tubella & Vilaseca, 2005)

és el temps per processar-la, amb la qual cosa l'alumne necessitarà aprendre a gestionar el seu temps.

- També serà crític aprendre altres llengües, per poder buscar, entendre i comunicar qualsevol informació en aquest món globalitzat
- Habilitats manuals, per no perdre la capacitat per entendre el món real, físic al cap i a la fi
- Al seu torn, els alumnes necessitaran descobrir quina és la seva manera d'aprendre i quines són les seves capacitats creatives.

Tan o més important que els continguts és la metodologia d'aquest procés d'aprenentatge-ensenyament. La pedagogia informacional, per la seva pròpia conceptualització, està íntimament relacionada amb les tecnologies de la informació i les comunicacions. Les noves tecnologies, específicament els sistemes telemàtics, són mitjans interessants per introduir pedagogies alternatives i potenciar canvis en les estructures educatives. (Picardo, 2002) No es tracta de veure les TIC com a objecte d'estudi sinó com eina d'aprenentatge.

Picardo (2002) destaca la importància de quatre factors metodològics, associats entre si i interrelacionats dinàmicament: l'aprenentatge centrat en les xarxes d'estudiants, la informació com a font de l'aprenentatge, el coneixement com a punt d'arribada i punt de partida i les TIC com a mitjà o instrument articulador entre tot l'anterior.

Jares (2002) afirma que en el procés d'aprenentatge no es pot separar el vessant intel·lectual de la seva component afectiva i experiencial. Tots dos processos van units i són necessaris per interioritzar els valors d'una educació per a la pau i els drets humans. Per tant, els mètodes i activitats didàctiques han de buscar: l'autoafirmació i autoconcepte positiu, com a condició per apreciar i valorar als altres i com a recurs didàctic per afavorir l'aprenentatge; la confiança en un mateix i en els altres, que facilitarà la capacitat de compartir i la comunicació; el foment de la participació, el treball en equip i la cooperació, per reforçar el sentiment grupal i de comunitat, així com les conductes pro socials; els hàbits de reflexió que conduiran al foment pensament crític; el desenvolupament de la capacitat de presa de decisions i resolució de conflictes; el foment de l'aprenentatge indagador i/o per redescobriments; i el reforç de la capacitat d'anàlisi, síntesi i inductiva. Quant a les tècniques concretes, cal buscar mitjans que siguin coherents amb els objectius perseguits i revisar regularment les estratègies metodològiques i els procediments d'avaluació a més dels continguts.

Les escoles hauran de guiar als alumnes en aquest "autoaprenentatge", ser creatives atreure l'atenció dels alumnes, estímuls personalitzats que recolzin l'esforç. La funció de l'educador no és transferir informació sinó vehicular a l'alumne cap a la bona informació. (Cornella, Infonomia!com, 2002) Són els estudiants qui haurien de poder definir les condicions i finalitats del seu propi procés d'aprenentatge (Jares, 2002)

L'escola, entesa en el sentit més ampli del terme, juga un paper destacat en l'aprenentatge de les habilitats informacionals, en tant que element essencial de la infoestructura d'una societat. La teoria existent sobre pedagogia informacional s'ha elaborat pensant en institucions educatives, però l'aprenentatge ja no és una activitat confinada a les parets de l'aula, sinó que penetra totes les activitats socials (treball, lleure, llar, etc.). El paper de les escoles està canviant i les tecnologies poden contextualitzar l'aprenentatge convertint-ho en part de la vida quotidiana (Vivas, 2007).

Els punts d'informació juvenil també són part de la infoestructura de la nostra societat, no només per tractar-se de serveis de l'administració pública, sinó també per la seva funció educadora. Mentre que l'usuari defineix l'objectiu i condicions del seu aprenentatge (quina

informació que vol aconseguir i per què), l'informador juvenil en el seu rol d'educador-facilitador es converteix en intermediari de coneixements; tot i que encara li falta integrar de manera conscient l'enfocament de la pedagogia informacional al procés d'informació i orientació juvenil.



- Apareix el rol del professional expert que gestiona la informació. Entre els diversos perfils es troba el curador de continguts; qui s'encarrega de buscar continguts sobre un tema específic, seleccionar-los de manera personalitzada, relacionar-los, dotar-los de sentit i vincular-los a recursos, per després difondre'ls a una audiència determinada. Aquest professional ha de dominar habilitats relacionades amb la gestió de la informació, la comunicació, el coneixement del tema i els mitjans socials.
- Donada la provisionalitat del coneixement actual, fa falta una perspectiva educativa que apunti a l'aprenentatge durant tota la vida. L'enfocament de la pedagogia informacional consisteix a ensenyar a aprendre.
- Rol de l'educador → facilitador – mediador de coneixements.
- Rol de l'estudiant → protagonista del seu procés d'autoaprenentatge.
- Els alumnes necessitaran aprendre per la societat del coneixement: competències de gestió de la informació, llengües estrangeres, habilitats manuals, descobrir la quina és la seva manera d'aprendre i les seves capacitats creatives. Elements transversals: les TIC, la gestió de les emocions i el treball col·laboratiu

1.3. Els efectes socials de l'era de la informació

En l'era de la informació s'estan produint modificacions respecte èpoques anteriors, que afecten els individus i les organitzacions que conformen la nostra societat. En aquest capítol no podré abastar la totalitat dels efectes socials de l'era de la informació, i tampoc és pas la meua intenció. Tan sols pretenc subratllar aquells aspectes que considero més rellevants des del meu punt de vista.

Societat Xarxa i noves tecnologies són dos vessants de la mateixa forma social característica de la nostra època, l'era de la informació. (Castells, Tubella, Sancho, & Roca, La transició a la societat xarxa, 2007)

El **treball en xarxa** cada cop agafa més protagonisme en l'entorn empresarial i de l'administració pública. Això obliga als diferents departaments i organitzacions a estar en contacte permanent amb la resta i desenvolupar qualsevol tasca tenint en compte els altres.

En l'entorn personal, la xarxa de suport ja no es limita a la família i els amics; sinó que la facilitat que hi ha actualment per posar-se en contacte (físic o virtual) amb persones que tenen un interès comú propicia el sorgiment de **comunitats de suport** i aprenentatge, amb major o menor grau de formalitat (des d'associacions de diversa índole, a grups que sorgeixen espontàniament).

La finalitat d'aquestes comunitats és promoure l'intercanvi d'experiències, vivències, opinions i, en definitiva, de coneixements. Aquests entorns impulsen el creixement personal, i la solidaritat del grup.

Relacionat amb aquest darrer punt, les persones sabem més coses de les que se sabien en èpoques anteriors; no perquè cada persona tingui molts coneixements, sinó perquè l'accés permanent, deslocalitzat i ubic a la informació permet a cada individu beneficiar-se de la **intel·ligència col·lectiva**. No podem saber-ho tot, però com a mínim som més conscients que pot ser que algú sàpiga allò que necessitem.

Ahora, l'accés a la informació i la globalització han modificat la percepció del món, afegint-hi un alt grau de **complexitat**. Jo hi veig dues expressions d'aquesta "complexitat":

D'una banda, com a resposta a la globalització s'ha produït el que Ulrich Beck anomena "glocalització": **pensar globalment i actuar localment**. Hem esdevingut ciutadans/es d'una "aldea global" (Mc Luhan). Les persones que en són conscients, s'han adonat que tot el que fan deixa una empremta (mediambiental, social...) i han desenvolupat una **sensibilitat especial** envers la sostenibilitat, la solidaritat, la democràcia, etc. Aquests valors adquireixen especial rellevància en l'entorn local (p. ex. ecologisme, comerç just, comerç de proximitat, cooperativisme, moviments socials, etc.)

D'altra banda, s'ha estès la tendència de **reafirmació de la identitat local** i dels factors diferencials: allò que caracteritza un grup és allò que el diferencia amb la resta. Mirat pel costat positiu implica diversitat, heterogeneïtat, interculturalitat; pel costat negatiu implica separació, segregació, discriminació, exclusió.

Davant la disponibilitat d'accés a la informació en qualsevol moment i espai, les persones ens hem **autoconvençut que ho podem saber tot** simplement disposant d'accés a la informació; cosa que no és veritat. L'evolució de les tecnologies de la informació i comunicació han fet possible l'automatització de certes tasques rutinàries o de baixa importància. Ens hi hem acostumat fins a tal punt que s'ha generat certa dependència d'aquestes tecnologies (per demostrar-ho només cal que imaginem com seria un dia laborable qualsevol de la nostra vida sense telèfon mòbil o ordinador). Quan aquesta tecnologia falla, es fa evident **la inseguretat i la vulnerabilitat** de les persones, originada per aquesta **dependència tecnològica**.

El rellotge de l'evolució humana s'accelera. El temps sempre ens juga en contra i tenim massa informació per processar, massa coses a fer, massa element per descobrir. Això ens genera angonya i estrès. En contrast, per compensar les presses i tornar a trobar l'equilibri, sorgeixen els **moviments "slow"**. Aquest corrent cultural va començar amb el moviment *slow food*, i poc a poc s'ha anat estenent a altres àmbits (moda *slow*, turisme *slow*, treball *slow*, sexe *slow*, etc.)

Com deia Bauman, vivim en un món líquid, en què res no és segur al 100%. Les persones i organitzacions han d'aprendre a **gestionar la incertesa**; i, tot i que s'estan fent progressos, el conjunt de la societat encara no ho ha assolit. Aquelles persones i organitzacions que afronten els canvis amb flexibilitat i creativitat surten reforçades. Les que no, ho viuen amb angonya i se senten més vulnerables.

Un últim apunt és que a la societat del coneixement també ens interessa saber com aprenem, és a dir, com funcionen els processos cognitius. Així com fa unes dècades es donava molt pes a la capacitat d'enraonar, últimament cobra més importància la **intel·ligència emocional**. De fet, s'està demostrant científicament que davant de qualsevol estímul primer s'activen les neurones

del sistema límbic (la part emocional del cervell), i després el còrtex prefrontal (la part racional cervell). És a dir, que les persones “filtrem” la interacció amb el nostre entorn a través de les emocions, i sobre aquesta percepció apliquem el pensament conscient. Sabent això, s’ha despertat en les persones i organitzacions la curiositat, o la necessitat, de gestionar les emocions pròpies i alienes. D’aquí ve la “moda” de les formacions en “coaching”, PNL, lideratge...



- La societat de la informació i el coneixement ha desenvolupat una sensibilitat especial envers la solidaritat, el suport comunitari, les xarxes de col·laboració, el cooperativisme, els moviments socials, la democràcia, la diversitat, heterogeneïtat, interculturalitat, la reafirmació de la identitat, la sostenibilitat, l'ecologisme, els moviments *slow*, la creativitat, la flexibilitat, la intel·ligència emocional i la intel·ligència col·lectiva
- Com a aspectes negatius que més ens afecten, destaquen la dependència, vulnerabilitat, angoixa, estrès, la segregació i l'aïllament.

2. ELS JOVES A LA SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ

L'era de la informació té efectes, per descomptat, sobre totes les persones i organitzacions que formen part de la societat. En aquest apartat no pretenc fer una anàlisi exhaustiva de tots els efectes de l'era de la informació (ja n'hi ha altres autors, com Manuel Castells, que s'hi han dedicat) sinó que, donat el tema del present estudi, em centraré en els efectes més rellevants de la societat de la informació (especialment l'ús de les Tecnologies de la Informació i Comunicació) sobre les generacions d'adolescents i joves.

Primer parteixo de dades objectives extretes de l'Enquesta a la Joventut de Catalunya i altres estudis sobre l'ús de les TIC entre la població adolescent i jove. En el següent apartat abordo els efectes de l'ús de les TIC sobre els aprenentatges, les relacions i els comportaments de la gent jove.

2.1. Les TIC i els joves a Catalunya

En els últims anys la societat catalana s'ha vist immersa en diferents processos socials que tenen una influència elevada en les activitats que fan les persones joves (transformació tecnològica, crisi econòmica, procés sobiranista...).

Prenent com a punt de referència les Enquestes a la Joventut de Catalunya de 2007 i 2012 (López, Cebollada, & García, 2013) observem que la transformació tecnològica ha impactat en les activitats d'oci dels joves. A l'enquesta de 2012 es van incloure tota una bateria de preguntes en relació a l'ús de noves tecnologies (a partir d'ara TIC) que ens ajuden a veure com algunes activitats de lleure tradicionals estan sent substituïdes parcialment per les seves variants tecnològiques: veure la televisió o escoltar música per internet, llegir el diari on-line en comptes de comprar-lo en paper, descarregar pel·lícules d'internet i no anar tant al cinema, etc. Els efectes de la crisi econòmica global que va iniciar-se l'any 2008 també es deixen notar en la davallada de pràctiques d'oci i cultura en les quals influeix més la disponibilitat de renda (anar al cinema, o teatre, o de compres) i l'increment d'activitats que no tenen cap cost (quedar amb amics/gues al carrer, passejar, practicar esport, fer excursions, etc.). L'augment percentual de l'assistència a actes polítics pot estar relacionat amb el context de canvi polític (moviment 15M, procés sobiranista de Catalunya i altres moviments politicosocials)

Malgrat els canvis, no hem de perdre de vista que les activitats de lleure que destaquen com a majoritàries entre els i les joves catalans/es de 15 a 34 anys són quedar amb els amics (87, 2%) i passejar (76%). Altres estudis (Sánchez Burón, Rodríguez, & Fernández Martín, 2009) confirmen que tot i que la utilització de xarxes socials virtuals entre els adolescents està molt estesa, quan se'ls hi dona a escollir prefereixen realitzar altre tipus d'activitats com per exemple sortir amb els amics. Aquests resultats no són d'estranyar, ja que durant l'adolescència i la joventut el pes del grup d'amics té una importància cabdal en la construcció de les relacions socials i la pròpia identitat. El fet és que en cap cas és incompatible l'ús de les TIC amb altres formes de relació, si

no més aviat són complementàries: “la majoria utilitzen les xarxes socials (virtuals) per mantenir el contacte amb amics o persones que fa temps que no veuen” (Sánchez Burón, Rodríguez, & Fernández Martín, 2009).

TAULA 2.3. Activitats d'oci realitzades “molt” o “força” sovint. Joves de 15 a 34 anys nascuts a Catalunya o a la resta de l'Estat*. Catalunya, 2007 i 2012. Percentatge

Activitat	Any		Variació**
	2007	2012	
Quedar amb amics/amigues	79,5	87,2	9,7
Passejar	62,7	76,0	21,2
Utilitzar les xarxes socials	-	70,0	-
Llegir blogs o pàgines web	-	61,7	-
Estar amb amics/amigues al carrer o a la plaça	46,8	56,9	21,6
Veure la televisió	53,0	52,3	-1,3
Fer esport o exercici	46,1	57,3	24,3
Xatejar	-	56,4	-
Rebre o enviar correu electrònic	-	55,1	-
Anar de compres	48,3	44,3	-8,3
Descarregar música	-	45,5	-
Llegir llibres	46,3	44,3	-4,3
Estudiar	39,3	43,9	11,7
Llegir el diari on-line	-	42,0	-
Fer excursions	39,7	44,4	11,8
Sortir de nit	42,8	43,9	2,6
Escollar la ràdio o veure la TV per Internet	-	39,1	-
Llegir el diari en paper	58,5	37,4	-36,1
Descarregar pel·lícules d'Internet	-	31,5	-
Viajar fora de Catalunya amb amistats o la parella	38,0	31,3	-17,6
Anar al cinema	39,8	30,6	-23,1
Jugar amb videoconsol·les, jocs d'ordinador...	19,8	24,2	22,2
Anar a concerts de música moderna	-	23,9	-
Descarregar software	-	22,3	-
Anar a la discoteca	22,7	23,2	2,2
Jugar on-line	-	19,6	-
Anar a exposicions o museus	-	11,9	-
Anar al teatre	12,2	9,7	-20,5
Descarregar jocs	-	8,1	-
Assistir a actes religiosos	1,9	1,8	-5,3
Anar a espectacles de dansa, òpera o música clàssica	-	5,6	-
Assistir a actes polítics	2,2	3,0	36,4

* Per qüestions tècniques, la comparativa entre les dades de 2007 i 2012 només es pot fer entre la població nascuda a Catalunya o a la resta de l'Estat.

** Variació calculada amb el 2007 com a base 100.

3. Font: Enquesta a la joventut de Catalunya 2007 i 2012 (Direcció General de Joventut)

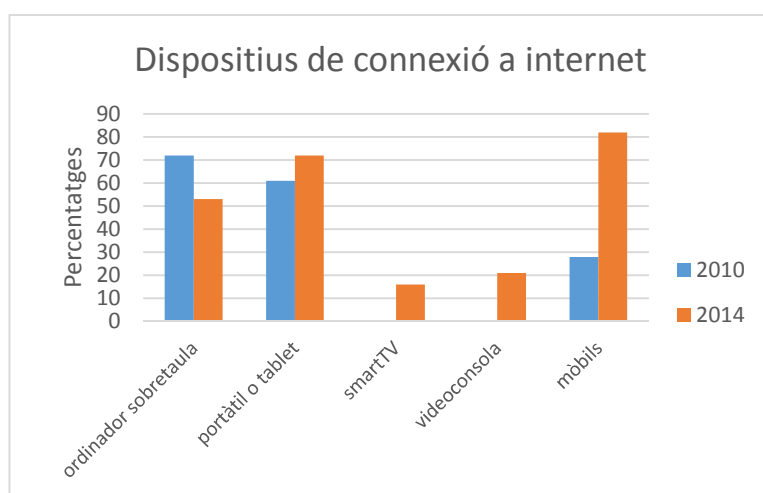
Internet i fibra òptica

El darrer quart de segle i molt especialment a partir del 2000 s'ha produït un gran desenvolupament de les tecnologies de la informació i comunicació: S'ha generalitzat l'ús d'Internet gràcies a les connexions de banda ampla i el desplegament de les xarxes de fibra òptica. De fet, segons el darrer informe del Baròmetre de la Comunicació (2014), actualment, l'audiència d'Internet ja supera la de televisió entre els joves de 14 a 34 anys (Fernández-Planells & Figueras-Maz, 2014).

Paral·lelament els telèfons mòbils evolucionen en “smartphones”, i sorgeixen les xarxes socials virtuals. “Mentre els adults busquen una utilitat en les TIC per a coses concretes (transaccions bancàries, compres, informació...) els joves s’acosten a les TIC de forma més global i la incorporen amb naturalitat a les seves vides” (Muñoz Miralles, et al., 2014).

Segons l’Eurostat, l’any 2014 el 73% de les llars espanyoles disposaven de connexió a Internet de banda ampla. Tanmateix la probabilitat de tenir ordinador augmenta a les llars on viuen joves, ja que aquests fan un ús més intensiu d’Internet que la resta de la població. Un parell d’estudis fets a centres d’educació secundària de Catalunya (Muñoz Miralles, et al., 2014) i Madrid (Sánchez Burón, Rodríguez, & Fernández Martín, 2009) corroboren que l’accés a les TIC entre els adolescents és homogeniament massiu: el 98% dels alumnes de secundària enquestats té ordinador a casa, generalment d’ús compartit, i el 90% disposa de mòbil.

Dispositius utilitzats per connectar-se



Els dispositius més utilitzats per connectar-se són els telèfons mòbils (82%) que han augmentat exponencialment arran de la popularització dels smartphones, seguits dels ordinadors portàtils o tablets (72%) dels quals també s’incrementa l’ús en detriment de l’ús dels ordinadors de sobretaula (53%). Altres formes de connectar-se a internet són l’ús de “Smart TV” (16%) i videoconsoles (21%)

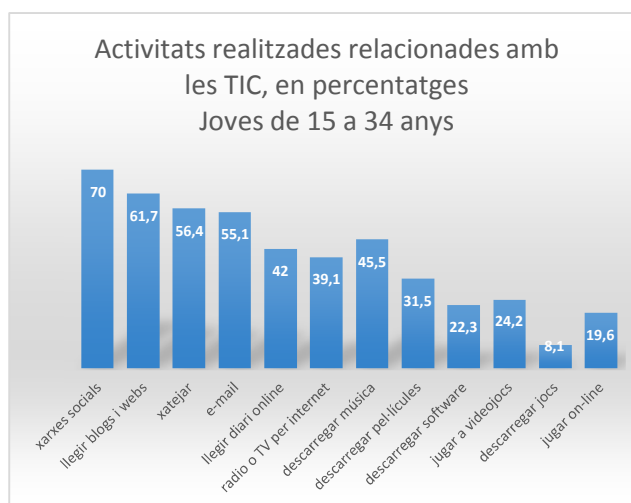
4. Gràfic d’elaboració pròpia a partir de dades d’Eurostat, “Households – devices to Access the Internet”

El 86% dels joves espanyols de 16 a 29 anys, es connecten diàriament i el 9% com a mínim un cop per setmana. Segons dades de 2013, es connecten des de casa 85%, des de l’escola 38%, des de la feina 20%, des d’internet cafès 10%, i altres espais 58% (biblioteca, botigues, punts wifi...)

Per què utilitzen les TIC?

Si ens preguntem amb quina finalitat utilitzen els joves les TIC obtenim dades estadístiques molt diferents en funció dels estudis consultats, ja que les mostres recollides són poc comparables (anys, edats, i contextos diferents). Utilitzaré l’Enquesta a la Joventut de Catalunya 2012 per tenir alguna referència estadística, però les tendències que s’observen són comunes a la resta d’estudis.

Descartant l'ús relacionat amb la feina o els estudis, el principal ús que els joves donen a les TIC



5. Gràfic d'elaboració pròpia a partir de dades de l'Enquesta a la Joventut de Catalunya 2012.

és comunicar-se amb els seus amics i coneguts: utilitzar les xarxes socials (70%), xatejar (56,4%), etc. Altres estudis posteriors (Eurostat, 2014) i (Muñoz Miralles, et al., 2014) ja parlen del 86% dels joves, confirmant la penetració de l'ús de xarxes socials, especialment entre els adolescents de 14 a 17 anys. De fet la mitjana d'edat d'iniciació a les xarxes socials se situa al voltant dels 12 anys, fins i tot abans de tenir l'edat legal per obrir-se un compte, però es tracta del moment en què la relació amb els iguals agafa especial importància (Fernández-Planells & Figueras-Maz, 2014),

Si ens focalitzem només en les xarxes socials, les funcions que més utilitzen els i les joves són pujar, compartir i comentar fotografies amb amics (més del 60%), seguides de l'enviament de missatges privats (més del 50%).

En els darrers anys s'ha incrementat l'ús del correu electrònic (55.1%). També s'utilitza bastant Internet per llegir blocs i pàgines web (61.7%), però desconexim de què tracten aquestes webs consultades, per tant no podem fer una anàlisi més profunda.

Seguit a més distància (inferior al 50%) les TIC són empleades per escoltar música i veure la TV per Internet, descarregar música, pel·lícules, jocs i software, així com jugar online i offline.

Una altra tendència amb la qual coincideixen totes les estadístiques consultades és que hi ha una clara diferència de gènere quant al propòsit pel qual s'utilitza la tecnologia. Les noies utilitzen molt més les xarxes socials, correu electrònic i xats, que no pas els nois; mentre la descàrrega de software, descàrrega de jocs, així com jugar a videojocs és una pràctica més freqüent entre els nois.

Les persones joves adultes amb progenitors amb estudis inferiors als obligatoris continuen exclosos del lleure lúdic digital, encara que els més joves del mateix grup social s'hi resisteixen. "Les diferències de comportament són menors entre els més joves, fet que suggereix que en la configuració dels hàbits de lleure dels i les joves de 15 a 19 anys pesa més l'edat que la posició social (el nivell educatiu) de la família tot i que les activitats de lleure dels joves es tornen tecnològiques a mesura que els estudis del pare o la mare s'incrementen" (López, Cebollada, & García, 2013) Així entre els adolescents s'incrementa l'ús de les xarxes socials, xats, descàrregues i jocs, que va descendant segons augmenta l'edat. En el cas invers, l'ús de les TIC per enviar correus electrònics, llegir webs, blocs, diaris o escoltar la radio i televisió per internet és més freqüent entre els joves de més edat. En relació als dispositius utilitzats, l'ús d'ordinadors entre els menors de 10 a 15 anys és pràcticament universal (al voltant del 95.6%), en canvi la disponibilitat de telèfon mòbil és del 32.5% als 10 anys i va incrementant amb l'edat, fins a arribar al 87.3% als 15 anys, accedint a ell i a la resta de TIC a edats cada cop més primerenques (Muñoz Miralles, et al., 2014).

El lloc de residència no sembla tenir influències sobre l'ús de les TIC. En canvi el lloc de naixement, en el cas de famílies d'origen estranger sembla estar relacionat amb una menor disponibilitat tecnològica. Per últim la situació acadèmica, laboral i econòmica dels joves emancipats també afecta sobre la definició de la classe social i sobre l'accés a tecnologies de la informació i comunicació.

Per poder interpretar les següents dades no hem d'oblidar que, en general, els adolescents consideren que les xarxes socials virtuals no influeixen o influeixen molt poc en les seves vides en àmbits com les relacions familiars, les amistats, el rendiment acadèmic o d'oci. Tanmateix, els alumnes de 1r i 2n d'ESO perceben una major influència de les TIC sobre les seves relacions d'amistat que no pas els alumnes del cicle superior, que pot ser degut al fet que aquests últims tenen més possibilitats de sortir amb els seus amics (Sánchez Burón, Rodríguez, & Fernández Martín, 2009)

La majoria dels joves (73%) saben mantenir la privacitat de les seves dades a Internet i ho fan. Les interaccions a través de la xarxa són amb gent coneguda, tan sols el 6.6% dels enquestats afirma haver quedat amb persones desconegudes, però d'aquests la majoria (87%) diu que l'experiència va ser positiva i que ho tornaria a repetir.

Els adolescents acostumen a compartir l'ordinador amb pares i germans (74%) encara que a mesura que augmenten el nivell educatiu més joves disposen d'un ordinador d'ús exclusiu per a ells/elles (Sánchez Burón, Rodríguez, & Fernández Martín, 2009). Que els pares comparteixin l'ordinador amb els seus fills i controlin l'ús que aquests en fan s'associa a millors resultats acadèmics, però el control parental disminueix amb l'edat, perdent-se l'oportunitat educativa que suposa el consell patern. Exceptuant les tasques escolars, la connexió a Internet entre setmana sol ser de menys d'una hora, augmentant considerablement durant el cap de setmana. La no utilització de l'ordinador o el nombre excessiu d'hores d'ús (més de 3 h diàries) es relaciona amb el baix rendiment escolar. Alhora, els alumnes amb més de 2 assignatures suspeses són també els que acostumen a tenir major nombre de contactes en les seves xarxes socials. Quan totes aquestes característiques conflueixen en la mateixa persona, podrien esdevenir alguns dels múltiples factors de risc de fracàs escolar; un dels principals problemes de les generacions actuals de joves espanyols. I si a més aquest/a jove percep que l'ús excessiu de les TIC està començant a afectar de manera negativa les seves relacions, podríem estar davant d'un cas de socioaddicció a les TIC.

Malgrat tot, "els possibles riscos de l'ús excessiu de les TIC (addicció, aïllament, pèrdua d'habilitats socials...) en els joves no ha d'ocultar els múltiples aspectes positius i el fet que han esdevingut un element de comunicació, relació, aprenentatge i oci, imprescindible en les seves vides". (Muñoz Miralles, et al., 2014)



- Les activitats de lleure que destaquen com a majoritàries entre els joves catalans són quedar amb els amics i passejar. Per tant, l'ús de les TIC és relatiu.
- L'audiència d'internet ja supera la de la televisió entre els joves de 14 a 34 anys
- Mentre els adults s'acosten a les TIC per coses concretes, els joves les incorporen amb naturalitat a les seves vides
- Els dispositius més utilitzats per connectar-se a internet són els telèfons mòbils, seguits dels ordinadors portàtils o Tablet PC

- El principal ús que els joves donen a les TIC és comunicar-se amb els seus amics i coneguts, especialment els adolescents. De fet, la mitjana d'edat d'iniciació a l'ús de xarxes socials digitals se situa al voltant dels 12 anys, moment en què la relació amb els iguals agafa especial importància.
- Les noies tendeixen a utilitzar més les TIC per connectar-se a xarxes socials i correu electrònic, i els nois per jugar a videojocs i descarregar software.
- La majoria de joves saben mantenir la privacitat de les seves dades a Internet i ho fan.

2.2. Efectes de les tecnologies de la informació i comunicació en els adolescents i joves

La màquina creada per l'home transforma a l'home, no només perquè li imposa el seu temps i el seu ritme de treball, sinó perquè, a poc a poc, va dibuixant l'horitzó de desenvolupament possible i per tant probable. (Díez Rodríguez, 2003)

Segons Manuel Castells (2005) la revolució tecnològica basada en la digitalització electrònica de la informació i comunicació i en l'enginyeria genètica ha influït en els processos socials, econòmics, culturals i polítics de l'última quart de s. XX donant lloc al que ell denomina “la societat xarxa”. Com tota revolució, l'aparició de les TIC no ha deixat indiferent a ningú, doncs s'han “colat” pràcticament en tots els àmbits de la nostra vida social i personal. Sembla com si les TIC s'hagin engegat, de la mà del procés de globalització, de forma quasi automàtica i sense que puguem fer gens per evitar-ho, interceptar-ho o redirigir-ho.

Si bé és cert que aquest procés de desenvolupament tecnològic no sembla que vagi a minvar, les TIC al cap i a la fi són eines, i per definició aquestes no són bones ni dolentes, tot depèn de l'ús que se'ls doni. Però tampoc pot dir-se que siguin neutres; “tota tecnologia és el resultat de relacions socials que produeixen eines, instruments, màquines, procediments, organització, finalitats i objectius” (Díez Rodríguez, 2003). En concret, les TIC s'han creat en un context històric, social i econòmic globalitzat seguint els patrons del capitalisme i la seva lògica de màxim benefici. De fet, trobem la base filosòfica de la qual es nodreix el desenvolupament de les TIC en el pensament utilitarista i racionalista de principis del s. XVIII que va asseure les bases de la modernitat, i amb això el desenvolupament dels mitjans de comunicació.

Una mirada a les rutines mediàtiques dels joves fa palesos alguns dels canvis que estem experimentant com a societat. El primer tret característic és la presència constant i ubiqua de les tecnologies de la informació i la comunicació (especialment d'Internet i de la televisió); el segon és el caire social i col·laboratiu dels consums comunicatius i, finalment, la preeminència dels dispositius mòbils. (Fernández-Planells & Figueras-Maz, 2014)

De tots els invents tecnològics que existeixen avui dia, les TIC que probablement han marcat la diferència més gran pel que fa a l'impacte social són Internet i els telèfons intel·ligents:

ORDINADOR + INTERNET

El llançament d'Internet al mercat, va despertar passions tant en sentit positiu com a negatiu. Katz i Arrissi (2005) amb el seu projecte "Sintopía" van analitzar les prediccions utòpiques i catastròfiques de defensors i detractors per intentar desmuntar-les, corroborar-les o com a mínim matisar-les. D'entrada Internet ni s'ha aconseguit la plena participació democràtica, ni una societat multi mediàtica igualitària, ni s'han eradicat de la humanitat l'assot de l'odi, prejudicis, venjança, pobresa ni malaltia. Però tampoc ha destruït les relacions socials, ni ha conduït a una onada de desesperació i solitud. Internet no és més (ni menys) que un lloc de reunió, un entorn social habitat per individus bastant socials. De fet, com conclouen Katz i Rice, pel que sí ha servit Internet és "per teixir un ric tapís d'amistat, informació personal, i comunitat entre persones (...) i ha permès a les persones i els petits grups trobar aficions comunes". És a dir, Internet facilita posar-se en contacte amb uns altres, i això resulta positiu tant per a les persones extravertides com per aquelles més introvertides o que sofreixen aïllament o depressió, atès que si no ens convenç el nou grup, resulta igual de fàcil abandonar la conversa. D'igual manera, el ciberespai es presenta com un entorn controlat on explorar i desenvolupar les dimensions del jo, que pot resultar d'especial interès pels i les adolescents, ja que és una etapa de cerca i definició de la identitat pròpia.

La Xarxa redefineix una nova forma de democràcia. Encara que internet en si mateixa no ha deslligat revolucions polítiques, ha servit per fomentar-les i recolzar-les, igual que al seu moment també va ocórrer amb el telèfon i el fax. Els esdeveniments socials relacionats amb la globalització han generat i fet ressorgir la reivindicació i la protesta social que han col·locat a Internet en el terreny de l'acció i no només de la parla (convocatòria, proposta d'accions, tal com va quedar palès en els moviments de protesta 15 M, primavera àrab, Umbrella Movement, etc.). Aquests espais estan doncs, sent resignificats per la pràctica social apuntant cap a la construcció

de formes més estables i menys difuses de participació social.

Una altra de les característiques d'Internet, és que funciona simultàniament com un mitjà d'edició i de comunicació. La digitalització de la informació facilita la seva manipulació i tractament. La informació és resignificada pel subjecte (Díez Rodríguez, 2003). A qualsevol moment, un receptor d'informació pot convertir-se en emissor, és a dir que qualsevol usuari pot convertir-se en "prosumidor" (productor i consumidor d'informació). Molts joves s'han convertit en autèntics prescriptors de temes concrets, des de la moda fins a l'activisme social a través de YouTube i dels videoblocs (Fernández-Planells &



6. Cicle d'ús d'Internet. Elaboració pròpia a partir de continguts extrets

Figueras-Maz, 2014). Els usuaris d'internet connecten amb uns altres a partir d'interessos compartits, converses filades, enllaços web associats, etc. contribuint d'aquesta manera a augmentar la importància de la informació compartida. Aquestes contribucions en "el núvol" formen una roda que es retroalimenta, la qual cosa Katz i Rice anomenen el "Cicle d'ús d'Internet":

En aquesta gran conversa en un entorn multimèdia no solament s'utilitza text, sinó que aquest es complementa o fins i tot substitueix per àudio i vídeo. "Aquestes formes més riques d'expressió no són tan fàcils de buscar, examinar i classificar com el text" (Katz & Rice, 2005) El problema amb el qual ens trobem és que, com detecta Luis Fernando Vílchez (Reig & Vílchez, 2013), als usuaris, en aquest cas concret als joves, els falta l'alfabetització de la imatge. Han d'aprendre a llegir imatges; estan saturats d'elles, però els falta capacitat o competència per llegir-les adequadament.

Un altre dels efectes de l'ús d'internet en les generacions més joves que estudia Betsy Sparrow (2011) citada per Dolors Reig (2013) és que oblidem les coses que sabem que podem trobar en Internet, el nostre cervell reorganitza la forma de recordar les coses de manera que recordem menys sobre la informació en si mateixa, memoritzant en el seu lloc on la podem localitzar. Es tracta d'alguna cosa que podem reinterpretar en positiu, com a canvi més que com a pèrdua: ja que la capacitat del nostre cervell és limitada, Internet es converteix en el nostre "disc dur extern". Això obligarà a canviar ensenyament i aprenentatge restant importància a la memorització i sumant-la a la creativitat, comprensió d'idees, pensament crític (Reig & Vílchez, 2013)

SMARTPHONES + XARXES SOCIALS

Des del punt de vista tecnològic l'aparició del Smartphone és la conseqüència lògica de l'evolució de les anteriors tecnologies (telèfon mòbil, internet, càmera de fotos i de vídeo...) que convergeixen i es fusionen en una sola. Des del punt de vista social suposa un veritable salt qualitatiu que indueix canvis substancials en la nostra experiència vital (Reig & Vílchez, 2013) L'Smartphone representa la imatge física de la transformació actual.

L'Smartphone ens ha posat internet 24 h en el palmell de la mà, literalment; per això els usuaris de Smartphone fan un ús molt més intensiu d'internet. Connectar-se a Internet diverses vegades al dia s'ha tornat un hàbit quotidià, especialment després del boom de les xarxes socials en els últims anys. La conjugació de xarxes socials i telèfon mòbil, potencia la penetració dels Smartphones entre els adolescents i joves. Els telèfons s'han convertit en el principal suport per seguir l'actualitat entre els joves de 18 a 24 anys per davant de l'ordinador. (Fernández-Planells & Figueras-Maz, 2014)

Resulta curiós com en un moment històric en el qual s'accentua com mai l'individualisme en general, i en particular lligat a l'èxit personal, ahora aquests individus necessiten la força de qualsevol tipus de grup per sentir-se segur. Això afecta totes les edats, però es fa especialment palesa entre els adolescents i els joves. (Reig & Vílchez, 2013)

Igual que va ocórrer amb Internet i amb qualsevol altra tecnologia, es reconeixen uns efectes positius i negatius relacionats amb el seu ús, o en aquest últim cas, amb el seu abús. Els efectes més perjudicials que es detecten especialment entre la gent jove que dedica excessiu temps a l'ús del Smartphone són:

- La dispersió, distracció o desconcentració. La capacitat de multitasca és un mite (Marr, 2015): no és cert que els denominats nadius digitals puguin concentrar-se en més d'una tasca alhora. El que solen fer és simultaniejar tasques quan ambdues requereixen baixes dosis d'atenció.
- La sobre estimulació pot acabar generant la pèrdua d'interès en altres coses, avorriment, superficialitat. I aquesta superficialitat pot arribar a derivar fins i tot en banalització de les relacions afectives.
- Dedicar excessiu temps i energia a l'ús de Smartphones i xarxes socials (encara que podria aplicar-se en el cas de qualsevol tecnologia) pot ser símptoma d'addicció. La permanent connexió, estar disponibles encara que sigui passivament, és el que els psicòlegs anomenen “por a perdre’s alguna cosa” (Fernández-Planells & Figueras-Maz, 2014) genera, com a mínim ansietat, com a màxim dependència, i probablement el desgast de relacions familiars.

Malgrat tots els inconvenients, un ús adequat de la tecnologia pot potenciar resultats molt positius:

- permet la comunicació instantània amb amics, família, treball. Segons Dolors Reig (2013) les xarxes “sociables” impulsen la sociabilitat d'aquells qui les utilitzen
- fomenta l'espontaneïtat, l'obertura al món, l'interès per descobrir
- facilita l'accés a qualsevol informació

EFFECTES A CURT TERMINI ENTRE LES GENERACIONS DE JOVES

És necessari analitzar com està influint la ubiqüitat de l'era 2.0 a l'educació i en els seus actors fonamentals: nens, joves, pares i professors, des dels diferents components de l'educació:

- *El desenvolupament cognitiu (seqüenciació, esquemes espaciotemporals, estructures cognitives...).*
- *La individualització (l'emocional-afectiu, la consistència ètica i moral...).*
- *La socialització (com a persona i com a ciutadà). (Reig & Vilchez, 2013)*

Efectes negatius a minimitzar

Com he comentat anteriorment les tecnologies en si mateixes no són negatives o positives, no obstant això hem vist que depenent de com s'utilitzin as TIC poden provocar certs efectes no desitjats en les persones joves. És d'especial importància que tots, adolescents, joves, adults prenguem consciència d'aquests efectes negatius, per així poder minimitzar-los.

La societat de la informació és també la societat de la sobreinformació. La sobreestimulació a la qual estem exposats i l'excés d'informació a l'abast del dit, pertorben la capacitat de concentració. Necessitarem aprendre processos d'anàlisis i de síntesis de la informació, per poder-la processar i transformar en coneixement.

L'exploració de múltiples facetes de la nostra identitat augmentada, ha d'anar acompanyada d'una bona gestió de la privadesa i la utilització de diversos llenguatges comunicatius en funció del context.

Per als adolescents i joves de l'era del rellotge digital, no existeix futur ni passat, tot és present. El temps és or, però no només el que dediquem als altres, sinó també el que ens dediquem a nosaltres mateixos. Solament ens deslliurarem de l'ansietat si ens permetem desconnectar del món virtual, per poder “reconnectar” amb el món analògic. Aprendre a prescindir de coses ens farà adonar que som capaços de prioritzar.

L'educació emocional servirà per enfrontar amb seguretat una situació incòmoda en comptes d'eludir la conversa. Un altre dels grans reptes als quals s'hauran d'ençar els joves és aprendre a confrontar arguments, dialogar i negociar serà imprescindible per a la resolució de conflictes.

Possibilitats a potenciar

Es diu que els “nadius digitals” també anomenats “millennials” (Reig & Vílchez, 2013) o “generació #” (Feixa, 2014), nascuts al si de la societat xarxa, són els més sociables i creatius. Esdevindran la societat de la transparència i participació cívica si són capaços d'aprofitar les TIC de manera estratègica per potenciar les seves habilitats.

Els mètodes d'ensenyament necessàriament hauran de canviar, basant-se en la imatge i el tàctil, en pro d'una pedagogia més participativa que apel·li al seu desig de ser protagonistes, subjectes actius del seu propi procés d'aprenentatge. S'obre davant aquests joves l'accés a infinitat de coneixements. Desenvolupant capacitats relacionades amb la percepció, la flexibilitat i la creativitat, podran madurar una intel·ligència col·lectiva que retroalimenti el procés evolutiu de la nostra societat.



- Presència constant i ubiqua de les TIC a la vida dels joves. Els consums comunicatius són de caràcter social i col·laboratiu.
- Els joves estan saturats d'imatges, però els hi manquen competències per llegir-les adequadament → falta alfabetització de la imatge
- El cervell reorganitza la forma de recordar les coses: en comptes de recordar la informació, memoritzen on poden localitzar-la.
- Internet:
 - Entorn controlat on explorar i desenvolupar les dimensions del jo, d'especial interès durant l'adolescència, etapa de cerca i definició de la identitat pròpia. → L'exploració de la identitat augmentada haurà d'anar acompanyada de gestió de la privadesa i utilització de diversos llenguatges comunicatius.
 - Funciona simultàniament com un mitjà d'edició i comunicació. Qualsevol usuari pot convertir-se en “prosumidor”
 - Els usuaris de Smartphone fan un ús molt més intensiu d'internet.
- Efectes negatius de l'ús intensiu de les TIC:
 - Dispersió, distracció, desconcentració, → cal aprendre processos d'anàlisi i síntesis de la informació
 - Pèrdua d'interès, avorriment, superficialitat → cal reconnectar amb el món analògic
 - Ansietat, “por a perdre's alguna cosa” → cal educació emocional

- Efectes positius de l'ús de les TIC:
 - o Impulsen la sociabilitat, espontaneïtat, interès per descobrir, i faciliten l'accés a la informació → cal evolucionar cap a una pedagogia participativa, que permeti als joves ser protagonistes del seu propi procés d'aprenentatge, i possibiliti el desenvolupament de capacitats relacionades amb la percepció, flexibilitat i creativitat

3. ELS PUNTS D'INFORMACIÓ JUVENIL A CATALUNYA

Què és la informació juvenil?

Començant per l'àmbit europeu, l'Agència Europea d'Informació Juvenil (ERYICA⁷) va elaborar l'any 2004 un document de consens, la Carta Europea d'Informació Juvenil (Carta Eryica), on s'estableixen 16 principis⁸ sobre com ha de ser la informació juvenil:

Els centres i serveis d'informació juvenil: estaran oberts a tota la població jove sense excepció" (art.1), procurant assolir el nombre més gran possible de joves i garantir la igualtat en l'accés a la informació per a tots els joves, prestant especial atenció als grups desfavorits, així com aquells que presentin necessitats específiques" (art.2). Els serveis d'informació juvenil han de ser també gratuïts, de fàcil accés, amb un horari adequat a les necessitats dels joves, situats en un ambient agradable i atractiu; i han de poder garantir la confidencialitat i el dret a l'anonimat dels usuaris.

La informació disponible ha de basar-se en demandes juvenils o necessitats detectades, abastar tots els temes d'interès per a la joventut, i adaptar-se a nous assumptes que vagin sorgint. També ha de ser objectiva, completa, actualitzada, precisa, pràctica i fàcil d'utilitzar per part del públic a qui va adreçada; facilitada per professionals especialment formats per a això.

Els i les joves han de tenir l'oportunitat de participar en les diferents etapes del treball d'informació juvenil. I sobretot no s'ha de perdre de vista que l'objectiu principal de la informació juvenil és fomentar l'autonomia i desenvolupament de les habilitats informacionals dels joves, per tant també han d'ajudar als i a les joves a accedir a la informació a través de les TIC així com a desenvolupar les seves aptituds d'utilització de les mateixes.

Més endavant es va fer una adaptació d'aquest text, signant els "Principis de d'informació en línia a la joventut"⁹ l'any 2009, incidint especialment en la qualitat de la informació:

Especificar clarament quin és el servei d'informació juvenil que proporciona la informació i les seves dades de contacte, indicar la data d'actualització i actualitzar-la constantment i, si el contingut és de tercers, caldrà indicar clarament la font, respectant sempre drets d'autor. En qualsevol cas el SIJ és responsable de comprovar la veracitat de la informació. Els SIJ també vetllaran perquè la informació sigui equilibrada (lliure d'informació de càrrega), comprensible, visualment atractiva i accessible per a joves amb necessitats específiques.

⁷ ERYICA -European Youth Information and Counselling Agency. Més informació a: <http://www.eryica.org>

⁸ Podeu consultar la Carta Eryica en català en aquest enllaç:

<http://eryica.org/sites/default/files/European%20Youth%20Information%20Charter%20I%20Catalan%20Version.pdf>

⁹ Consulteu els Principis d'Informació en línia a la joventut en català:

http://eryica.org/sites/default/files/Principles%20for%20Online%20Youth%20Information_Catalan.pdf

Fent aquest repàs, comprovem que els atributs que ha de tenir la informació juvenil segons Eryica, coincideixen amb el que marcava Alfons Cornella (2002): rellevant, organitzada, usable, útil, fiable, veraç, comprensible, visual i equilibrada.

Què es un Punt d'Informació Juvenil?

Els Punts d'informació juvenil són un servei públic i gratuït que ofereix a tots els joves informació relativa a tots els àmbits del seu interès: estudis, treball, participació, habitatge, cultura, salut, oci i temps lliure, turisme, etc. Solen oferir serveis complementaris i juguen un paper important en la dinamització dels joves de la seva àrea d'influència. (Vigó, 2004)

Els punts d'informació juvenil són serveis impulsats per administracions públiques locals (ajuntaments) o supralocals (consells comarcals, diputacions o Serveis Territorials de la Direcció General de Joventut). Organitzativament solen treballar en xarxes d'abast nacional o territorial. Es tracta d'espais petits o mitjans, normalment situats dins d'altres equipaments públics de caràcter genèric (centres cívics, biblioteques, etc.) o específics per a joves (espais joves, casals de joves, etc.). (Casanovas, 2009) "L'espai físic s'ha d'ubicar en una zona cèntrica i ben comunicada, ha d'evitar barreres físiques i visuals (planta baixa, vista del servei des del carrer, sense barreres arquitectòniques), ha de tenir un horari d'atenció tan ampli com sigui possible que inclourà franges concretes d'oci i temps lliure per als joves, s'ha de dotar de tots els mitjans de comunicació al seu abast, ha d'atendre consultes presencialment, per telèfon i per correu electrònic, i ha de tenir mecanismes específics per fer arribar la seva influència a zones allunyades o disperses i a col·lectius de joves amb alguna característica específica. (Montes, 2008)

A Catalunya l'ordre de 7 d'octubre de 1987, "per la qual es concreten les condicions d'obertura i funcionament dels Serveis d'Informació Juvenil", és la normativa encara vigent que defineix dos tipus de serveis d'informació juvenil (les oficines d'Informació Juvenil i els Punts d'Informació Juvenil) i marca els mínims exigibles a aquests serveis:

- Les Oficines d'Informació Juvenil són els Serveis d'Informació Juvenil que produeixen, tracten i elaboren la major part de la informació que posen a disposició del públic directament i, si és el cas, també a través de Punts d'Informació Juvenils propis o relacionats. Estan ubicades en un local exclusiu, amb 2 zones clarament diferenciades, una per l'atenció al públic i una altra pel treball intern. L'horari d'atenció al públic no pot ser inferior a les 20 h setmanals. La persona responsable del servei haurà de tenir titulació universitària, i la resta del personal hauran de disposar de titulació de BUP, FP2 o equivalent
- Els Punts d'Informació Juvenil són els Serveis d'Informació Juvenil que posen a disposició del públic materials informatius que en la seva totalitat o en la seva major part li han estat proporcionats per una Oficina d'Informació Juvenil amb la qual estan vinculats orgànicament o contractualment. Encara que comparteixin local amb altres serveis hauran d'estar ubicats en un espai propi diferenciat. L'horari d'atenció al públic no podrà ser inferior a les 6 h setmanals. El personal haurà de ser proporcionat a les necessitats del servei i hauran de disposar de titulació de BUP, FP2 o equivalent

Aquesta normativa, la qual ha quedat desfasada, està actualment en revisió per adequar-la a les necessitats actuals dels serveis d'informació juvenil.

La “Llei de Polítiques de Joventut” de 2010 també utilitza les nomenclatures “oficina jove” i “punt d’informació juvenil” per aplicar-a als equipaments i serveis de la Xarxa nacional d’emancipació juvenil, alhora que en determina les seves funcions (article 37.1) seguint el paradigma de transició a la vida adulta:

- a) Oferir un servei integral d’informació, orientació, acompanyament i assessorament a les persones joves, de manera coordinada amb la resta d’organismes i institucions;
- b) Aplicar projectes i activitats orientades a fer possible l’emancipació de les persones joves i llur inserció laboral.
- c) Tramitar, i si escau gestionar, els ajuts per a afavorir l’emancipació juvenil establerts pel departament competent en matèria de joventut i els que es puguin acordar amb altres organismes o institucions, en els termes que determinin les bases reguladores corresponents.
- d) Altres funcions que se’ls puguin atribuir, d’acord amb les especificitats de l’àmbit territorial en què desenvolupin el servei.

En el cas de Barcelona, que és el que hem utilitzat per exemplificar aquest estudi, al Pla d’Equipaments Juvenils de Barcelona (Ajuntament de Barcelona. Àrea de Joventut, 2008) es defineixen els punts d’informació juvenil com un equipament juvenil de promoció social que realitza accions de gestió de la informació (recerca, tractament, elaboració i classificació), per tal d’oferir serveis d’exposició i d’orientació informativa, així com, si és el cas, també d’assessorament. El PIJ realitza la seva acció a partir de la universalitat i la gratuïtat, posant èmfasi en l’atenció personalitzada i adaptada a les necessitats individuals i garantint l’anonimat i confidencialitat de les persones usuàries. Així mateix s’estableix que l’objectiu general que persegueix tot punt d’informació juvenil és “afavorir l’autonomia, el desenvolupament personal i la participació social dels joves mitjançant l’accés a tots aquells recursos informatius que puguin ser d’interès” i té com a finalitat secundària “esdevenir un servei de referència pel que fa a la informació juvenil per a tècnics i professionals que desenvolupen accions en matèria de joventut”. El Pla d’equipaments juvenils també defineix els objectius específics, àmbits d’intervenció, els serveis que ha de prestar un PIJ, i també quina és la població destinatària, normativitza com han de ser els espais, la gestió i els costos. Per últim, s’acorda que tots els PIJ municipals formaran part de la Xarxa de Punts d’Informació Juvenil de Barcelona i es defineixen les funcions de la Direcció de Joventut respecte a aquesta Xarxa.

Informar, Orientar o Assessorar? A què es dedica un informador juvenil?

Com hem anat veient al llarg d’aquest document, limitar-se a transmetre (o transferir) informació no aporta gaire valor a un servei d’informació juvenil. Tal com deia Alfons Cornella “el valor està en l’orientació”. De fet, alguns experts en Informació Juvenil (Sánchez & Rodríguez, 2015) es plantegen la possibilitat d’un canvi de nomenclatura, que s’ajusti més a les funcions que desenvolupen actualment els PIJ.

Com veiem, hi ha molts nivells d’informació. La Carta Eryica (2004) ja apunta que la feina d’informació juvenil és susceptible d’incloure un ampli ventall d’activitats: informació, assessorament, consell, orientació, suport, capacitació i formació, treball en xarxa i tramesa a serveis especialitzats.

Però, què vol dir cada terme? “Assessorament i orientació són dos termes que s'utilitzen a vegades indistintament perquè tots dos impliquen recomanar quelcom o canalitzar un individu en una o diverses línies d'acció. En tots dos casos estem creuant el llinar d'allò merament expositiu, per entrar en un marc d'actuacions relacionades amb eleccions personals per les quals no existeixen regles taxatives” (López T. A., 2003)

Ramón Albornà (2005) suggereix fer un ajustament progressiu en els àmbits d'atenció, en funció de les necessitats de l'usuari:

- Informació: posant l'usuari al corrent d'alguna cosa, traspasant-li o facilitant-li el que podríem anomenar les dades.
- Orientació: facilitant-li eines i elements de reflexió que li permetin adquirir els elements de judici necessaris per poder prendre una decisió a partir de la comprensió de la informació facilitada.
- Assessorament: assistint-lo i donant-li consell des de la posició i la garantia que ofereix el fet de ser expert en un àmbit específic.

Tal com ho entenen la Generalitat de Catalunya i l'Ajuntament de Barcelona, les tasques d'informació i orientació poden i han de ser desenvolupades pels informadors juvenils; mentre que l'assessorament sempre aniria a càrrec de personal expert tant en l'àmbit concret de la consulta com en l'atenció a persones joves. Aquests experts formarien part de la plantilla dels serveis d'informació juvenil supralocals (oficines joves, consells comarcals...) des d'on es concentrarien diversos àmbits d'expertesa claus per poder donar servei a joves i suport a professionals de tot el territori al qual s'adrecen.

Que un servei s'especialitzi amb força en un àmbit i arribi a esdevenir referent per a totes les persones que hi estan interessades (joves, professionals, altres adults...) permet consolidar i fer créixer el servei i els seus projectes paral·lels. Un altre motiu per l'especialització pot ser la detecció d'una especial necessitat juvenil en el territori. (Montes, 2008)



- Un PIJ és un servei públic, universal i gratuït, adreçat principalment a persones joves, que ofereix informació, orientació i assessorament sobre diverses temàtiques que poden ser del seu interès (estudis, treball, salut, habitatge, cultura, participació, turisme, etc...) amb la finalitat d'afavorir l'autonomia, el desenvolupament personal i la participació social de les persones joves.

3.1 Implementació i evolució en les estructures polítiques locals i supralocals¹⁰

Faré un breu repàs històric dels inicis i evolució de les polítiques de joventut i els Punts d'Informació Juvenil a Catalunya:



¹⁰ Contingut extret de (Piedrola, unitat formativa 1- Marc de les polítiques de joventut), (Casanovas, 2009) i (Albornà, 2005)

¹¹ Més informació a: <http://www.injuve.es/>

¹² <http://www.cnjc.cat/>

¹³ <http://www.ciajbcn.cat/>



2ª etapa de les polítiques de joventut

Emmarcades en un procés general d'institucionalització i de consolidació de les polítiques públiques, les administracions locals assumeixen la gestió de les polítiques socials anteriorment inexistents o promogudes per la societat civil i la beneficència. L'anàlisi de la realitat juvenil planteja treballar per la integració social i professional dels joves.

Arran del 2n Congrés de la Joventut de Catalunya, es comencen a desenvolupar les polítiques integrals de joventut i els plans de joventut. Un bon exemple és el "Projecte Jove" de l'Ajuntament de Barcelona: el primer pla local de joventut de Barcelona el qual basat en el paradigma de la "transició a la vida adulta"¹⁴ busca la inserció laboral dels joves, i el foment de la participació com a eixos de les polítiques de joventut i planteja per primera vegada el treball integral¹⁵ i transversal¹⁶.

Serveis d'Informació Juvenil

L'any 1987 es concreten les condicions d'obertura i funcionament dels Serveis d'Informació Juvenil a Catalunya. L'any 1988 es crea el Registre de Serveis d'Informació Juvenil de Catalunya; la primera oficina en registrar-se és el SIPAJ de Barcelona. En aquell moment hi ha 28 PIJ a tota Catalunya.

3ª etapa: 1990 - 1997

En un context de crisi de l'estat del benestar, les administracions locals es troben inserides en un procés de reestructuració organitzativa i tecnificació dels processos de gestió. Continua el paradigma de les polítiques de transició a la vida adulta. A **Barcelona** el "Projecte Jove 2" de 1990 destaca per la **descentralització territorial de la gestió cap als districtes**. Els recursos municipals es destinen als Jocs Olímpics (Barcelona '92), així que sense una coordinació central forta es dilueix el treball transversal i la significació de les polítiques de joventut. Es produeix també un descens de la implicació associativa.

¹⁴ El paradigma de les polítiques de joventut de transició a la vida adulta entén la joventut com el procés d'adquisició dels recursos que permeten als individus controlar les seves vides. Per a aquest corrent les polítiques de joventut han d'ocupar-se d'aquells aspectes que afavoreixen la transició de la gent jove a la vida adulta. Així les àrees de joventut hauran de coordinar, bàsicament, les accions que permetin modificar la seva posició social i que, per tant, incideixen en l'educació, l'habitatge i el treball. En aquest model es prioritzen les actuacions destinades al camp econòmic i social per damunt de les del camp vivencial i cultural. (Casanovas, 2009)

¹⁵ Integralitat: Principi rector de la política de joventut. Parteix de la base que les polítiques de joventut no han d'atendre només determinades necessitats de la població jove, sinó que han de treballar des d'una perspectiva global que interrelacioni els diversos àmbits de la vida dels joves: l'habitatge, el treball, l'educació, la salut, la cultura, la participació, la mobilitat, l'oci... (Casanovas, 2009)

¹⁶ Transversalitat: Principi rector de la política de joventut. Parteix de la base que cap aspecte de la realitat econòmica, social, cultural i política és aliè als joves, per la qual cosa l'anàlisi d'aquesta realitat i l'elaboració de la política en el seu conjunt i integralitat, ha de contemplar-se també des de la perspectiva que deriva de conèixer la situació, necessitats i aportacions dels joves. En la seva aplicació afecta administrativament a diversos departaments, és una política de gestió horitzontal. (Casanovas, 2009)



Serveis d'Informació Juvenil

Les Oficines de Serveis a la Joventut es despleguen a totes les comarques a través dels consells comarcals. L'any 1994 s'oficialitza la creació de la Xarxa Catalana de Serveis d'Informació Juvenil (XCSIJ). El Pla Interdepartamental de Joventut 1995-1997, de la Secretaria General de Joventut incideix en la informació juvenil i l'accés als serveis (entre d'altres). S'inicien nous serveis d'assessories per a joves en els àmbits acadèmic i professional, de salut, jurídic, de creació d'empreses i d'objecció de consciència i servei militar

4ª etapa: A partir de 1997

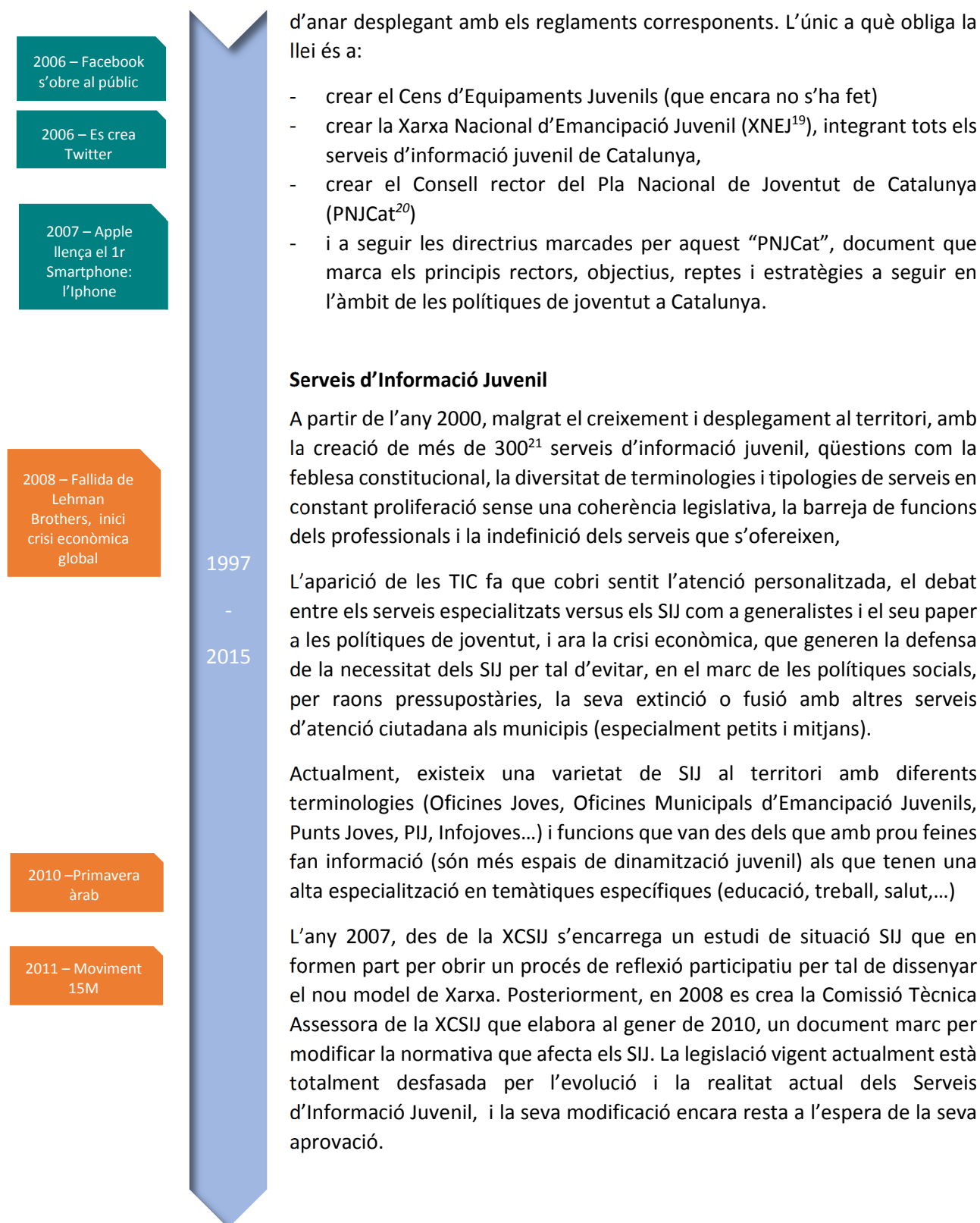
Entra en crisi el paradigma de les polítiques de transició. Les administracions públiques reflexionen per poder trobar solucions a la crisi de legitimitat i allunyament de la ciutadania. L'any 1997 l'Ajuntament i la Diputació de Barcelona celebren el congrés "La nova condició juvenil i les Polítiques de Joventut", a partir del qual neix el nou paradigma teòric de les polítiques afirmatives¹⁷ de joventut i els Plans Directors de Joventut. En general es tendeix a l'externalització i repolitització. Els instruments de gestió són cada vegada més evolucionats i sorgeixen noves formes de relació amb la gent jove i les associacions juvenils.

En 1998 la Secretaria General de Joventut organitza el Fòrum Joves del s. XXI, en el qual es tracta sobre **els Informadors juvenils i internet** (entre d'altres temes). El mateix any, el CNJC elabora el llibre "Línies de política juvenil" que marcarà les bases per tal que la Secretaria General de Joventut elabori l'any 2000 el Pla Nacional de Joventut de Catalunya (PNJCat 2000-2010): un pla global de joventut aprovat pel Parlament de Catalunya centrat en l'emancipació, entesa com "la capacitat de construcció del projecte de vida dels i de les joves i l'exercici de la plena ciutadania", i la participació, en sentit ampli, entesa com "el conjunt d'accions i de processos que generen capacitat en les persones joves per decidir, intervenir i transformar el seu entorn, les seves relacions i les seves possibilitats de desenvolupar-se personalment i col·lectiva" (Piedrola).

En 2010, s'aprova la "Llei de polítiques de joventut¹⁸", normativa d'obligat compliment que regula les competències en matèria de joventut, que s'haurà

¹⁷ Les polítiques afirmatives juvenils no tenen com a finalitat que el pas a la vida adulta sigui més o menys llarg, sinó que pretenen, d'una banda, afavorir i subratllar les potencialitats creatives, experimentals i participatives de l'etapa juvenil, entenent-la com uns anys de plenitud i no només de possible risc social. D'una altra banda, pretenen treballar per garantir l'autonomia dels joves mentre són joves. Des de la perspectiva organitzativa, aquest enfocament aposta fortament per polítiques transversals però amb responsables tècnics i polítiques de joventut diferenciats i un marc de competències i gestió definit (Pla Director, pressupost, oficina del pla, tècnics especialitzats...) (Casanovas, 2009)

¹⁸ Podeu consultar el text íntegre de la Llei 33/2010, de l'1 d'octubre, de polítiques de joventut a: <http://www.gencat.cat/eadop/imatges/5731/10273096.pdf>. Recordem que el text original de la Llei s'ha vist modificat per la "Llei 10/2011 de simplificació i millorament de la regulació normativa", es pot consultar el text modificat a: http://portaljuridic.gencat.cat/ca/pjur_ocults/pjur_resultats_fitxa/?action=fitxa&mode=single&documentId=559012&language=ca_ES



¹⁹ Podeu consultar tots els punts d'informació juvenil i oficines joves que formen part de la XNEJ a <http://www.oficinajove.cat/>

²⁰ El Pla nacional de joventut de Catalunya 2020 es pot consultar a http://benestar.gencat.cat/web/.content/documents/arxiu/pla_nacional_de_joventut_de_catalunya/pnjcat2020.pdf

²¹ Comptant Punts d'Informació Juvenil i Oficines Joves, a data de juliol de 2015 existeixen un total de 328 SIJ.

1997

-

2015

A Barcelona s'aprova el Pla d'Equipaments Juvenils 2008-2015²², com a mesura de govern amb què es consolida la voluntat de crear la Xarxa PIJ amb uns estàndards comuns quant a dimensions, recursos humans, funcions i destinataris. D'altra banda, cada legislatura marca els objectius principals de les polítiques de joventut amb el "*Pla adolescència i joventut*"²³. A efectes pràctics són aquests dos darrers documents els que marquen les línies prioritàries a seguir pel Punt d'Informació Juvenil Garcilaso

La informació juvenil s'incorpora al PNJCat2020, com un aliat estratègic en matèria d'actuació en polítiques de joventut, ja que té com a objectiu facilitar les possibilitats d'integració social, laboral i cultural dels i de les joves, afavorint la igualtat d'oportunitats.



- Els punts d'informació juvenil sorgeixen arran de l'inici de l'era de la informació. Els primers PIJ a Catalunya apareixen (així com a la resta de l'estat espanyol) coincidint amb l'inici del període democràtic, però és a partir de la dècada dels 90 quan es comença a fer evident el canvi d'era i les administracions locals hi veuen la necessitat d'apropar-se a la ciutadania jove.
- Malgrat les veus que vaticinaven la desaparició dels PIJ, l'aparició de les TIC facilita la tasca dels informadors i dona sentit a l'atenció personalitzada, l'orientació i l'assessorament.
- Ara que ja són serveis consolidats, s'està procedint a la seva normativització i estandardització.

3.2. Possibles xocs entre els plantejaments inicials i la societat de la informació

Els punts d'informació juvenil van començar a proliferar a Catalunya en les albrors de l'era de la informació; una època en què ja es començava a notar la saturació d'informació per part dels mitjans de comunicació, la qual, durant la dècada dels '90, es va veure exageradament incrementada per la irrupció explosiva de les noves tecnologies de la informació i comunicació, i molt especialment després de la universalització de l'accés a Internet.

Al llarg dels últims trenta anys Roigé (1985), Cornella (1999), Castells (2005), Piedrola i Ramos (2011), Guallar i Leiva (2014) i molts més autors coincideixen en afirmar que l'abundància i la rapidesa de distribució de la informació provoca que les persones estiguem bombardejades per

²² Consulteu el Pla d'Equipaments Juvenils 2008-2015 a

<http://w110.bcn.cat/fixers/acciosocial/pladequipamentsjuvenildebarcelona20082015.108.pdf>

²³ Podeu consultar el Pla d'Adolescència i Joventut a:

<http://w110.bcn.cat/Joves/Continguts/Presentacions/Documents/Pla%20d%E2%80%99Adolesc%C3%A8ncia%20i%20Joventut%202013-2016.pdf>

una allau informativa constant; tan massiva que és pràcticament impossible que una persona la pugui captar tota i molt menys assimilar-la. A més, el fet que tinguem més informació no vol dir que sigui de més qualitat, paradoxalment succeeix tot el contrari; aquest fenomen és tan significatiu que fins i tot s'ha creat un terme nou per designar-ho: "infoxicació" (Cornella, Infonomia!com, 2002). Per tant necessitem dotar-nos d'eines per poder filtrar i processar grans quantitats d'informació, i desenvolupar habilitats informacionals que ens ajudin a destriar quina és la informació vàlida entre tot el "soroll". Durant aquests trenta anys, han anat apareixent diversos perfils professionals que basen la seva activitat precisament en destriar la informació, treballar-la i fer-la arribar al públic destinatari: curador de continguts, especialista en comunicació digital, especialista en contingut digital, responsable de gestió de comunitats i xarxes socials, etc. Entre aquests perfils es troben també els informadors juvenils, que en comptes d'utilitzar la informació per vendre algun producte, es centren en "d'oferir als joves la informació que no reben, o la que reben tan tumultuosament que no la poden captar" (Roigé, 1985).

Cal dir que en alguns moments s'ha posat en tela de judici la utilitat de l'existència d'informadors juvenils, per part d'algunes persones que entenen Internet i les TIC com "eines bàsiques d'autogestió de la informació i que podien substituir perfectament la funció d'un servei d'informació. Aquesta interpretació és absolutament perversa, i perd de vista la funció qualitativa d'un servei d'aquestes característiques, que no només posa informació a disposició dels joves, sinó que la filtra, la classifica, la verifica, l'elabora i l'adapta a les necessitats específiques dels seus usuaris" (Montes, 2008). Jo opino que els informadors juvenils tenim una funció més educativa que no pas de transmissió d'informació. El paper de l'educador "no és transmetre informació, perquè la informació està tota a Internet. El que necessitem són criteris per buscar-la i per combinar-la en els projectes intel·lectuals, professionals o personals que cadascun té" (Castells, A obsolescência da educação, 2014). Crec que la funció d'un informador juvenil és fer pedagogia informacional entre el col·lectiu d'adolescents i joves; acostar la informació al jovent posant més èmfasi en aquells grups que més la necessiten (minories culturals, joves en risc d'exclusió social, etc.), acompanyada sempre del desenvolupament d'habilitats informacionals. No hem de perdre de vista que la finalitat d'un PIJ és aconseguir que els joves esdevinguin individus crítics amb el seu entorn, als quals se'ls ofereix un conjunt de propostes per què puguin decidir lliurement: "Informar-se bé per decidir millor" (Vigó, 2004)

Tots els arguments exposats em porten a concloure que els Punts d'Informació Juvenil tenen avui encara més sentit que quan es van crear. El problema radica en què sovint els informadors juvenils desenvolupen la seva feina "amb més creativitat i empenta que recursos" (Vigó, 2004). La manca de recursos de qualitat és un clàssic en el camp de les polítiques de joventut. Als inicis, la lluita dels informadors juvenils era disposar de noves tecnologies de la informació i comunicació. Ara la fase inicial d'inversió en "hardware" ja està més que superada, gairebé tots els PIJ de Catalunya tenen presència a Internet d'alguna manera o altre (web, bloc o perfil a les xarxes socials). Un altre tema és que aquests recursos TIC s'estiguin utilitzant de manera adient i eficient. "Una raó per la qual les inversions en tecnologia de la informació no s'han traduït en una productivitat major és que han servit primordialment per automatitzar les tasques existents. Amb freqüència automatitzen maneres ineficients de fer les coses. Per fer realitat el potencial de la tecnologia de la informació es requereix una reorganització substancial" (Castells, La era de la informació: vol.1 La sociedad Red, 2005). Aquesta reorganització, que al món empresarial es va donar ja fa anys, al sector públic, o com a mínim en l'àmbit de joventut, encara no s'ha produït.

L'article 16 dels "Principis d'Informació en línia" (European Youth Information and Counselling Agency, 2009) diu que "els treballadors de la informació juvenil hauran de ser competents en l'ús d'eines en línia i tenir habilitats per redactar informació. També hauran de tenir coneixement dels nous esdeveniments, legislació pertinent i mantenir-se informats sobre les noves tendències i pràctiques en línia entre els i les joves". Crec que ningú de l'àmbit de joventut s'esperava que hi hagués tantes novetats en un període de temps tan curt. La sobreabundància d'informació i novetats fa que sigui pràcticament impossible que cadascun dels informadors juvenils estigui al dia d'absolutament tot el que passa, si pretenem que es dediquin a l'atenció al públic i no a la recerca continuada. Però també sóc del parer que no cal que tots i cadascun dels informadors es dediquin a buscar aquesta informació, sinó que aquesta recerca de tendències es podria centralitzar en SIJ supralocals i després proporcionar aquest coneixement als punts d'informació juvenil mitjançant formació especialitzada o a través d'altres recursos TIC.

La ràpida evolució de les TIC fa molt difícil que les administracions, que són tan lentes d'adaptar-se als canvis, vagin un pas per darrere de la societat en general i dels joves en particular. En l'àmbit de joventut s'ha treballat molt poc en innovació i eficiència tecnològica, i crec que ja és hora de "posar-se les piles".



- L'augment exponencial de la informació a processar, les novetats i també el "soroll" fa que sigui pràcticament impossible que cadascun dels professionals de la informació juvenil estigui al dia d'absolutament tot el que passa.
- Les administracions públiques han de evolucionar per adaptar-se a un món líquid. Els hi cal flexibilitat, adaptabilitat al canvi, optimització dels (pocs) recursos, formació als professionals en els àmbits que necessiten complementar i, en definitiva, millorar en innovació i eficiència.
- La funció educadora (orientadora) dels SIJ adquireix més importància que la d'oferir informació.

4. ESTUDI DE CAS: EL PUNT D'INFORMACIÓ JUVENIL GARCILASO

Per il·lustrar aquest treball amb un cas pràctic he escollit com a exemple el cas del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso, de l'Ajuntament de Barcelona, situat al Districte de Sant Andreu. He triat aquest cas, no perquè sigui millor ni pitjor que qualsevol altre PIJ, sinó perquè el conec més a fons ja que personalment hi he treballat com a informadora juvenil en aquest servei durant 4 anys.

QUÈ ÉS EL PIJ GARCILASO?

El punt d'informació juvenil (PIJ) Garcilaso és un servei públic i gratuït on es facilita informació, orientació i assessorament sobre diferents temàtiques susceptibles de ser d'interès pels joves. En aquest cas, està adreçat als els gairebé 38.000 joves²⁴ de 12 a 35 anys que resideixen al Districte de Sant Andreu.



7. Imatges del Punt d'informació Juvenil Garcilaso

Els temes dels quals s'ofereix informació són principalment: ensenyament i formació (reglada i no reglada), treball, habitatge, turisme, associacionisme, mobilitat internacional, cooperació i voluntariat, salut, lleure i cultura, recursos socials, etc.

A part, també s'ofereixen assessoreries especialitzades, proporcionades per la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona en:

- Assessoria Acadèmica per ajudar a decidir als i les joves l'itinerari formatiu més adient a les seves aptituds i interessos. Continguts, condicions d'accés, sortides professionals... Dilluns de 16:00 a 20:30 h.
- Suport en la Recerca de Feina per orientar als i les joves en el seu procés d'inserció laboral. Com fer el currículum, trobar ofertes, fer autocandidatures... Dilluns de 10 a 13:30 h.
- Assessoria de Drets i Deures Laborals per resoldre qualsevol mena de dubte en relació al contracte, la nòmina, el conveni, altes i baixes, la quitança... Dimecres de 17 a 20h.
- Assessoria de Mobilitat Europea ofereix informació sobre programes i ajuts que ofereix la Unió Europea per a la mobilitat de persones als i les joves que vulguin fer estades a l'estranger per estudiar, treballar, aprendre idiomes, fer voluntariat... Dijous de 17 a 20h.

²⁴ Segons dades estadístiques extretes de <http://www.bcn.cat/estadistica/> a 1 de gener de 2014 hi vivien al Districte de Sant Andreu 37.946 joves d'entre 12 i 35 anys

El PIJ Garcilaso està situat dins de
Espai Jove Garcilaso
C. Garcilaso 103, pl. baixa
08027 – Barcelona (Districte Sant Andreu)

L'horari d'atenció al públic és:
matins de dilluns i dijous de 10 h a 13:30 h,
tardes de dilluns a divendres de 16 h a 20:30
h. Es dona prioritat a les consultes
presencials, però també es poden fer per
telèfon (93 256 29 59) o correu electrònic
(pijgarcilaso@bcn.cat).



8. Mapa de situació del PIJ Garcilaso

El PIJ Garcilaso dona servei als joves del Districte de Sant Andreu, però al ubicar-se en un extrem del territori, tot i estar ben comunicat amb transport públic, és força lluny per anar-hi a peu des dels barris de Trinitat Vella, Baró de Viver i Bon Pastor (també anomenats la Franja Besòs, perquè són els 3 barris que toquen al riu Besòs). Per aquest motiu s'ofereix un servei d'atenció presencial descentralitzada, anomenat "PIJ Mòbil". Consisteix en què una de les informadores es pot desplaçar a qualsevol equipament públic de barri a petició de qualsevol grup de joves o professional que treballa amb joves (dinamitzadors juvenils, educadors de carrer, treballadores socials, etc.), per facilitar informació juvenil. Aquest servei de PIJ Mòbil s'acostuma a concretar en sessions d'orientació grupals, xerrades informatives o col·laboració en altres activitats adreçades al jovent del barri.

A més a més, el PIJ Garcilaso ofereix altres facilitats com:

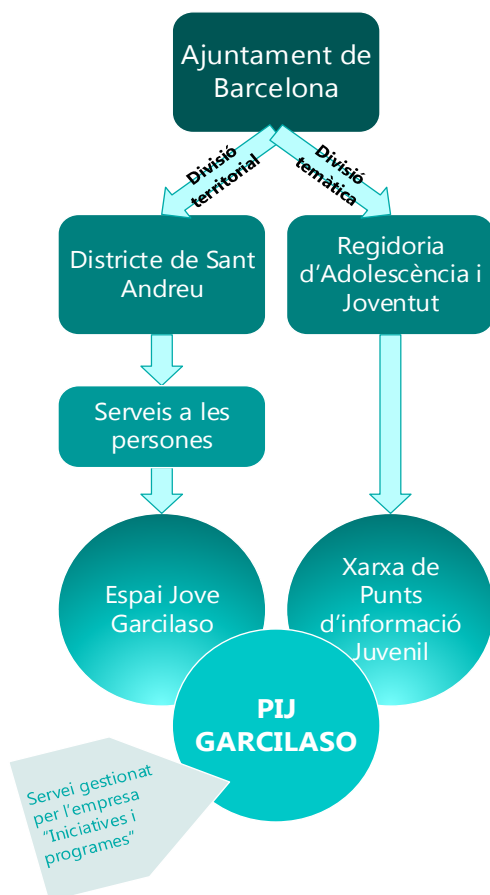
- Ordinadors amb connexió a Internet i impressora
- Taulers d'anuncis on es pots oferir o demandar quelcom.
- Exposició de fulletons, cartells i anuncis.
- Banc d'informació d'auto-consulta.
- Revistes de l'àmbit juvenil

Al llarg de l'any es realitzen activitats grupals (tallers, cursets, xerrades, projeccions, etc.), la majoria d'elles organitzades en campanyes i cicles que es repeteixen anualment

- **Campanya Informa't** (Gener- Març): s'ofereix informació i orientació sobre els Programes de Formació i Inserció (PFI), Proves d'accés, Batxillerat, Cicles Formatius, Estudis universitaris... S'adreça a la població juvenil de la ciutat d'entre 14 i 18 anys, que es troben en els darrers cursos d'estudis obligatoris o post obligatoris de secundària (4t ESO, 2n Batxillerat) Tot i que hi ha algunes activitats concretes que també s'adrecen a famílies, a joves que estudien PFI o que es preparen per a proves d'accés. D'entre les activitats destaquen l'exposició "Acabes l'ESO, Ja saps què faràs?", les xerrades adreçades a grups-classe de 4t d'ESO dels instituts del Districte de Sant Andreu, les xerrades "tria via" sobre famílies professionals de cicles formatius o graus universitaris, i altres activitats de coaching o suport a la presa de decisions.
- **Cicles de Treball a l'Estiu** (Abril-Maig) i **Treball al Nadal** (Octubre- Novembre): Els objectius d'aquesta campanya són millorar les oportunitats de recerca de feina dels

joves d'entre 16 i 35 anys; i donar a conèixer els sectors productius on augmenta la contractació de personal de temporada d'hivern i d'estiu i facilitar als joves el contacte amb aquestes empreses. Algunes de les activitats que destaquen en aquesta campanya són les xerrades sobre empreses i sectors productius, tallers sobre desenvolupament de competències professionals i recerca de feina elaborats conjuntament amb Barcelona Activa, i el recull d'ofertes de treball de temporada.

- **Cicle de Voluntariat** (març i abril): En col·laboració amb el Centre de Recursos per les Associacions Juvenils (CRAJ) es proposen una sèrie d'activitats on es pretén donar a conèixer els diferents tipus de voluntariat per joves: Camps de treball o estades solidàries, el voluntariat a l'estranger (tant si són menors com no), projectes d'intercanvis juvenils, donar a conèixer experiències de joves que hagin fet algun tipus de voluntariat, i fins i tot, xerrades adreçades a entitats.
- **Mostra de Turisme Juvenil** (Juny- Juliol): El principal objectiu és fomentar el turisme entre els i les joves com a element de coneixement i desenvolupament personal. S'organitzen xerrades, exposicions, projeccions i concursos, per ajudar als i les joves a conèixer les eines necessàries per planificar un viatge a la seva mida estalviant el màxim possible, descobrir noves destinacions que s'adeqüen als seus interessos i compartir experiències amb altres viatgers.



- **Cicle "Un món d'oportunitats"** (Novembre- Desembre): Conjunt de xerrades organitzades per l'assessoria de mobilitat internacional, en les que els ponents són membres d'ambaixades, consolats, delegacions, cambres de comerç i entitats representatives de més de deu països. Les conferències tracten amb profunditat els recursos disponibles per estudiar, treballar i fer voluntariat als diferents països (beques, borses laborals, homologació d'estudis...), així com informació pràctica per viure-hi (visats, condicions de vida, allotjament, cursos d'idiomes...).

COM ESTÀ GESTIONAT? (ORGANIGRAMA)

Com la majoria de punts d'informació juvenil de Barcelona, el PIJ Garcilaso és de titularitat municipal i gestió externalitzada.

Orgànicament el Punt d'Informació Juvenil Garcilaso depèn del departament "serveis a les persones" del Districte de Sant Andreu de l'Ajuntament de Barcelona. A més, el PIJ forma part de 2 engranatges:

- D'una banda està integrat a l'Espai Jove Garcilaso, per tant és un servei més d'aquest

equipament juvenil i segueix les línies que marca la direcció de l'equipament alhora que fa un treball conjunt amb la resta de serveis i projectes juvenils de l'Espai Jove Garcilaso.

- D'altra banda, el PIJ Garcilaso forma part de la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil, de la Regidoria d'Adolescència i Joventut de l'Ajuntament de Barcelona. Tant continguts mínims de la informació que ha de disposar el PIJ, com els grans objectius de les campanyes, es marquen des de la Regidoria de Joventut. Hi ha una coordinació constant amb els coordinadors de la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil i els altres 10 punts d'informació juvenil de l'Ajuntament de Barcelona.

Els recursos humans amb què compta el PIJ Garcilaso són 1 coordinador/a de projectes, contractat/da a 37,5h setmanals, i 1 informador/a juvenil, contractat/da a 32h setmanals. El personal no és municipal sinó contractat per una empresa de serveis, en aquest cas "Iniciatives i Programes S.L." és l'empresa que va guanyar l'última licitació oberta a concurs públic. Administrativament el contactant de l'empresa és el Districte de Sant Andreu.

Així doncs, el personal del PIJ Garcilaso ha de rendir comptes a tres bandes: a l'empresa, al Districte de Sant Andreu / Espai Jove Garcilaso, i a la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil.

HISTÒRIA DEL PIJ GARCILASO

Al Maig de 1999 es va inaugurar el Centre Garcilaso, un equipament del Districte de Sant Andreu que englobava diversos serveis municipals (Oficina d'Atenció al Ciutadà, Serveis Socials, Biblioteca, bucs d'assaig, etc.) entre els quals també es va inaugurar el **Punt d'Informació i Orientació Educativa del Centre Garcilaso**. Els objectius inicials d'aquest servei eren:

- Oferir informació sobre les possibilitats formatives dels ensenyaments reglats i no reglats d'àmbit districte, municipi, autonòmic i estatal; incidint molt especialment en els recursos educatius del districte
- Esdevenir un recurs centralitzador de l'oferta educativa per atendre les consultes dels usuaris, entre els quals s'apunta com a públic prioritari els joves del districte. El Punt també s'adreça a docents, educadors i famílies.
- Fomentar l'adquisició d'hàbits consultius entre la població usuària a través de la utilització del banc de dades amb l'oferta educativa degudament classificada. El servei ha de ser accessible per fomentar la consulta autònoma dels usuaris
- Fomentar l'orientació acadèmica entesa des de l'orientació escolar a l'orientació laboral en el marc del procés de transició de l'escola a la vida activa
- Oferir activitats i recursos d'informació i assessorament educatiu als joves, en estreta coordinació amb els centres educatius del districte, prioritàriament amb els qui imparteixen ensenyament secundari
- Donar suport als agents educatius del districte
- Adequar-se a les línies d'actuació municipals i mantenir la coherència amb els eixos de transversalitat del Centre Garcilaso

Hi treballava una persona contractada a 35 h de les quals dedicava 20 h a atenció al públic i 15 h a gestió interna (actualització del banc de dades, programació i realització d'activitats grupals, coordinacions, etc.). Des de 1999 fins a 2006 aquest servei es va anar consolidant. Malgrat que era un servei que funcionava bé, tenia força usuaris (al voltant d'uns 120 usuaris al mes, de mitjana) i estava ben valorat per usuaris, veïns i comunitat educativa; el gerent del districte que hi havia en aquell moment (2006) va decidir tancar el servei per motius d'ajustament pressupostari.

Arran d'una nova proposta política recolzada en el "Pla d'Equipaments Juvenils 2008-2015" l'any 2009 es reprèn aquest servei, ampliant l'abast informatiu – ja no se centra només en informació acadèmica, sinó que incorpora recursos informatius sobre treball, habitatge, salut, cultura, participació i associacionisme, medi ambient i sostenibilitat, oci i lleure, turisme, mobilitat i cooperació internacional - i passa a anomenar-se "El Punt d'Informació Juvenil Garcilaso – Sant Andreu". La finalitat ja no és simplement oferir informació o fomentar hàbits consultius sinó que va un pas més enllà: la missió del Punt d'Informació Juvenil passa a ser "afavorir l'autonomia, el desenvolupament personal i la participació social dels i les joves, mitjançant l'accés a tots aquells recursos informatius que puguin ser del seu interès".

Des de 2009 fins a l'actualitat el PIJ Garcilaso s'ha mantingut en la mateixa línia de treball, basant la seva activitat en: l'orientació a joves, tant individual com grupal mitjançant els cicles de xerrades; el servei d'atenció al públic, en horari preferentment de tardes; i les tasques de coordinació amb l'Espai Jove Garcilaso, amb la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona i amb altres serveis i professionals de l'atenció a joves en el territori. Actualment el PIJ Garcilaso atén al voltant de 4300 joves²⁵ a l'any, (aproximadament un 11.3% de la població jove del Districte de Sant Andreu). La majoria dels usuaris coneixen el servei pel boca-orella (40.2% amics, 14.4% familiars, 13.7% professors, 10.1% dinamitzadores punt JIP, 1.3% serveis socials), son molt pocs els usuaris que se n'assabenten a través de mitjans de comunicació online (4.6%) i en paper (2.3%).

ANÀLISI DAFO

Per poder entendre el perquè de les propostes de reformulació dels punts d'informació juvenil, i a tall de conclusió d'aquest capítol; a continuació presento una "fotografia" de l'estat de la qüestió en el Punt d'Informació Juvenil Garcilaso, d'elaboració pròpia, que podria ser fàcilment extrapolable a qualsevol altre punt d'informació juvenil de la Xarxa PIJ.

	Factors interns	Factors externs
Aspectes Negatius	Debilitats	Amenaces
Aspectes Positius	Fortaleses	Oportunitats

Debilitats:

TEMPS: Falta temps per fer la feina en condicions de qualitat, o millor dit, no hi ha prou recursos humans per realitzar la quantitat de tasques que tenen adjudicades els professionals del PIJ. La conseqüència d'aquesta sobrecàrrega laboral és malestar, estrés i pèrdua de qualitat en la prestació del servei:

- Es dedica massa temps en solucionar imprevistos, problemes tècnics, demandes urgents des dels òrgans de coordinació, etc...
- Falta temps per buscar informació, contrastar-la en diverses fonts, interpretar-la i transmetre-la en diversos formats.

²⁵ L'any 2014 es van atendre un total de 4.292 persones, de les quals 2.391 van ser consultes i assessoraments individuals, i 1.901 persones van ser participants en 121 activitats grupals. Dades extretes de la memòria anual d'activitats PIJ Garcilaso 2014.

- La urgència en tancar la programació de campanyes informatives impedeix fer un “anàlisi de la competència”.
- Entre les hores “inamovibles” d’atenció presencial al PIJ Garcilaso, i les hores dedicades a reunions i formacions, queda molt poc marge per descentralitzar l’atenció.
- Degut al mateix motiu, quan l’activitat de dinamització de la informació la fa algú altre, habitualment l’informador juvenil presenta i tanca l’activitat però malauradament no sempre pot quedar-se durant el desenvolupament de tota l’activitat, amb la consegüent pèrdua d’informació pel servei.

TIC: Falta una línia consensuada de comunicació, així com formació en eines TIC (o temps per investigar-les) que permetrien millorar l’eficiència del servei

INDICADORS: Els informadors destinen moltes hores a la recollida i tractament d’indicadors. És imprescindible proporcionar algun recurs tecnològic que faciliti el tractament dels indicadors recollits. A les memòries anuals la informació recollida, segons la meua opinió, es poc operativa, dubto que pugui ser d’utilitat per a la presa de decisions. Cal trobar la manera de reflectir la feina feta més enllà dels indicadors quantitatius, i fer-se les preguntes adequades abans de recollir els indicadors.

Amenaces

INDICADORS QUANTITATIUS: L’aplicatiu “Registre SIJ” de l’Agència Catalana de la Joventut, que serveix per registrar els indicadors de les consultes dels punts d’informació juvenil de tota Catalunya, ofereix una opció per extreure informes encara molt rudimentàries, de manera que calen coneixements avançats d’Excel i força temps per tractar aquests indicadors per fer-los comprensibles. D’altra banda des dels organismes de coordinació els únics indicadors que es sol·liciten són quantitatius; si només es disposa de la valoració numèrica, pot faltar la part qualitativa necessària per aportar la visió complementària per entendre l’evolució del servei.

DESCONEIXEMENT DEL SERVEI per part d’alguns joves i professionals: Això pot provocar derivacions incorrectes, amb la consegüent decepció o molèstia als joves usuaris que arriben amb expectatives que no s’ajusten a la realitat; o bé una desvalorització del servei (alguns professionals no tenen present el PIJ com un recurs); o bé una desvalorització de la informació (com que la informació està a Internet i les activitats que s’ofereixen són gratuïtes, algunes persones no valoren la tasca d’orientació que realitzen els informadors).

PÚBLIC OBJECTIU POC DEFINIT: Al tractar-se d’un servei generalista i “normalitzador” la població destinatària són tots els adolescents i joves de la ciutat de Barcelona (estem parlant de més de 400.000 persones²⁶). Per començar, és materialment impossible fer arribar la informació a un col·lectiu tan nombrós i tan heterogeni. I si ens centrem només en criteris quantitatius (aconseguir el màxim nombre d’usuaris) ens oblidem de posar l’accent en els col·lectius més necessitats, que són els qui precisament més desconeixen els recursos “normalitzadors”.

XARXES DE TREBALL: El PIJ Garcilaso forma part de diverses xarxes i a vegades les prioritats d’aquestes xarxes no coincideixen les unes amb les altres. Quan aquest fet es suma al

²⁶ Segons el Departament d’Estadística de l’Ajuntament de Barcelona, a 1 de Gener de 2014, hi vivien 442.430 persones d’entre 12 i 35 anys a la ciutat comtal. Si comptem només les persones joves d’entre 15 i 29 anys, sumen un total de 244.465 persones. Si comptem només els habitants del Districte de Sant Andreu 37.946 joves d’entre 12 i 35 anys

desconeixement entre serveis i la falta d'empatia, treballar en xarxa resulta més una càrrega que un avantatge.

TEMES D'INTERÈS: Donada la conjuntura dels últims anys, les línies polítiques prioritàries s'han centrat en uns pocs temes (sobretot "Treball"), que, sumada a la manca de temps o hàbits o recursos que facilitin conèixer què estan fent els altres serveis de l'entorn, dona com a resultat un excés de recursos superposant-se i repetint les mateixes accions.

D'altra banda, hi ha determinats temes (com per exemple "Salut") dels quals no som referent per als joves per manca de vincle.

Fortaleses

CAPITAL HUMÀ: Els mateixos professionals són la principal fortalesa del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso. La capacitat d'empatia i acostament als joves, les seves habilitats comunicatives, i l'especial cura que tenen en l'orientació i acompanyament, dona com a resultat una alta satisfacció dels usuaris. La capacitat de treball en equip afavoreix la plena integració en les xarxes de treball locals (Espai Jove Garcilaso, serveis de joventut del Districte de Sant Andreu, etc.). Un altre punt fort és la seva xarxa de contactes.

METODOLOGIA DE TREBALL: Per poder abastar la magnitud d'aquest projecte necessàriament s'ha hagut de desenvolupar i perfeccionar una metodologia de treball en xarxa, transversal i interinstitucional.

"Treball en xarxa" perquè cada servei s'ha coresponsabilitzat d'una part de l'organització de la campanya; "transversal" perquè ha calgut la implicació de diversos departaments de l'Ajuntament: joventut (Xarxa PIJ i xarxa JIP), educació (Institut Municipal d'Educació de Barcelona), promoció econòmica (Barcelona Activa) i comunicació; i "interinstitucional" perquè també s'ha involucrat altres organismes no municipals (Fundació BCN Formació Professional, Consorci d'Educació de Barcelona, Departament de Joventut de la Generalitat de Catalunya).

Oportunitats

XPIJ: El sol fet de formar part de la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona (XPIJ) és una oportunitat de projecció del servei. De fet, és gràcies a l'aposta política de crear i mantenir la XPIJ que aquest servei existeix actualment. A curt termini, una altra oportunitat que brinda la XPIJ és el nou pla de comunicació, que inclou una nova pàgina web de la Xarxa, i la possibilitat de crear butlletins electrònics, entre d'altres.

VINCLE: Quan els joves volen contrastar una informació busquen persones de confiança en el seu entorn (família, grup iguals, altres referents). En el cas del PIJ Garcilaso, els joves prefereixen venir en persona al punt d'informació més que no pas fer la consulta per mitjans telemàtics, perquè s'ha creat un vincle de confiança amb els professionals (el "Pere" o la "María", els informadors amb nom propi), que no pas amb el servei. Les Xarxes Socials online podrien ser una oportunitat per mantenir i cuidar aquest vincle amb aquests joves, i estendre la xarxa de contactes entre les persones del seu entorn (famílies, grups d'iguals...).

DESCENTRALITZACIÓ: Es consolida l'ús del servei descentralitzat de PIJ Mòbil entre els professionals que treballen amb joves al Districte de Sant Andreu. Altres punts d'informació juvenil ja estan explorant el medi obert (parcs, places, carrers, etc.) com una oportunitat més de descentralització del servei

5. REFORMULACIÓ DELS PUNTS D'INFORMACIÓ JUVENIL

Com hem anat veient al llarg de tot aquest treball, tot (eco)sistema d'informació juvenil es caracteritza bàsicament per:

- Difondre la cultura informacional entre la població (jove)
- Integrar el model d'organització en xarxa com a metodologia de treball
- Aprofitar les TIC per incrementar l'eficiència en la gestió del servei i la gestió de la informació.
- Generar i compartir coneixement sobre temes d'interès pels i les joves.

CULTURA INFORMACIONAL

Si entenem que un Punt d'Informació Juvenil és un servei de l'administració pública, que al seu torn té una funció educativa, sense cap dubte forma part de la “infoestructura” d'una societat informacional. Per tant, la missió d'un PIJ hauria de ser contribuir a l'alfabetització informacional d'aquesta societat, mostrar als ciutadans -joves, en aquest cas- a ser crítics amb la informació que troben.

Cal tenir en compte que l'augment exponencial de la quantitat d'informació a processar, les novetats, i també el “soroll” fa que sigui pràcticament impossible que tots i cadascun dels professionals de la informació juvenil estiguin al dia d'absolutament tot el que ocorre. És més, al meu entendre, a qui més afecta la sobrecàrrega d'informació és precisament als professionals de la informació. Hem d'abandonar la perspectiva paternalista en la qual l'informador transfereix coneixements al jove. No es tracta de ser superexperts en tot, sinó d'aprendre al costat dels joves. Ells són i han de ser els protagonistes del seu propi procés d'aprenentatge, per la qual cosa al/la informador/a juvenil li correspon exercir el rol de facilitador o mediador de coneixements.

Per això la meua proposta es basa a aplicar conscientment la pedagogia informacional en els serveis d'informació juvenil. Dic “conscientment” doncs, en molts casos, per pròpia intuïció dels professionals, ja s'aplica; però si no es fa de manera conscient no es pot reflexionar, per la qual cosa tampoc es podrà extreure un aprenentatge, que és el que busquem en aquest cas.

D'altra banda, hi ha altres elements de la infoestructura d'una societat -com el sistema educatiu, o les biblioteques- tant o més responsables de l'alfabetització informacional de la població. Un PIJ no pot ni ha de pretendre substituir les funcions pedagògiques – informacionalment parlant – de les escoles o les biblioteques. El que sí que pot fer és difondre les activitats d'alfabetització informacional que organitzen les biblioteques públiques i telecentres (punts TIC, Cibernàrium, etc.) i buscar mecanismes de col·laboració amb aquests serveis.

Per a l'informador juvenil, la pedagogia informacional ha de ser un mètode no una fi. Caldria incorporar al procés d'atenció una sèrie d'elements que ajudin al jove usuari a desenvolupar la competència per manejar informació. Per exemple:

- El jove arriba amb una demanda al PIJ, però, quin és en realitat el seu objectiu? La pregunta que ha formulat coincideix amb la seva necessitat d'informació? De no ser així la tasca de l'informador és ajudar al jove a trobar la manera de formular preguntes que expressin la seva necessitat d'informació i identificar què requereix indagar per

resoldre-les. Necessitarà identificar les preguntes principals i secundàries, i paraules clau per als motors de cerca.

- Atès que el propòsit és que el jove aprengui a identificar i localitzar fonts d'informació adequada i fiables; posant-se l'informador al costat del jove – tan literalment com figuradament – es facilita que el jove lideri el procés de cerca d'informació, intervenint per guiar en la cerca explicant-li, per exemple, quins són les fonts oficials d'informació o com esbrinar la data de publicació.
- Per ajudar al jove a trobar la informació necessària dins de les fonts triades, se li pot donar suport amb elements fàcils de recordar com a infografies, o enviant-li l'historial de navegació perquè recordi la ruta.
- Per concloure, es pot avaluar la qualitat de la informació obtinguda si respon a les preguntes inicials.
- Etc.

En la societat de la informació, no solament és el jove qui ha d'adquirir habilitats informacionals, sinó tothom, molt especialment els professionals de la informació, que hauran de ser referents per a la resta de la societat. En el cas concret dels informadors juvenils, serà necessari dissenyar un pla de formació grupal i individual, que garanteixi que aquests professionals siguin capaços de gestionar la informació, gestionar el servei, gestionar les seves pròpies emocions i captar les dels usuaris, utilitzar eines i aplicacions TIC per millorar l'eficiència les seves tasques, utilitzar tècniques i tecnologies de treball col·laboratiu.

TREBALL EN XARXA

Aquest últim aspecte adquireix especial rellevància en adonar-nos que tot servei d'informació juvenil necessita coordinar-se i treballar en xarxa amb altres serveis presents en el nostre àmbit territorial i dirigits al mateix públic objectiu. Sovint el PIJ forma part de diverses xarxes, cadascuna amb un propòsit concret que poden coincidir o no. Previ al treball en xarxa nu i cru hi ha una feina de coneixença mútua amb altres professionals; i això requereix temps per reunir-se amb altres professionals i empatia entre professionals i serveis, l'escolta activa i substituir la derivació (donar les dades de contacte al jove) per l'acompanyament (no fa falta que se li acompanyi literalment, sinó més aviat que l'informador conegui l'altre servei, què fan, qui l'atendrà, li reserva cita – si pot –, i espera un “feedback” de la visita). La feinada no és crear xarxa sinó mantenir la cohesió d'aquesta de xarxa.

DOS NIVELLS D'ATENCIÓ AL PÚBLIC

La meua proposta per adaptar els serveis d'informació juvenil a la societat de la informació arrenca a partir de la teoria de la modernitat líquida de Zygmunt Bauman. Les administracions públiques, i els serveis que presten, necessiten flexibilitzar-se, adaptar-se a un entorn líquid on el canvi és constant. Un punt de partida per flexibilitzar els punts d'informació juvenil, consisteix a definir molt bé el marc d'actuació (límits, objectius, “target”, etc.) però flexibilitzar la metodologia de treball: marcar el “qui” però no el “com”, marcar el “per a qui” però no l’“on”, deixar la porta oberta a la innovació i la creativitat del professional de la informació.

Un dels punts en comú dels sistemes d'informació juvenil que conec és que existeixen dos models de servei d'informació juvenil, el model de PIJ local i el supralocal, o com jo els crido: el nivell “front office” i el nivell “back office”. Tots dos tenen la mateixa importància però compleixen funcions diferents. El “front office” és la porta d'entrada dels joves al sistema d'informació juvenil, és el servei generalista al qual normalment ens referim quan parlem de “Punt” d'informació juvenil. El “back office” seran tots aquells serveis especialitzats o de major envergadura que ofereixen suport a el “front office”: assessories especialitzades, oficines joves

o punts d'informació comarcals, i en el cas de Barcelona ens podríem referir també als serveis de “coaching laboral” i cerca d'ocupació.

Propostes per al nivell “Front Office”

La principal proposta és flexibilitzar l'atenció al públic. Em refereixo al fet que potser caldria suprimir el taulell que sol haver-hi entre jove i informador; que en comptes d'asseure's a l'altre costat de la barrera (perquè la taula no deixa de ser una barrera física i visual), l'informador pugui asseure's literalment al costat del jove a buscar informació. Igual tampoc fa falta un ordinador de sobretaula per a l'atenció presencial, potser amb disposar de wifi i un portàtil o Tablet ja sigui suficient. L'element principal del PIJ no és el local, sinó les persones que treballen en ell, per tant un PIJ està on estigui l'informador. Sí que és necessari que existeixi una seu d'aquest servei, com a lloc de referència al qual poder acudir per localitzar a l'informador. Però també es necessita que l'informador pugui sortir al carrer, a buscar al jove als seus espais, sigui el casal de joves sigui la plaça del poble; descentralitzar el servei per apropar-ho més als joves, considerant el mitjà obert com una eina més, igual que els PIDCES als instituts. Evidentment, en aquest cas es necessitarà també algun lloc virtual (web, bloc, etc.) on poder trobar els horaris i llocs d'atenció deslocalitzada (PIJ mòbil, antena infojove, o com es vulgui dir a aquest servei).

Segon, donar importància al treball intern. En els concursos públics de licitació del servei d'informació juvenil, les administracions públiques haurien d'adquirir el compromís de deixar de premiar l'oferta tècnica només per ampliar hores d'atenció al públic. S'han arribat a donar casos en els quals el personal està contractat exclusivament per les hores d'atenció al públic, quan en realitat és imprescindible que els professionals disposin de temps suficient a tasques d'actualització de la informació, cerca i selecció de noves fonts, elaboració de materials informatius, programació d'activitats, difusió del servei, reunions de coordinació, formació de reciclatge, i un llarguíssim etcètera. Des del meu punt de vista, l'equilibri ideal seria que qualsevol professional de la informació i orientació juvenil pogués dedicar el 50% de la seva jornada laboral a treball intern i l'altre 50% a atenció al públic.

L'espai de treball intern ha d'estar ben condicionat: espai tranquil, que es pugui tancar, amb taules i cadires ergonòmiques, i ben dotat tecnològicament ordinador potent, connexió a internet, impressora, telèfon, etc. Es tracta d'alguna cosa molt elemental però que de vegades costa trobar (ordinadors que triguen una eternitat a arrencar, incidències tècniques més que freqüents, espais de treball en els quals hi ha de tot menys tranquil·litat...), perjudicant seriosament l'eficiència del servei.

Si un usuari ha estat ben atès, en principi no necessitarà tornar, tret que sigui per fer una altra consulta diferent. L'atenció al públic en un servei de “front office” ha de ser fluida, líquida, gairebé efímera. Pel que cal simplificar la recollida d'indicadors adequant-la a aquest mateix grau de liquiditat. De debò necessito saber en quin país va néixer aquesta noia que m'està preguntant on fer un taller de guitarra? En lloc de recollir dades “per si després fan falta” és preferible preguntar-se per endavant que dades són “realment rellevants”.

Propostes per al nivell “Back Office”

En una era d'excés d'informació com la nostra, el valor està en l'orientació (Cornella, Infonomia!com, 2002)

Els assessors juvenils estan especialitzats en un tema concret (treball, educació, habitatge, mobilitat, turisme, salut...) i en l'atenció a joves. A aquestes dues especialitats els sumaria la curació de continguts. Tot assessor ja sap buscar i seleccionar la informació precisa relacionada

amb les consultes concretes que rep. Solament li falta sistematitzar la recollida i tractament digital de la informació per compartir-la no només amb un usuari determinat sinó amb una audiència major. Els assessors haurien de disposar dels recursos (formatius, tecnològics, de temps, etc.) necessaris per poder fer ràpidament publicacions, butlletins o altres formats online. La periodicitat variarà en funció del volum de continguts, i la selecció d'aquest contingut guardarà relació amb l'audiència objectiu: a qui van dirigits aquests butlletins? A joves? O a persones que estan en contacte amb joves?

Una altra proposta que pot incrementar la difusió de les assessories és que, un cop cada "X" setmanes organitzin alguna activitat de dinamització de la informació sobre la seva temàtica d'expertesa. L'activitat es podria realitzar en qualsevol PIJ o bé en algun altre espai a convenir del territori d'actuació d'aquest PIJ, fent-ho coincidir amb els dies habituals d'assessories. Per mantenir la qualitat del servei, es bloquejarien per anticipat les hores de cita, de manera que aquella setmana no es realitzarien assessoraments individuals i les hores de treball intern es podrien dedicar a elaborar i difondre documentació de resum del que es tracti a l'activitat: infografia, vídeo resum, article de bloc, o el que l'assessor consideri més oportú.

En aquests serveis de "back office" també es necessita algú que vetlli per la formació del personal, elaborant plans de formació grupals i individuals, en funció de les tasques que ha de desenvolupar cada professional i el grau de coneixement d'eines i procediments per dur-les a terme.

EXPLOTACIÓ DE LES TIC

En l'era de la informació imprescindible aprofitar tot el potencial de les TIC per millorar la qualitat i eficiència del servei. Per començar, és de vital importància automatitzar totes aquelles tasques que comporten una despesa de temps i energia inútils (tractament estadístic dels indicadors mensuals i extracció d'informes intel·ligibles, alertes als usuaris que tenen cita, enviament de butlletins i notícies). Però també seria de gran ajuda trobar la manera d'agilitzar la distribució de continguts per "públic objectiu", per a això es requereix una reflexió prèvia sobre quins són els nostres públics objectiu. Així mateix, el treball en xarxa milloraria substancialment en aplicar eines de gestió digital que facilitin el treball en xarxa i col·laboratiu; des de Google Groups fins a xarxes socials obertes (Facebook) o tancades (Yammer, phpDolphin, Open Source Social Network...)

Quant al hardware, els joves solen tenir telèfon mòbil (Smartphone, en la seva majoria). Per què no buscar alguna manera que puguin portar-se una síntesi del que l'informador li ha explicat en el seu mòbil, ja sigui escanejant algun codi QR, o enviant-li un e-mail amb l'historial de navegació, i l'enllaç perquè se subscriu al butlletí (newsletter)? O bé, imitant el que ja es fa en algunes tendes, al final de la consulta podríem demanar-li al jove que empleni un qüestionari de valoració en pocs segons en una Tablet.

Des dels serveis d'informació juvenil estem acostumats a recollir, tractar i difondre la informació escrita. Existeixen moltes altres maneres més visuals i més atractives per als joves de presentar la informació. Últimament està en auge l'ús de les infografies (imatges obtingudes per procediments informàtics, que solen combinar text i representacions gràfiques), un producte informatiu bastant cridaner i fàcilment explotable pels PIJ. Qualsevol informador amb temps suficient de gestió interna, podria aprendre a utilitzar aplicacions per crear infografies: Piktochart, Easel.ly, Infogr.am, Visual.ly, Many Eyes, Hohli, etc...

Es podrien preparar infografies (com si fossin fitxes) perquè es puguin llegir bé en dispositius mòbils (smartphones), posant especial atenció a la grandària de lletra i el pes de l'arxiu. Després

es podrien compartir amb el jove per e-mail o xarxa social que vulgui, o si no li ve de gust donar-nos el seu contacte, podria escanejar amb el seu mòbil un codi QR que li portaria a l'enllaç de descàrrega directe d'aquesta infografia que estaria penjada a la web del PIJ.

GENERAR I COMPARTIR CONEIXEMENT

En finalitzar cada activitat, sintetitzarem la informació més rellevant que s'ha tractat, la transformarem en un producte informatiu breu, atractiu i fàcil de reexpedir (fitxa, presentació, infografia, vídeo o altres formats considerats adequats i interessants per l'audiència), i ho distribuïm a través de la nostra web, bloc o aplicació de caràcter social (Facebook, Twitter, Tuenti, Instagram, Youtube, Whatsapp, Snapchat, Line, WeChat, etc.) D'aquesta manera aconseguirem major difusió de la informació i del mateix servei, alhora que estarem generant un valuós banc d'informació pròpia.

Per culminar aquest objectiu faria falta idear un sistema per classificar-la informació molt més intuïtiu que el que s'utilitza actualment, de manera que qualsevol persona (jove, informador, un altre professional) el pugui trobar i recuperar. L'ideal seria un sistema que permeti classificar simultàniament per carpetes i etiquetes ("Tags"). Aquest sistema també hauria de permetre a qualsevol usuari compartir i comentar aquesta informació així com suggerir informacions relacionades. No oblidem que qualsevol usuari pot ser consumidor i productor d'informació (prosumidor).

Dinamització de la informació

Les activitats han d'aportar un valor afegit a més de la informació perquè al jove li valgui la pena desplaçar-se. Entren en joc factors com la proximitat, la disponibilitat i l'escala de prioritats. Abans de tancar la programació d'una activitat caldria fer una anàlisi de la competència: Hi ha algú que ja tracta del tema? En les dates que hem seleccionat, hi ha algun esdeveniment important (Partit de futbol, concert o una altra activitat interessant pel nostre "target" en el nostre àmbit territorial) que faci ombra? El mateix dia de l'activitat, sortir al carrer a buscar als joves pot ser una manera una miqueta anàrquica i aleatòria però sorprenentment efectiva d'arribar als més "despenjats". A més d'interessant, l'activitat ha de ser atractiva. El format "xerrada" està molt gastat i resulta d'entrada poc atractiu. Cal buscar maneres creatives i, perquè no?, divertides de dinamitzar la informació.

Seria convenient deixar un temps al final perquè l'informador, el professional del PIJ que acull l'activitat, no la persona que l'ha conduït, faci el tancament. No hi ha educació sense el comportament reflexiu, així que el primer punt d'aquest tancament d'activitat seria incitar als assistents a reflexionar sobre la informació que han rebut: "Amb què us heu quedat? Quin aprenentatge us emporteu d'aquesta activitat? Per a què us ha servit?" També es pot aprofitar el tancament per remarcar on poden ampliar informació si estan interessats en el tema (perquè és més fàcil memoritzar la ubicació de la informació que la informació en si mateixa), i recordar properes activitats relacionades amb el tema (siguin nostres o d'uns altres). Oferir aquesta informació aporta valor afegit al fet d'assistir a una activitat, consolida la imatge del PIJ com a servei de referència en informació juvenil i contribueix a la difusió del servei.

Pla de comunicació

"Una proporció considerable de la comunicació que té lloc en internet és en gran part espontània, desorganitzada i amb finalitats diversificades" (Castells, 2005) No obstant això, per aconseguir una comunicació efectiva ha d'estar ben planificada. Les grans institucions i els

serveis de nivell “back office” solen tenir aquest tema més treballat, però rarament trobem un PIJ de “front office” amb un pla de comunicació.

El més important d'un pla de comunicació és aclarir els objectius: definir clarament què volem comunicar i a quins públics objectiu. Sobre la base d'això, escollirem els canals, llenguatges i formats més adequats. (Per exemple: potser per comunicar certa informació ens interessi una estratègia “transmedia”, utilitzant les xarxes socials per arribar al públic femení i tècniques de “gamificació” per arribar a nois adolescents, entre altres). Atès que els informadors juvenils no solen tenir una formació prèvia en comunicació, seria recomanable incloure aquest tema en el seu pla de formació, així com necessitem poder comptar amb algú expert que assessori contínuament els punts d'informació en temes de comunicació, sobretot digital, i difusió.

Cal procurar el màxim de concreció i precisió en el moment de definir el públic objectiu d'una informació que vulguem difondre; així com parar especial atenció en la perspectiva de gènere, les minories culturals i els joves en situació d'exclusió; no tant per fer activitats o productes especials per a cada audiència objectiu sinó per trobar canals de comunicació efectius, establir un vincle de confiança i normalitzar la participació d'una audiència heterogènia en les activitats adreçades al col·lectiu de joves en general.

Xarxes socials

Són pocs els PIJ que disposen d'una estratègia planificada en comunicació, però, encara que sigui una mica a la bona de Déu, a majoria de PIJ ja utilitzen les xarxes socials. Per intentar posar una mica d'ordre i planificació es podria començar per fer una anàlisi de l'audiència actual: qui ens segueix i ens deixa de seguir? Quin tipus de missatges són els més vists i compartits? Igual ens adonem que els nostres seguidors que no són els que esperàvem, i que hem de canviar de llenguatge, o format d'informació, o abandonar aquesta xarxa social i buscar alternatives.

L'era de la informació es caracteritza pel model de societat en xarxa. Doncs llavors hem d'aprofitar-nos d'aquesta xarxa per donar a conèixer el nostre servei, difondre la informació juvenil i generar coneixement. La clau és canviar el patró de comunicació: passar del model EMISSOR al model PROSUMIDOR. És a dir, deixar de considerar els joves com a mers receptors de la informació que emet el PIJ, per poder veure que tant informadors com a joves són receptors i productors d'informació.

Aquestes persones i organitzacions del nostre entorn que produeixen informació, poden resultar d'interès pel PIJ perquè, d'una banda, ja demostren tenir una cultura informacional i, d'altra banda, poden tenir una audiència a la qual ens agradaria arribar. Localitzar i contactar aquests prosumidors (siguin joves, professionals, o altres persones d'influència), i incorporar-los com a nodes del nostre ecosistema d'informació; implicarà una inversió en recursos, siguin humans o econòmics, potencialment recompensable amb l'increment exponencial de l'abast de la difusió d'informació. Per exemple: podríem demanar directament a aquestes persones que ens ajudin a difondre la informació (sense abusar); o bé, al programar una campanya, explicar-los-hi les nostres propostes i demanar opinió, comentaris i aportacions; o bé, en acabar cada activitat o campanya, publicar una notícia i demanar valoracions (enquesta de Facebook, recompte de “likes” i “dislikes” ...). La intenció de tota aquesta conversa és crear comunitat (com el que al seu moment es pretenia aconseguir amb la pàgina de Facebook “Fanàtics BCN”) que aportí algun valor afegit entorn del tema.

Per als informadors, les xarxes socials són eines de treball, per tant, si aquests desconeixen com funcionen (bé perquè mai l'han utilitzat, bé perquè és una eina nova) cal proporcionar-los la formació necessària. L'ideal seria tenir en plantilla algun professional que es pugui dedicar

gairebé en exclusivitat a explotar les xarxes socials i tasques varies de difusió (p. ex.: social media manager) que podria contractar-se des d'un servei de nivell "back office" per donar suport i assessorament a diversos PIJ de nivell "front office".

AVALUACIÓ

Els Punts d'Informació Juvenil són serveis públics i gratuïts. Això vol dir que els ciutadans ja han "pagat" amb els seus impostos el cost d'aquest servei. Fer que aquest esforç econòmic dels ciutadans valgui la pena és una qüestió de responsabilitat pública i compromís amb la ciutadania. Els PIJ, com qualsevol altre servei públic, ha de perseguir l'excel·lència.

Per saber si el servei que estem prestant és de qualitat l'hem de sotmetre a avaluacions constants. Cada acció, activitat, campanya, producte informatiu del PIJ ha d'anar acompanyat de l'avaluació corresponent abans, durant i després de la seva realització.

Abans de recollir els indicadors ens hem de fer les preguntes adequades: Quina informació necessitem reflectir exactament per poder prendre decisions? No podem conformar-nos amb percepcions subjectives (jo crec, jo veig, tinc la impressió que... i no em vénen els joves...), sinó quantificar-ho, recollir-ho amb uns indicadors que serveixin per respondre a preguntes concretes i després ens serveixin per justificar accions.

Durant la programació de l'activitat o la prestació del servei hem de buscar mecanismes per saber si la informació és rellevant, útil, usable, exhaustiva, detallada, precisa, focalitzada, comprensible, de format adequat i visualment agradable per a l'usuari. Per posar alguns exemples:

- Als PIJ de nivell "front office", en els que la recollida d'indicadors ha de ser molt més anònima i simplificada, durant períodes curts d'1 o 2 setmanes cada "X" mesos es podrien recollir qüestionaris d'avaluació de les consultes individuals (amb un formulari que haguem preparat en una "Tablet", per exemple)
- Als assistents a les activitats i campanyes, o als usuaris dels serveis de nivell "back office", com que ja tindrem el seu contacte, els hi podríem enviar un qüestionari de valoració per correu electrònic (mitjançant Google Forms, Typeform o alguna altra aplicació que automatitzi la recollida i tractament de dades)
- Si llancem alguna infografia o producte informatiu via xarxes socials o altres plataformes 2.0, podríem demanar valoracions, comentaris i aportacions per saber si s'entén, si és visualment agradable... Especialment amb el llançament de les primeres infografies, vídeos o altres tipus de productes, amb l'objectiu de saber si anem per bon camí o les hem de refer.

Després del tancament de cada campanya, cicle d'activitat o temporada del servei s'haurien d'avaluar els resultats, incidint especialment en criteris qualitatius. Sobre la base de les conclusions d'aquesta avaluació es proposarien millores: Què ha de seguir igual? Què hauria de canviar? I per canviar, fa falta formació? Cal investigar nous mètodes, tècniques i tecnologies?

La finalitat de totes aquestes avaluacions és obtenir propostes de millora per ser aplicades, no per guardar-les en un calaix. A l'inici de cada cicle o campanya d'activitats, es recuperaria l'avaluació de l'edició anterior, si és que hi ha precedent. A més, es podrien realitzar exercicis de creativitat (p. ex. Pluja d'idees) o de treball cooperatiu, fomentats en dinàmiques de cohesió de treballadors (presencials) i eines TIC que ho facilitin (per seguir amb el treball cooperatiu a distància), per incentivar la innovació i creativitat a la programació de campanyes i activitats de dinamització de la informació.

Per acabar o, millor dit, per començar el curs (temporada) amb les idees clares seria altament recomanable reunir a tot l'equip de professionals, integrant personal de “front office” i “back office”, amb l'objecte de realitzar una reflexió anual, reprenent els objectius, finalitats del servei i valors que ens mouen. L'ideal és que aquests dies es pugui treballar a porta tancada, així també podria aprofitar-se aquest període per programar el calendari de formació contínua dels informadors, el calendari de les activitats i campanyes del curs i la posada a punt dels serveis per a la seva obertura.

5.1. Projecte d'un PIJ reformulat.

“Els canvis profunds s'aconsegueixen començant per poc, a poc a poc i de manera continuada” (Ángel Martínez – Hernández)

La proposta que llegireu a continuació no deixa de ser un model teòric, que he procurat aproximar el màxim a un cas real de PIJ tipus “front office”, prenent l'exemple del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso- Sant Andreu. No es tracta del millor ni el pitjor projecte de punt d'informació juvenil adaptat a la societat de la informació, sinó el que a mi m'ha semblat que més podria ajustar a la idiosincràsia d'aquest servei del Districte de Sant Andreu (Aj. Barcelona).

Com tota proposta teòrica, si es vol aplicar en aquest PIJ o en qualsevol altre, caldrà revisar i adaptar tots els punts mencionats al context i necessitats específiques del municipi i del servei.

----- PROJECTE: SERVEI D'ORIENTACIÓ JUVENIL DEL DISTRICTE DE SANT ANDREU -----

1. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI

Nomenclatura

El nom d'un servei reflecteix la seva identitat, ha de servir per identificar clarament què s'hi trobarà l'usuari. Així doncs, m'ha semblat coherent que la primera proposta consisteixi en un canvi de nom. La denominació “punt d'informació” té connotacions molt lligades al lloc, l'espai on es desenvolupa l'acció d'informació. Anomenant-ho “servei” pretenc posar l'èmfasi en la tasca que desenvolupen els professionals, que no és només donar informació sinó que el valor afegit de la seva feina està en l'orientació. La segona part del terme fa referència al públic objectiu i l'àmbit territorial al qual s'adreça el servei: els i les joves del Districte de Sant Andreu.

Aquesta seria la denominació oficial, però al tractar-se d'un terme molt llarg es podria utilitzar un terme abreviat, que, provisionalment, podria ser el que s'utilitza actualment “PIJ Garcilaso” a l'espera de fer un procés participatiu entre el jovent del Districte de Sant Andreu, per proposar i escollir el sobrenom més adequat per aquest servei. Evidentment, és molt probable que, en la quotidianitat, molts dels joves usuaris es refereixin al servei pel nom propi dels professionals que els atenen.

Definició

El Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu és un servei públic, universal i gratuït, adreçat principalment a persones joves, que ofereix informació, orientació i assessorament sobre diverses temàtiques que poden ser del seu interès (estudis, treball, salut, habitatge,

cultura, participació, turisme, etc...) amb la finalitat d'afavorir l'autonomia, el desenvolupament personal i la participació social de les persones joves del Districte de Sant Andreu.

Marc Normatiu

En la prestació del Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu es vetllarà pel compliment de la següent normativa:

- Carta Europea d'Informació Juvenil (ERYICA)
- Principis d'informació en línia a la Joventut (ERYICA)
- Pla Nacional de Joventut de Catalunya 2020 o la normativa marcada per la Direcció General de Joventut vigent en el moment d'executar el present projecte.
- Pla Director de la política de joventut de l'Ajuntament de Barcelona o normativa vigent.
- Pla d'Equipaments Juvenils de l'Ajuntament de Barcelona o normativa vigent.

Principis i valors

Qualsevol acció que es desenvolupi des del Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu es guiarà pels valors de: transformació de la societat, flexibilitat i adaptabilitat al canvi, enfortiment de les xarxes, innovació i creativitat.

El Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu considerarà a cada ciutadà/ana jove com a protagonista del seu propi procés de desenvolupament personal.

Objectius generals

- Afavorir l'autonomia, el desenvolupament personal i la participació social dels i les joves mitjançant l'accés a tots aquells recursos informatius que puguin ser del seu interès.
- Orientar i assessorar a la persona jove del districte en el desenvolupament d'habilitats informacionals (de recerca, síntesis, comprensió i tractament de la informació) adaptada a les seves necessitats.

Objectius específics

- Realitzar accions de gestió de la informació (recerca, tractament, elaboració, difusió i classificació), per tal d'oferir serveis d'orientació informativa i, si escau, d'assessorament, sigui de manera presencial (individualitzada o en grup) o no presencial (telefònica, correu electrònic, mitjans telemàtics...) tant a la gent jove com a professionals que desenvolupen accions en matèria de joventut.
- Coordinació i col·laboració amb els serveis i professionals que treballen amb els joves al Districte de Sant Andreu, amb la xarxa de serveis d'informació juvenil de la ciutat, i els equipaments i serveis on es desenvolupa l'atenció presencial (habitual i descentralitzada)
- Esdevenir el punt referencial de la informació que es genera al districte i que els joves puguin necessitar.
- Fer difusió d'aquells temes d'interès per a la gent jove mitjançant l'exposició informativa i l'elaboració de productes comunicatius (web, butlletí electrònic, agendes mensuals, infografies, vídeos, documents, etc.)
- Crear totes aquelles estratègies que possibilitin oferir un servei eficient.

Destinatariis

El Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu està adreçat principalment a tota població adolescent i jove²⁷ del Districte de Sant Andreu, però també procurarà esdevenir un servei de referència pel que fa a informació juvenil per a tècnics i professionals que desenvolupen accions en matèria de joventut.

Recursos informatius

Els recursos informatius d'un PIJ han d'abastar els diversos àmbits temàtics que són de principal interès per a la gent jove: treball, habitatge, formació, mobilitat internacional, salut, cultura, oci i lleure, participació, voluntariat i cooperació, turisme i altres temes que es puguin detectar d'interès per a la gent jove

2. INFRAESTRUCTURA: ESPAIS I EQUIPAMENT

Els espais on es desenvoluparà el servei d'orientació juvenil estaran situats preferentment en equipaments d'ús freqüent per part dels joves. Poden ser espais polivalents i n'hi hauria prou amb què estiguin disponibles en el moment en què els necessiten els informadors, no cal hipotecar-los per a ús exclusiu del Servei d'Orientació Juvenil. Recordem que es tracta d'un servei flexible.

Espais d'atenció al públic:

La seu central del servei estarà ubicada en un equipament juvenil de referència (que podria ser l'Espai Jove Garcilaso tal com fins ara), accessible des del carrer, sense barreres arquitectòniques ni visuals. Caldran taules i cadires però no taulells; s'eliminen les barreres físiques entre professionals i usuaris, en la tasca d'orientació juvenil l'informador està "literalment" al costat del jove per facilitar la comunicació no verbal entre els dos i emfatitzar el paper d'acompanyament en procés d'aprenentatge. També es necessitaran ordinadors (poden ser portàtils o de sobretaula, però caldrà prendre mesures de seguretat per evitar furtis), i connexió a Internet.

Per les tramitacions de carnets caldrà també un ordinador d'ús exclusiu pels informadors i una impressora de carnets.

L'espai d'atenció pels assessoraments juvenils ha de ser un racó tranquil, pot estar (o no) separat físicament de l'espai d'atenció al públic, en cas de ser així hauria de ser accessible directament des de l'espai d'atenció del Servei d'Orientació Juvenil. Si l'assessor no té ordinador portàtil, se li prestarà un dels ordinadors del servei. L'espai d'assessorament també ha de disposar d'accés a Internet i impressora.

Els espais d'atenció descentralitzats (PIJ Mòbil, o l'antena dels divendres) estaran situats llocs d'ús freqüent per part dels joves del Districte de Sant Andreu, (sigui dins d'equipaments, o al medi obert). L'informador necessitarà un telèfon mòbil, per poder atendre consultes fóra de l'oficina, i una "Tablet" o altre dispositiu portàtil (i portable, lleuger) per poder consultar qualsevol informació a Internet i registrar indicadors. La connexió a internet pot fer-se a través de wifi o bé connexió de dades de la mateixa "Tablet".

²⁷ Recordem que, segons dades estadístiques extretes de <http://www.bcn.cat/estadistica/> a 1 de gener de 2014 hi vivien al Districte de Sant Andreu 37.946 joves d'entre 12 i 35 anys

Espais de treball intern:

Ha de ser un espai tranquil, on no hi hagi tràfec de gent i que es pugui tancar. Es necessitarà un ordinador per cada professional que hi treballa al Servei d'Orientació Juvenil, (que poden ser portàtils), connexió a internet d'alta velocitat, accés a una impressora i un escàner. També es necessitarà un telèfon, que podria ser un mòbil (Smartphone), i es podria utilitzar com a telèfon del servei.

Es necessitaran taules i cadires ergonòmiques, armaris per guardar material i documentació, i un armari de seguretat per guardar els equips informàtics (portàtils, tauletes, Smartphone i altres dispositius o material de valor que es pugui anar adquirint pel servei)

També es necessitarà disponibilitat d'un espai per fer reunions de treball (taules i cadires, pissarra o papel·lògraf, endolls i connexió wifi)

Espais per fer activitats de dinamització de la informació

En funció de l'activitat concreta es requerirà un espai o altre; des de sales diàfaness i sense mobiliari, a sales de conferències, aules –taller, sales d'ordinadors o altres espais polivalents.

3. HORARIS

Una part dels horaris seran fixes, per donar certa estabilitat i continuïtat al servei, i transmetre certa imatge de fiabilitat als usuaris i col·legues professionals. Una altra part seran horaris flexibles, donant marge al servei per adaptar-se constantment a la realitat juvenil del moment.

Horaris d'atenció al públic:

- La seu central del Servei d'Orientació Juvenil romandrà oberta al públic les tardes de dilluns, dimecres i dijous de 16 a 20 h, i dimarts al matí de 10 a 14 h. Poden aprofitar-se aquestes franges horàries per fer coincidir l'horari d'atenció de les assessories de la Xarxa PIJ.
- Els divendres de 17 a 20 h es realitzarà l'atenció al públic descentralitzada en altres espais freqüentats per la gent jove. De 16 a 17 h l'informador/a es dedicarà a tasques de coordinació amb la persona de referència d'aquest espai (responsable de l'equipament, dinamitzador juvenil, educador...). En aquest cas l'horari és fixe – sempre els divendres a la tarda -, i la rotació pels diferents equipaments serà d'un cop al mes. Per exemple:
 - o 1ª setmana de mes: Espai Via Bàrcino (Trinitat Vella)
 - o 2ª setmana: Centre Cívic Bon Pastor
 - o 3ª setmana: Ateneu Harmonia – Casal de Barri Sant Andreu
 - o 4ª setmana: Intercanviador Jove Garcilaso (La Sagrera)
- Es podran destinar fins a un màxim de 6 h setmanals per atenció directa amb joves amb el servei de PIJ Mòbil (horaris i espais a convenir)

A mesura que es vagi veient l'evolució del servei, es podran flexibilitzar més franges horàries.

El punt d'informació juvenil romandrà tancat al públic del 16 de Juliol a l'11 de Setembre ambdós inclosos.

Horaris de treball intern

També tindran una part fixa, per afavorir la constància de les coordinacions i treball en xarxa, i una part flexible, adaptable a les realitats dels diferents serveis amb qui s'han de coordinar els professionals.

Treball intern fix: - Dilluns al matí de 4 h: coordinació i treball conjunt de tot el personal del PIJ Garcilaso

- Es reservarà un temps setmanal de 4 h seguides durant un matí a la setmana per enfortir la coordinació, cohesió de grup i treball conjunt amb la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona. Es proposa el divendres de 10 a 14 h, però s'haurà d'acabar d'ajustar a la disponibilitat de la resta d'informadors i assessors de la Xarxa PIJ. El treball col·laboratiu podrà realitzar-se de manera presencial o a distància.

Treball intern flexible: la resta²⁸ d'hores destinades a treball intern, formació, coordinació en xarxa, difusió del servei i realització d'activitats es repartiran en els moments i espais que els professionals del servei considerin més oportuns en funció de les necessitats de coordinació, formacions, tipus de tasques a fer i infraestructura necessària.

Les hores exactes estan subjectes a modificacions per poder ajustar-se a les necessitats de coordinació de les diferents xarxes de serveis.

El personal realitzarà exclusivament tasques de treball intern del 16 al 31 de juliol (revisió del servei, redacció de memòries, elaboració de material informatiu, revisió del banc de dades, etc.) i de l'1 al 10 de setembre (formació, coordinació i treball en xarxa, planificació del següent curs, programació d'activitats i campanyes, etc.). El personal disposarà d'un mes de vacances (preferentment de l'1 al 31 d'Agost)

4. FUNCIONS I TASQUES A DESENVOLUPAR

Atenció al públic individual:

- Oferir informació, orientació i, si escau, assessorament a les persones usuàries del servei
- Atendre les consultes dels usuaris presencialment a la seu del Servei d'orientació Juvenil, i als equipaments i espais d'atenció descentralitzada ("PIJ Mòbil" i "Antena" dels divendres)
- Atendre les consultes dels usuaris per telèfon, per correu electrònic i altres mitjans telemàtics
- Tramitació de carnets internacionals d'alberguista
- Recull d'indicadors quantitatius i qualitatius d'ús del servei, de grau de satisfacció i grau d'acompliment d'objectius

Activitats:

- Programació, realització i avaluació d'una activitat de dinamització de la informació cada quadrimestre, com a mínim, a cada equipament on es realitza atenció al públic
- Programació, realització i avaluació d'una activitat de dinamització de la informació cada quadrimestre, com a mínim, sobre cada un dels eixos temàtics de la informació juvenil

²⁸ Veure Annex 1 – Proposta de distribució horària

Difusió:

- Manteniment i actualització, diversos cops a la setmana, dels mitjans de comunicació digital del servei (bloc, pàgina web, xarxes socials, etc.)
- Recerca de possibles públics objectius en funció de l'àmbit temàtic, el tipus de material informatiu, i el tipus d'activitat de dinamització de la informació
- Recerca i contacte amb persones joves, que generen contingut a internet (prosumidors) relacionat amb els eixos temàtics d'informació juvenil i/o amb el Districte de Sant Andreu
- Difusió per avançat i a posteriori de les activitats de dinamització juvenil
- Difusió dels materials informatius elaborats
- Difusió del servei
- Recull d'indicadors quantitatius i qualitatius

Treball intern:

- Recerca, selecció, síntesi i tractament d'informació d'interès per a joves
- Elaboració de materials informatius usables, comprensibles, fiables, visualment atractius, d'utilitat i rellevància per a les persones joves
- Mantenir-se formats e informats sobre novetats en informació juvenil, hàbits i interessos informatius de les persones joves, i sobre habilitats, tècniques i tecnologies de: gestió de la informació, gestió de serveis d'orientació, comunicació (presencial i digital), creativitat, gestió de les emocions i treball cooperatiu.
- Promoció de la participació juvenil en relació a aspectes concrets del servei d'orientació juvenil (p. ex: propostes de canvis i millores en el servei, propostes d'activitats de dinamització informativa, etc.)
- Coordinació i treball en equip de treballadors del PIJ
- Elaboració de memòries mensuals, quadrimestrals i anuals sobre l'evolució del servei

Xarxa:

- Coordinació i treball conjunt amb la xarxa de punts d'informació juvenil de l'ajuntament de Barcelona
- Coordinació i treball conjunt amb tots els equipaments on es desenvolupa l'atenció al públic del servei d'orientació juvenil
- Coordinació i treball conjunt amb la xarxa de serveis a la joventut del Districte de Sant Andreu
- Recerca de noves possibilitats de col·laboració amb altres serveis i xarxes que afectin les persones joves de Districte de Sant Andreu

5. PERSONAL

Es preveu que per dur a terme les tasques referides caldrà la contractació dels següents perfils professionals:

- 1 Coordinador del Servei d'Orientació Juvenil – perfil de gestió, a 37,5 h setmanals
- 1 Orientador juvenil – perfil d'animació, a 37,5 h setmanals
- 1 Orientador juvenil – perfil de difusió, a 25 h setmanals

Els professionals del punt d'informació juvenil hauran de reunir com a mínim les característiques següents:

- Formació bàsica en l'àmbit de joventut, i coneixement de la realitat juvenil del Districte de Sant Andreu

- Habilitats informacionals (recerca, síntesis, capacitat de comunicació oral i escrita, perfecte ús del català i castellà) i coneixements en informació juvenil.
- Coneixements d'ofimàtica, i eines i aplicacions TIC per la gestió de la informació
- Capacitat d'aprenentatge i utilització de coneixements, capacitat de comunicació interpersonal, treball en equip i cooperació, creativitat, flexibilitat i capacitat de gestió del canvi

Coordinador/a del servei d'orientació juvenil

Aquest professional, a més de les característiques comentades anteriorment, hauria de disposar formació en el camp social i, en especial, en orientació juvenil (per exemple: pedagogia, educació social, periodisme o documentació). També serien valorables coneixements en lideratge, coaching o PNL o comunicació interpersonal. Caldrà que tingui capacitat d'atenció al públic, empatia, escolta activa, assertivitat, iniciativa i creativitat.

En tractar-se d'un perfil de gestió del servei, serà molt valorable que tingui coneixements avançats en ofimàtica i eines de gestió digital; així com capacitat de planificació i organització, coordinació d'equips, networking, i que vetlli per l'ordre i la qualitat en el servei així com orientació a l'assoliment dels objectius i finalitats del servei.

Orientador juvenil, perfil animació

Aquest professional, hauria de disposar formació en el camp social, en orientació juvenil i dinamització de grups de joves (per exemple: educació social, animació sociocultural, etc.). També serien valorables competències en lideratge.

Al tractar-se d'un perfil més orientat a la dinamització informativa i la participació, caldrà que tingui capacitat d'atenció al públic, empatia, escolta activa, assertivitat, iniciativa i creativitat; així com serà molt valorable que experiència i coneixements sobre participació juvenil.

Orientador juvenil, perfil difusió

En tractar-se d'un perfil més orientat a la difusió del servei i dels productes informatius; aquest professional hauria de disposar formació en el camp social i en l'àmbit de comunicació digital. Haurà de tenir habilitats informacionals, i coneixements demostrables de gestió de xarxes socials, webs, blocs i altres recursos TIC de gestió de la informació. Seran valorables coneixements bàsics de curació continguts, màrqueting digital i experiència en participació juvenil on-line.

D'igual manera que els tècnics que realitzen les assessories són contractats per la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de l'Ajuntament de Barcelona (servei tipus "back office") el tècnic de difusió també podria ser personal compartit bé amb la Xarxa PIJ, bé amb l'equipament o equipaments on s'emplaça el servei d'orientació juvenil (p. ex: Espai Jove Garcilaso). En aquest cas es requerirà com a mínim:

- 6 hores setmanals de dedicació exclusiva del tècnic de difusió per coordinar-se amb l'equip de treballadors del Servei d'Orientació Juvenil, fer difusió del servei, productes informatius i activitats pròpies, fer recerca de joves prosumidors i públic objectiu del Districte de Sant Andreu i promoure la participació juvenil i la generació de conversa entorn del servei. També caldria acordar qui, com i quan es realitza el manteniment de webs, xarxes socials i altres perfils comunicatius del Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu.
- 6 hores setmanals de dedicació exclusiva de cada assessor, 3 h d'atenció directa a usuaris amb cita prèvia i 3 h de treball intern, per coordinar-se amb l'equip de treballadors del

Servei d'Orientació Juvenil, elaborar productes informatius propis i programar, realitzar i avaluar activitats de dinamització informativa sobre la seva temàtica d'expertesa, al Districte de Sant Andreu

6. PRESSUPOST

Concepte		Import Anual
Personal²⁹		€ 73.459,93
Coordinador/a del servei, perfil gestió -	Categoria coordinador/a de projectes pedagògics i de lleure, a 37,5h	€ 27.862,40
Orientador/a juvenil, perfil animació	Categoria Informador/a juvenil, a 37,5h	€ 25.230,90
Orientador/a juvenil, perfil difusió	Tècnic d'atenció especialitzada nivell B, a 25h	€ 18.574,93
Suplències i reforç		€ 1.791,71
Activitats		€ 1.500,00
Elaboració de materials informatius		€ 1.000,00
Desplaçaments		€ 400,00
Material informàtic i altres dispositius³⁰		
3 Portàtils	només el primer any	€ 1.500,00
1 Tablet + 1 Smartphone	només el primer any	€ 600,00
Línia telèfon mòvil + dades tablet		€ 400,00
Gestió³¹		€ 7.635,99
IVA 21%		€ 17.870,14
TOTAL		€ 103.966,07
TOTAL 1r ANY		€ 103.966,07
TOTAL 2n ANY I SEGÜENTS		€ 102.266,07

²⁹ Salari calculats segons les taules salarials de 2016 del III Conveni del lleure educatiu i sociocultural de Catalunya. No s'inclouen els salaris dels assessors ja que la seva contractació va a càrrec de la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona. La part proporcional del servei que prestarien al Servei d'Orientació Juvenil Sant Andreu (6 h setmanals) tindria un valor aproximat de 4000€ anuals per cada assessoria.

³⁰ Seria molt recomanable que l'Institut Municipal d'Informàtica de l'Ajuntament de Barcelona se'n fes càrrec directament de l'adquisició, inventari i manteniment d'aquests dispositius.

³¹ Aquest pressupost està elaborat seguint el supòsit que l'Ajuntament de Barcelona vulgui externalitzar la gestió d'aquest servei.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguadero, F. (2000). *La sociedad de la información* (2ª ed.). Madrid: Acento Editorial.
- Aguilera, A. (15 / juliol / 2015). Entrevista a la Directora de l'Espai Jove Garcilaso, Districte de Sant Andreu. (D. Perea, Entrevistador)
- Ajuntament de Barcelona. Àrea de Joventut. (2008). *Pla d'Equipaments Juvenils de Barcelona 2008- 2015*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Albornà, R. (2005). *La informació juvenil: Una aposta per la qualitat i el treball en xarxa*. Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Area, M., Gros, B., & Marzal, M. A. (2008). *Alfabetizaciones y tecnologías de la información y comunicación*. Madrid: Síntesis.
- Bauman, Z. (2008). *Una nova escena del drama entre vell i jove* (1 ed.). Observatori Català de la Joventut.
- Burch, S. (2005). *Lectura nº 10. Sociedad de la Información y el conocimiento*. Consultat el 28 / maig / 2015, a <http://www.uovirtual.com.mx/moodle/lecturas/basc/10.pdf>
- Cañellas, A. (28 / setembre / 2011). La figura dels curadors de continguts contra la infoxicació. *Blocs fem xarxa*. Consultat el 14 / juliol / 2015, a <http://blocs.gencat.cat/blocs/AppPHP/femxarxa/2011/09/28/la-figura-dels-curadors-de-continguts-contra-la-infoxicacio/>
- Caño, S. (3 / agost / 2015). Entrevista al Coordinador del Servei Integral d'Informació Juvenil, de l'Ajuntament de Barcelona. (D. Perea, Entrevistador)
- Caro, H., & Gómez, E. (16 / abril / 2015). Entrevista als informadors del Punt d'Informació Juvenil Garcilaso. (D. Perea, Entrevistador)
- Casanovas, J. (2009). *Política de Joventut: Glossari de Termes* (1 ed.). Girona: Documenta Universitària.
- Castells, M. (24 / juliol / 2001). *Globalización y antiglobalización*. Consultat el 11 / juliol / 2015, a <http://firgoa.usc.es/drupal/node/4899>
- Castells, M. (10 / abril / 2002). Sesión 1: Cultura y Sociedad del Conocimiento: Presente y perspectivas de futuro. *La dimensión Cultural de Internet*. Consultat el 28 / abril / 2015, a http://www.uoc.edu/culturaxxi/esp/articles/castells0502/castells0502_imp.html
- Castells, M. (2005). *La era de la información: vol.1 La sociedad Red* (3a ed.). Madrid: Alianza Editorial.
- Castells, M. (2006). Globalisation and identity: a comparative perspective. *Transfer*, 56-67.
- Castells, M. (07 / abril / 2014). *A obsolescência da educação*. Consultat el 24 / abril / 2015, a Youtube: <https://youtu.be/eb0cNrE3I5g>

- Castells, M. (sense data). Internet y la sociedad red. *Lliçó inaugural del programa de doctorat sobre la societat de la informació i el coneixement*. UOC. Consultat el 28 / abril / 2015, a <http://www.uoc.edu/web/cat/articles/castells/castellsmain2.html>
- Castells, M., Tubella, I., Sancho, T., & Roca, M. (2007). *La transición a la sociedad red*. Barcelona: Ariel.
- Castells, M., Tubella, I., Sancho, T., Díaz de la Isla, M. I., & Wellman, B. (2003). *La societat Xarxa a Catalunya*. Barcelona: Editorial UOC.
- Cobarsi-Morales, J. (2011). *Sistemas de Información en la empresa*. Barcelona: Editorial UOC.
- Coll, J. (2007). Actualitat de les polítiques afirmatives. A D. d. Barcelona, *Joventut i polítiques de joventut: 25 aportacions* (1 ed., Vol. 9, p. 41-45). Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Cornella, A. (1999). Gestió de recursos d'informació. (UOC, Ed.)
- Cornella, A. (2000). *Cómo sobrevivir a la infoxicación*. Consultat el 2014 / desembre / 14, a Infonomia.com: http://www.infonomia.com/img/pdf/sobrevivir_infoxicacion.pdf
- Cornella, A. (2002). *Infonomia!com*. Bilbao: Deusto.
- Cornella, A. (19 / gener / 2010). *Los problemas que afrontará la siguiente generación*. Consultat el 07 / juliol / 2015, a <https://youtu.be/PHCh-2pIWmU>
- Costa, L. (2009). *La comunicació local*. Barcelona: Editorial UOC.
- Díez Rodríguez, Á. (2003). Ciudadanía Cibernética, La nueva utopía tecnológica de la democracia. A J. Benedicto, & M. L. Morán, *Aprendiendo a ser ciudadanos. Experiencias sociales y construcción de la ciudadanía entre jóvenes* (p. 193-216). Madrid: Injuve.
- Districte de Sant Andreu. (juny / 2000). Plec de condicions tècniques per la gestió de serveis del punt d'informació i orientació educativa del centre Garcilaso. Ajuntament de Barcelona.
- Eisenberg, M. B., Lowe, C. A., & Spitzer, K. L. (2004). *Information Literacy: Essential Skills for the Information Age*. Westport (USA): Libraries Unlimited.
- European Youth Information and Counselling Agency. (19 / febrer / 2004). *Carta Europea d'Informació Juvenil*. Consultat el 15 / febrer / 2015, a ERYICA: <http://eryica.org/sites/default/files/European%20Youth%20Information%20Charter%20I%20Catalan%20Version.pdf>
- European Youth Information and Counselling Agency. (05 / desembre / 2009). *Principis d'informació en línia a la joventut*. Consultat el 15 / febrer / 2015, a ERYICA: http://eryica.org/sites/default/files/Principles%20for%20Online%20Youth%20Information_Catalan.pdf
- Eurostat. (2014). *Internet use statistics*. Consultat el 15 / juny / 2015, a <http://ec.europa.eu/eurostat>
- Feixa, C. (2014). *De la generación@ a la #generación: la juventud en la era digital*. Barcelona: Ned ediciones.

- Fernández-Planells, A., & Figueras-Maz, M. (8 / setembre / 2014). *Joves hiperconnectats*. Consultat el 3 / juliol / 2015, a Capçalera: Revista del col·legi de periodistes de Catalunya: <http://www.periodistes.org/ca/article/joves-hiperconnectats-252.html>
- Generalitat de Catalunya, Departament de Benestar Social i Família. (2013). *Pla Nacional de Joventut de Catalunya*. Catalunya: Unitat d'Autoedició i Disseny de la Direcció General de joventut.
- Generalitat de Catalunya, Departament d'Empresa i Ocupació. (10 / juliol / 2015). *III Conveni del lleure educatiu i sociocultural de Catalunya*. Consultat el 29 / agost / 2015, a Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya, num 6910: http://jovecat.gencat.cat/web/.content/_documents/arxiu/vacances_i_estades/caus_esplais__altres_entitats_educacio_lleure/normativa/3r_Conveni_collectiu_sector_lleure_educatiu_anys_2011_2016.pdf
- Guallar, J. (18 / maig / 2015). Entrevista a Javier Guallar, content curator, editor y profesor universitario. (A. Macías, Entrevistador) Consultat el 14 / juliol / 2015, a <http://www.biblogtecarios.es/adrianmacias/entrevista-javier-guallar/>
- Guallar, J., & Leiva, J. (28 / març / 2014). El content curator: guia básica para el nuevo profesional de internet. (D. Gómez, Entrevistador) Consultat el 14 / juliol / 2015, a <http://www.biblogtecarios.es/davidgomez/el-content-curator/>
- Guallar, J., & Leiva-Aguilera, J. (2013). *El content curator*. Barcelona: Editorial UOC.
- Jares, X. R. (2002). Métodos y actividades didácticas. A M. Rodríguez, F. Blázquez, I. Cantón, V. González, C. Moya, & X. Jares, *Didáctica General: Qué y cómo enseñar en la sociedad de la información* (p. 243-270). Madrid: Biblioteca Nueva.
- Katz, J. E., & Rice, R. E. (2005). *Consecuencias sociales del uso de Internet*. Barcelona: Editorial UOC.
- Llopart, I., & Serracant, P. (2004). *Debats i lectures sobre polítiques de joventut* (1 ed., Vol. Sinèrgia 7). Catalunya: Generalitat de Catalunya, Secretaria General de Joventut.
- López, J., Cebollada, À., & García, E. (2013). Cultura i oci. Les activitats de lleure de les persones joves. A P. Serracant, *Enquesta a la joventut de Catalunya 2012*. (Vol. 2, p. 53-81). Generalitat de Catalunya. Departament de Benestar Social i Família. Consultat el 19 / juny / 2015, a http://benestar.gencat.cat/web/sites/benestar/.content/documents/arxiu/publicacions/col_estudis/EJC_2_2.pdf
- López, M. (15 / juliol / 2015). Entrevista a l'assessora laboral de la Xarxa de Punts d'Informació Juvenil de Barcelona. (D. Perea, Entrevistador)
- López, T. A. (2003). Nuevos retos para la información de los jóvenes: Orientación / Asesoramiento. *Seminario Geseis*, 9-19.
- Marr, B. (5 / juliol / 2015). *Watch Out, Why Multitasking is bad for your career*. Consultat el 14 / juliol / 2015, a LinkedIn: <https://www.linkedin.com/pulse/watch-out-why-multitasking-bad-your-career-bernard-marr?trk=mp-reader-card>
- Martín, P. (2010). Nadie adivina el futuro en el entorno de la información juvenil y las TIC, sólo el que lo trabaja. 16-17. (Entrejóvenes, Entrevistador) Consultat el 22 / juny / 2015, a

- <http://www.barcelonesjove.net/sites/default/files/filelibrary/EJ%20117%20%28p%C3%A0g%2016-17%29.pdf>
- Matllo, A. S. (21 / maig / 2015). Entrevista les informadores del Punt d'Informació Juvenil Les Corts. (D. Perea, Entrevistador)
- Montes, P. (2008). *Polítiques locals de joventut: criteris, eines i recursos* (1 ed.). Barcelona: Diputació de Barcelona.
- Muñoz Miralles, R., Ortega González, R., Batalla Martínez, C., López Morón, M. R., Manresa, J. M., & Torán Montserrat, P. (2014). Acceso y uso de nuevas tecnologías entre los jóvenes de educación secundaria, implicaciones en salud. *Estudio JOITIC. Atención Primaria*, 46(2), 77-88. Consultat el 22 / juny / 2015, a <http://dx.doi.org/10.1016/j.aprim.2013.06.001>
- Navarro, G. (octubre / 2014). *Decálogo sobre políticas de Juventud -Cabueñes 2014*. Consultat el 12 / febrer / 2015, a Blog de Gabriel Navarro: <http://www.gabrielnavarro.es/2014/12/30/decalogo-sobre-politicas-de-juventud-cabuenes-2014/>
- Picardo, O. (juliol / 2002). *Pedagogía informacional: Enseñar a aprender en la sociedad del conocimiento*. Consultat el 20 / juliol / 2015, a UOC: <http://www.uoc.edu/web/esp/art/uoc/opicardo0602/opicardo0602.html>
- Piedrola, À. (sense data). unitat formativa 1- Marc de les polítiques de joventut. Direcció General de Joventut.
- Piedrola, À., & Ramos, X. (2011). *Les polítiques de joventut: Evolució i polítiques de joventut a Catalunya*. (E. d. Catalunya, Editor) Consultat el 11 / març / 2015, a EAPC Wiki: http://virtual.eapc.cat/file.php/1/continguts_cursos_EAPC/Joventut/inici.html
- Reig, D. (2012). *Socionomía: ¿Vas a perderte la revolución social?* Barcelona: Deusto.
- Reig, D., & Vílchez, L. F. (2013). *Los jóvenes en la era de la hiperconectividad: tendencias, claves y miradas*. Madrid: Fundación Telefónica. Consultat el 25 / juny / 2015, a http://www.fund-encuentro.org/informe_espana/descargar-notas.php?id=TF-2012
- Roigé, X. (1985). *Informació, documentació i joventut: com i perquè d'un servei municipal d'informació juvenil*. Gabinet de Publicacions Diputació de Barcelona.
- Salvador, E. (1999). *Catalunya davant la societat d la informació: nous actors i noves polítiques*. Barcelona: Mediterrània.
- Sánchez Burón, A., Rodríguez, L., & Fernández Martín, M. P. (2009). *Los adolescentes en la red. Estudio sobre los hábitos de los adolescentes en el uso de Internet y redes sociales*. Facultad de Ciencias de la Salud, Departamento de Psicología. Madrid: Universidad Camilo José Cela. Consultat el 22 / juny / 2015, a <http://www.ucjc.edu/files/pdf/noticias/Resumen%20ejecutivo%20%20H%C3%A1bitos%20de%20los%20adolescentes.pdf>
- Sánchez, J., & Rodríguez, J. (24 / 04 / 2015). Entrevista als coordinadors de la Xarxa Catalana de Serveis d'Informació Juvenil. (D. Perea, Entrevistador)

- Tintoré, M. (3 / agost / 2015). Entrevista a la tècnica de l'Observatori Català de la Joventut. (D. Perea, Entrevistador)
- Torres, A. (15 / juliol / 2015). Entrevista a la informadora del Punt d'Informació Juvenil Sarrià - Sant Gervasi. (D. Perea, Entrevistador)
- Tubella, I., & Vilaseca, J. (2005). *Societat del coneixement: com canvia el món davant dels nostres ulls*. Barcelona: Editorial UOC.
- Vigó, J. (2004). *Els punts d'informació juvenil: un equipament al servei de l'emancipació i la participació*. Barcelona: Secretaria General de Joventut.
- Vilamala, S., Camprubí, P., Mellinas, M., Coll, J., & Sutorra, O. (2003). *Els equipaments municipals de joventut: Programació, usos i potencialitats del treball en xarxa*. Diputació de Barcelona.
- Vivas, M. S. (2007). Pedagogia informacional: enseñar a aprender en la sociedad del conocimiento. *Revista de Investigación*(61), 143-158. Consultat el 21 / agost / 2015, a <http://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2325034.pdf>

Annex 1: Proposta de distribució horària del Servei d'Orientació Juvenil del Districte de Sant Andreu

Àmbit	Tasca	h/set.	Perfil de gestió	Perfil d'animació	Perfil de difusió
Atenció al públic individual	Atendre les consultes dels usuaris presencialment als equipaments i espais d'atenció descentralitzada ("PIJ Mòbil" i "Antena" dels divendres)	10	5	5	
	Atendre les consultes dels usuaris presencialment, a la seu del Servei d'orientació Juvenil	16	8	8	
	Atendre les consultes dels usuaris per telèfon i per correu electrònic	6	3	3	
	Recull d'indicadors d'ús del servei	2,5	1,25	1,25	
	Subtotal atenció al públic	34,5	17,25	17,25	0
Activitats	Programació, realització i avaluació d'una activitat de dinamització de la informació cada quadrimestre, com a mínim, a cada equipament on es realitza atenció al públic	2,5	1	1,5	
	Programació, realització i avaluació d'una activitat de dinamització de la informació sobre cada un dels eixos temàtics de la informació juvenil, com a mínim, un cop a l'any	2,5	1	1,5	
	Subtotal activitats	5	2	3	0
Difusió	Difusió dels materials informatius elaborats	0,5			0,5
	Difusió del servei	0,5			0,5
	Difusió per avançat i a posteriori de les activitats de dinamització juvenil	0,5			0,5
	Manteniment i actualització, diversos cops a la setmana, dels mitjans de comunicació digital del servei (bloc, pàgina web, xarxes socials, etc...)	10			10
	Recerca de possibles públics objectius	0,5			0,5
	Recerca i contacte amb persones joves, que generen contingut a internet (prosumidors) relacionat amb els eixos temàtics d'informació juvenil i/o amb el Districte de Sant Andreu	1			1
	Subtotal difusió	13	0	0	13

Treball intern	Mantenir-se formats e informats sobre novetats en informació juvenil, hàbits i interessos informatius de les persones joves, ; i sobre habilitats, tècniques i tecnologies de: gestió de la informació, gestió de serveis d'orientació, comunicació (presencial i digital), creativitat, gestió de les emocions i treball cooperatiu.	6	2	2	2
	Promoció de la participació juvenil en relació a aspectes concrets del servei d'orientació juvenil	1,75		0,75	1
	Recerca, selecció, síntesi i tractament d'informació d'interès per a joves	4	1	1	2
	Elaboració de materials informatius usables, comprensibles, fiables, visualment atractius, d'utilitat i rellevància per a les persones joves	4,5	1	1	2,5
	Coordinació i treball en equip de treballadors del PIJ	9	3	3	3
	Elaboració de memòries mensuals, quadrimestrals i anuals sobre l'evolució del servei	2,25	1,75		0,5
	Subtotal treball intern	27,5	8,75	7,75	11
Xarxa	Coordinació i treball conjunt amb la xarxa de punts d'informació juvenil de l'Ajuntament de Barcelona	9	4	4	1
	Coordinació i treball conjunt amb la xarxa de serveis a la joventut del Districte de Sant Andreu	4	2	2	
	Coordinació i treball conjunt amb tots els equipaments on es desenvolupa l'atenció al públic del servei d'orientació juvenil	7	3,5	3,5	
	Subtotal treball en xarxa	20	9,5	9,5	1
TOTAL D'HORES DESTINADES AL SERVEI		100	37,5	37,5	25

Aquesta proposta s'ha elaborat fent un càlcul de la *mitjana* d'hores que caldria destinar a cada tasca setmanalment. En la seva aplicació pràctica pot ser que durant algunes setmanes calgui destinar més hores a algunes tasques compensant-ho reduint hores de dedicació de la resta de tasques.