

**MECANISMOS DE DIFUSIÓN Y
PARTICIPACIÓN SOCIAL
DE UN CENTRO DE
INFORMACIÓN JUVENIL**

Angel R. Sancho Abella

INDICE

SISTEMAS DE DIFUSIÓN CON MATERIALES EDITADOS POR EL CIPAJ

ESTRATEGIAS DE DIFUSIÓN CON MATERIALES EDITADOS POR EL CIPAJ

- Boletín del CIPAJ
- Guía Sal de dudas
- Guía de verano
- Postal-Calendario
- Guía de recursos

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS

- Página Heraldo de los sábados

MECANISMOS DE DIFUSIÓN INTERPERSONALES

VISITAS AL CIPAJ

ENCUENTROS EN EL CIPAJ

- **Salir al extranjero**
- **Trabajo y formación ocupacional**
- **Actividades de verano**
- **Formación en el tiempo libre**
- **Semana europea de la Juventud**
- **Recursos para jóvenes en Zaragoza**

JORNADAS DE PRESENTACIÓN DEL CIPAJ PARA EDUCADORES

EXPOSICIÓN: CIPAJ: 25 AÑOS INFORMANDO

ACTUACIONES EN EL MARCO DEL IV PLAN JOVEN

PROPUESTA DE OBJETIVOS COMUNES EN INFORMACIÓN JUVENIL

- Atención a colectivos específicos
- Adaptación de proyectos para colectivos desfavorecidos
- Puntos permanentes de reparto de publicaciones en lugares de ocio
- Presentación del CIPAJ en Centros educativos
- Calendario mensual gráfico para tablones
- Actividades complementarias a los encuentros
- Guía de rentabilización didáctica del CIPAJ

INTRODUCCIÓN

Tanto los formatos como los mecanismos de difusión deben intentar ser variados para poder llegar a las distintas tipologías de usuarios. Cada formato tiene sus puntos fuertes y débiles, la combinación de todos ellos nos permitirá una llegada equilibrada y adaptada a sus necesidades informativas así como su presencia en los lugares de socialización juvenil. Los materiales en soporte papel consiguen buena respuesta en los lugares de encuentro colectivo, la información virtual en internet, permite inmediatez y supone la adaptación y el acceso en cualquier momento, a un porcentaje cada vez mayor de población. Por su parte los proyectos de carácter presencial generan una mayor relación interpersonal, permitiendo cercanía, proximidad y mayores posibilidades de asesoramiento y ampliación de los temas de las consultas.

Los mecanismos de difusión deben de ser adaptables y variados, para que las zonas de sombra que un sistema genere, puedan ser cubiertas por otro, intentar llegar al propio usuario allí donde se encuentre, crear fidelidad, dar posibilidades que permitan conocer nuestras instalaciones. La conjunción de todos ellos implica la llegada a una amplia variedad de sensibilidades y de formas de entender percibir y de acceder a la información.

SISTEMAS DE DIFUSIÓN CON MATERIALES EDITADOS POR EL CIPAJ

La difusión es herramienta fundamental para un centro de información, a pesar de que pocas veces se habla de el, sin embargo en la mayoría de los casos, el éxito o fracaso de determinadas intervenciones, viene dado en función de los canales y sistemas que empleamos para hacerlos llegar.

Como lugares de destino directos, son prioritarios, los centros formativos, los programas de dinamización, las casas de juventud, centros sociolaborales y todos aquellos puntos de socialización juvenil que sean referentes en la ciudad. Nuestros destinatarios indirectos son de gran importancia por su influencia en la toma de decisiones de los jóvenes, es por ello que son vitales los: animadores, mediadores, formadores, orientadores y todos aquellos que tengan cierta capacidad de relación con los jóvenes.

Los mecanismos deberán contemplar desde el usuario concreto (reparto postal individualizado) al usuario colectivo con repartos genéricos, tejido social, (mediante distribución masiva por furgoneta) al tejido asociativo.

Según el informe sobre los servicios de información juvenil: "Gran parte de los servicios de información para jóvenes siguen apostando por los soportes tradicionales. Un buen número de servicios apuesta por la difusión de sus contenidos a través de los medios tradicionales de comunicación de masas. La mayoría de los SIJ sigue apostando por las vías de promoción y dinamización consideradas como tradicionales. Así el folleto es el medio más utilizado, en un 80 % de los casos". *Los servicios de Información Juvenil en España. Un acercamiento a su realidad y funcionamiento. Injuve.2005*

Boletín del CIPAJ

El boletín gracias a su más de sus 25 años de vida, su continuidad ininterrumpida, adaptación y sus numerosos puntos de reparto, han permitido su consolidación como el mecanismo de difusión más sólido, de tal forma que en 2006 el 35 % de los jóvenes conocieron la existencia

del CIPAJ gracias al boletín, en el año 2008 (siempre según la encuesta a usuarios), el porcentaje ha subido hasta el 39 %.

El boletín se distribuía en el año 2006 de forma masiva (a través de furgoneta) en 250 puntos, en la actualidad se distribuye en mas de 270. Principalmente llega a los centros de socialización y formación de los jóvenes, como IES, Facultades, casas de juventud, entidades sociales, centros de servicios etc..

El reparto masivo de unos 12.000 boletines, se realiza mediante envíos con furgoneta, entregando una cantidad adaptada a los usuarios potenciales. Por envío postal se hacen llegar unos 1.050 boletines, dirigidos a: entidades sociales y juveniles, federaciones, centros de información juvenil, educadores, orientadores, presidentes de APAS, directores de centro, colgado en la página de internet, con Heraldo (el primer viernes de cada mes, desde noviembre 08). El resto de boletines se dejan para distribución libre en el centro, de los cuales una parte importante (dependiendo de los acontecimientos mensuales) se distribuyen desde el punto móvil.

Las diferentes publicaciones en soporte papel también se distribuyen puntualmente en el punto móvil (gestionado desde el Plan Joven) acudiendo a los acontecimientos sociales, deportivos y musicales más importantes que se realizan en nuestra ciudad; por lo general se difunde el boletín, el folleto del centro, postales, y de forma ocasional las diferentes guías.

Los criterios de distribución se marcan desde el propio centro de información, además de atenderse peticiones de todas aquellas entidades que lo solicitan (adaptándose a envío postal o por furgoneta en función de la tipología de la entidad). El número de ejemplares se ajusta en base a dos criterios: el primero es objetivo y tiene que ver con el número de matriculados o en base a parámetros de usuarios de cada centro y el otro se ajusta periódicamente en función del uso que se hace de ellos, añadiendo o restando según las observaciones realizadas por la propia entidad. Conviene no obstante seguir adaptando los mecanismos de control para ajustar el número de ejemplares disponibles en función de las necesidades.

Como cita el plan joven dentro de sus objetivos: *"Garantizar el acceso a la información de todos los jóvenes, prestando especial atención a los que tengan necesidades específicas"*. Se incide de forma especial en aquellos centros que intervienen en población riesgo o con problemas específicos de integración.

Conocimiento y puntos de reparto de boletín en los distritos de Zaragoza

DISTRITO DE RESIDENCIA	Conocimiento boletín	Padrón 15/29 años	Reparto Boletín
Delicias	18,3 %	17.92 %	14 Puntos
Centro	10,0 %	8.42 %	20 "
San José	9,5 %	10.53 %	15 "
Torrero	9,1 %	5.54 %	10 "
El Rabal	8,8 %	11.05 %	6 "
Romareda/Universidad	7,8 %	7.59 %	49 "
Actur	7,8 %	8.11 %	23 "
Las Fuentes	6,6 %	7.26 %	10 "
Almozara	5,0 %	4.18 %	6 "
Casco Histórico	3,3 %	6.3 %	26 "
Casablanca	1,8 %	2.37 %	4 "
Oliver/Valdefierro	1,7%	5.51%	17 "
Santa Isabel	1,5%	1.22%	5 "
Barrios Rurales Este	1,5%	2.06%	17 "
Barrios Rurales O. (+ Miralbueno)	2,7%	2.16%	18 "
Fuera de Zaragoza	4,5%		

Puntos de reparto de boletín en las juntas vecinales

BARRIOS ZONA ESTE	Reparto Boletín	BARRIOS ZONA OESTE	Reparto Boletín
J.V. Juslibol	2 Puntos	J.M. Miralbueno	5 Puntos
J.V. La Cartuja Baja	2 "	J.V. Casetas	5 "
J.V. Montañana	3 "	J.V. Garrapinillos	3 "
J.V. Movera	3 "	J.V. Monzalbarba	2 "
J.V. Peñaflor	2 "	J.V. Venta del Olivar	3 "
J.V. San Gregorio	3 "		
J.V. San Juan de Mozarrifar	2 "		

Datos: Encuesta boletín. 2005 y elaboración propia.

Si comparamos los porcentajes de conocimiento con los valores del padrón (referentes a la población de 15 a 29 años), podemos afirmar que en líneas generales la muestra está bastante equilibrada y proporcionada a dichos valores, tal y como se refleja en el gráfico.

En relación al conocimiento del boletín, los barrios que demuestran mayor conocimiento son: Torrero con un valor positivo de + 3,56, el distrito Centro con + 1,58, junto con Delicias, Universidad, Almozara y Sta Isabel, con valores positivos inferiores a un punto.

Por el contrario los distritos que presentan mayores diferencias negativas de correlación son: Oliver/Valdefierro (- 3,81), Casco Histórico (- 3), El Rabal (- 2,25).

Si se tienen en cuenta los puntos de reparto, las zonas con mayor número de centros de distribución son: distrito Universidad, el cual tiene un alto número de puntos de reparto masivo (49), ya que se ubican gran parte de las facultades universitarias además de concentrarse un porcentaje muy alto de centros educativos de enseñanza secundaria y otros.

Puntos de recogida y entrega del boletín

¿Donde recoges habitualmente el boletín?	%	Lugares entrega de boletín	Nº de puntos	%
En un centro de Enseñanza	73,6	Centros de enseñanza	143	52,3
En una biblioteca	14	Bibliotecas	25	9,1
En una casa de juventud	10,3	Casas de juventud	24	8,7
En el CIPAJ	6,4	Centros Institucionales	51	18,6
Centro Cultural o Cívico	1,3	Centros Culturales	15	5,4
Otros (Amigos, trabajo, Ayto., colegios mayores...)	0,8	Otros	26	9,4
* Lo veo en Internet	2,1			

Datos: Encuesta boletín. 2005 y elaboración propia.

Los centros de Enseñanza suponen el 73 % de los lugares de recogida aunque son el 52 % de los lugares de entrega, eso sí con un alto número de ejemplares entregados, por el contrario los centros institucionales suponen el 18 % de los puntos de entrega y apenas aparecen como lugares referentes de recogida, quizá porque los jóvenes los frecuentan menos y porque su público potencial es de mayor edad, pero que mantienen contacto directo o indirecto con el público juvenil.

A nivel nacional no existen publicaciones consolidadas como el boletín del CIPAJ, además los sistemas de reparto de ejemplares se realizan básicamente mediante envíos postales, las tiradas no son elevadas, ni existen contratos con medios de comunicación escritos que permita llegar a cifras superiores a los 55.000 ejemplares (quedando muy reducidos los repartos

masivos), razón por la cual el conocimiento de las publicaciones mensuales no llegan a los parámetros que se consiguen en la ciudad de Zaragoza.

Guía Sal de dudas. Dado su contenido, el formato libro, el planteamiento y el número de ejemplares editados, se reparte a orientadores, educadores y mediadores sociales ubicados en IES, casas, centros sociolaborales, repartiendo de unos 3 a 5 ejemplares por entidad.

Guía de verano. Es una distribución masiva de carácter genérico. Se realiza una distribución específica similar a la del boletín del CIPAJ, salvo aquellos centros que dependen del Gobierno de Aragón. Tanto el envío postal como el reparto por furgoneta, se establece con los mismos criterios de distribución del boletín, aunque adaptado al número de ejemplares disponibles. El número de puntos de reparto masivo se aproxima a los 210.

Postal-Calendario. Es un calendario anual en formato postal, ubica a lo largo del año, aquellas fechas indispensables en relación a los diferentes proyectos, estableciendo plazos de inscripción, momentos de edición de publicaciones, fechas hábiles para realizar visitas. Su difusión es genérica, aunque orientada como reclamo desde las antenas hacia los compañeros de centro, a la que hay que sumar cinco postales por centro, dirigidas especialmente a orientadores y mediadores. Otra parte importante se distribuye directamente en una red con numerosos dispensadores y puntos fijos de recogida, (ubicados en bares, restaurantes, cines, etc.), lugares que no están incluidos en los circuitos habituales de distribución de nuestras publicaciones

Guía de recursos. Con periodicidad bianual, se dirige principalmente a mediadores sociales y a jóvenes en general, por lo cual se adapta su distribución de 3 a 5 ejemplares por centro de distribución, además de los 1.050 ejemplares que se dedican a envíos postales. Al reparto que realiza el CIPAJ hay que sumar la distribución extra de los ejemplares que realiza el periódico de Aragón durante el fin de semana de venta.

Publicaciones del cipaj

Publicación	Edición	Periodicidad	Destinatarios	Distribución	Nº
Guía Sal de dudas	Cipaj / Universidad	Anual	Mediadores	3 a 5 ejem.	1.500
Boletín del cipaj	Cipaj / Heraldo de Aragón	Mensual	Jóvenes general	10 a 200	15.000 *
Guía de verano	Cipaj / IAJ / Per. A	Anual	Jóvenes general	10 a 50	9.000 *
Guía de recursos	Cipaj / Periódico Aragón	Bianual	Jov/Mediadores	5 ejem.	4.000
Folleto CIPAJ	Cipaj	Puntual	Jóvenes general	10 a 50	10.000
Postal Calendario	Cipaj / Postal free	Anual	Jóvenes general	5 / postal.free	7.500

Fuente: elaboración propia

* Además de los ejemplares que distribuye cada medio

Se observan variados y equilibrados tanto los ciclos de publicación como las colaboraciones establecidas, que permiten diversificación de formatos, así como de medios y de instituciones colaboradoras.

Las diferentes publicaciones en soporte papel también se distribuyen puntualmente en el punto móvil (gestionado desde el Plan Joven) acudiendo a los acontecimientos sociales, deportivos y musicales más importantes que se realizan en nuestra ciudad, principalmente se difunde el boletín, el folleto genérico, postales, así como de forma ocasional las diferentes guías.

DIFUSIÓN A TRAVÉS DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EXTERNOS

"Promocionar o incentivar la participación de los SIJ en los medios de comunicación especialmente los de carácter local más cercanos al ámbito de actuación de cada SIJ". Es una de las líneas que se mencionan en las propuestas de mejora (pag.100). Los mecanismos propios pueden complementarse con otros externos, que permitan diversificar la difusión y conseguir una red amplia de llegada, con sistemas y canales de distribución que son diferentes de los que disponemos.

Las apariciones del CIPAJ a través de los medios de comunicación está diversificada en radio televisión y medios escritos, es de destacar el incremento de las apariciones en radio y televisión gracias a nuevos programas y cadenas que han entrado en funcionamiento recientemente en panorama audiovisual de Aragón.

Indicadores	2006	2007	2008
Radio y televisión	5	3	11
Ruedas de prensa	2	1	1
Páginas Heraldo de los sábados	49	44	46
Medios de Comunicación escritos	19	37	43

Datos: dossier de apariciones en medios de comunicación elaboración propia.

El conocimiento del CIPAJ a través de los medios ha permitido que en 2006 lo conocieran el 15 % y en el 2008 el 21,9 %. En relación a la radio suponía el 5,9 % en 2006 y el 5 % en 2008. En relación a la televisión supuso el 1,6 % en 2006 y el 4,01 en 2008.

Hasta el año 2006 se realizaba una colaboración semanal con RTVE en Aragón dentro del programa "El pupitre", que incluía la difusión de unas tres o cuatro informaciones relacionadas con actividades para alumnos de enseñanzas medias.

Página Heraldo de los sábados. Gracias a esta colaboración -que ya alcanza una década-, se consigue una importante difusión tanto de las actividades como de los anuncios, ya que el número de ejemplares de edición de los sábados genera una alta repercusión de la información. El 15 % de los usuarios que visita el CIPAJ conoce la existencia de la página según la encuesta presencial de 2008.

MECANISMOS DE DIFUSIÓN INTERPERSONALES

VISITAS AL CIPAJ

Con la intención de fomentar el acceso en condiciones de igualdad a la información. **Conocimiento de los recursos de información y asesoramiento entre los más jóvenes y entre los colectivos con dificultades especiales.** Desde el proyecto de visitas se tiene una especial sensibilidad con centros educativos para alumnos con dificultades especiales. Desde 2006 el porcentaje de grupos de garantía social y centros sociolaborales que nos han visitado suponen en 2006 10 de los 22 grupos, en 2007 fueron 12 de 19 y en 2008 11 de 21, lo cual ronda valores superiores al 50 % en los dos últimos años.

Grupos participantes en las visitas didácticas

Tipología de grupos de las visitas	2006	2007	2008
Grupos de Garantía Social	6	4	3
Centros Sociolaborales	4	8	8
Escuelas de tiempo libre	2	-	1
Centros de Secundaria	10	7	9

Datos: elaboración propia.

Búsqueda, manejo y utilización de la información. Las visitas al CIPAJ están orientadas a mejorar el conocimiento y aplicar principios de pedagogía informacional a todos aquellos jóvenes que nos visitan.

El conocimiento del Centro de información por parte de los jóvenes que nos han visitado se mueve en un 25 % de jóvenes que vienen a las visitas saben que el CIPAJ es un Centro de Información, el 11 % cree que es un Centro de ayuda, el 10 % piensa que es una Casa o centro de Juventud, el 10 % no sabe lo que es, el 7 % piensa que es una asociación, el 4 % cree que es una revista y el 33 % responde que cree que es un tipo de recurso o centro diferente a los citados con anterioridad.

Conocimiento del cipaj por parte de los asistentes a las visitas

Que crees que es el CIPAJ?	Porcentaje
Un centro de información juvenil	25 %
Un centro de ayuda	11 %
Casa o centro de juventud	10 %
No sabe lo que es	10 %
Asociación	7 %
Una revista	4 %
Otras respuestas	33 %

Datos extraídos de las 350 encuestas realizadas al 100 % de los asistentes a las visitas didácticas en el año 2006.

Para mejorar estos parámetros de conocimiento, desde hace unos años se intenta acercar al CIPAJ a todos aquellos centros que solicitan la visita presencial, permitiendo de esta forma conocer sobre el terreno los servicios que se ofertan. La difusión de la visita se realiza a principios de curso mediante una carta a los centros así como a través de la guía: Zaragoza educadora.

La visita didáctica se planifica y adapta en función de la tipología de los usuarios, incidiendo en supuestos de búsqueda de la información, en la puesta en común de las dudas, en el intercambio de la información y de los conocimientos adquiridos .

La primera parte de la visita consiste en una breve encuesta sobre el conocimiento del CIPAJ y sus recursos, la segunda parte incluye el recorrido sobre todos los apartados y servicios que tiene el centro. La tercera parte se centra en una búsqueda de supuestos informativos para pasar después a una puesta en común de la práctica realizada. Se finaliza con otra pequeña encuesta sobre los recursos conocidos y sus posibilidades de uso en el futuro.

Utilidad de los recursos del cipaj entre los participantes en las visitas

Que recursos del CIPAJ consideras más útiles?	Porcentaje
Anuncios	22 %
Carnets (ISIC / albergues)	17 %
Boletín del CIPAJ	17 %
Asesorías	12 %
Ciberespacio Morlanes	12 %
Viajeteca	12 %
Agenda juvenil	9 %
Concursos y convocatorias	2 %
Otros	8 %

Datos extraídos de las 350 encuestas realizadas al 100 % de los asistentes a las visitas didácticas en el año 2006.

Gracias a la gráfica queda constancia que los recursos que despiertan mayor interés o les son más útiles, suelen ser aquellos de satisfacción tangible e inmediata, como resolver pequeños problemas a través de la bolsa de anuncios, los descuentos que suponen el uso de los diferentes carnets, así como aquellos que solucionan dudas sobre situaciones concretas utilizando las asesorías, e incluso el uso gratuito de ordenadores con acceso a internet dentro del Ciberespacio.

“Necesidad de que exista una presencia constante de la información juvenil de actualidad en los medios de comunicación de masas” (*Los servicios de Información Juvenil en España. Un acercamiento a su realidad y funcionamiento. Injuve.2005*).

ENCUENTROS EN EL CIPAJ

Uno de los objetivos del anterior plan Joven era: *Adaptar la información a las demandas de los jóvenes y a las necesidades de información que se detectan*. Los encuentros han permitido hacerse eco de las demandas detectadas de fomentar la participación y la información de primera mano, además de abordar temas de interés con representantes de asociaciones y entidades sociales. Los encuentros después de la primera fase de adaptación se han consolidado los cuatro temas que consiguieron mayor aceptación después del primer año de prueba. Los resultados se han ido mejorando al mantenerse las citas y hacerse palpable la utilidad de estas pequeñas ferias, de tal forma que en determinados ámbitos son las propias entidades las que llaman a interesarse por la fecha del evento, antes de notificarles la convocatoria del mismo.

Es un proyecto que fortalece y permite la apertura al exterior del tejido asociativo, así como el acercamiento de proyectos y recursos institucionales a los jóvenes. Algunos de los encuentros tienen como protagonistas exclusivo a entidades sociales, en concreto el relativo a Formación en el tiempo libre, en el cual intervienen escuelas de formación, que suelen pertenecer a entidades juveniles (Scouts, Ymca, Cruz roja juventud, Ilógica, y otras). El encuentro sobre actividades de verano, también cuenta con la presencia de asociaciones juveniles que organizan campamentos.

Según los datos del estudio: *Los servicios de Información Juvenil en España. Un acercamiento a su realidad y funcionamiento*, el 19 % de los centros de información asisten a ferias. Sin embargo no consta que se organicen encuentros a modo de feria por parte de los propios centros.

El proyecto fue presentado y seleccionado como buena práctica para ser expuesto en los Encuentros Nacionales de Molina 2006.

Salir al extranjero. Es un tema bastante demandado en el centro, en especial cuando se acerca el verano, ya que los programas formativos de idiomas, los trabajos en el extranjero como complemento, generan un alto interés de cara a la época estival. Los participantes son las agencias que trabajan en Zaragoza.

Trabajo y formación ocupacional. La información sobre empleo es de las más demandadas en 2008 suponía que el 42 % de los usuarios que acceden al centro, solicitan información sobre empleo, a este alto porcentaje hay que añadir que esa tendencia ha sufrido un incremento notable desde el inicio de la crisis. A nivel nacional el porcentaje se encuentra situado en el 34 %, como segundo valor más demandado. Las entidades participantes son fundamentalmente institucionales: INAEM, Gobierno de Aragón, Plan FIJA, Centros sociolaborales, Oficina de emancipación del Servicio de Juventud del Ayuntamiento de Zaragoza, además de entidades sociales como la fundación Federico Ozanam.

Actividades de verano. Es un tipo de información muy demandada en especial durante los meses previos al periodo estival, supone que el 31 % de los usuarios han preguntado sobre estos temas, según la encuesta presencial de 2008. A nivel nacional el porcentaje de demandas sobre tiempo libre (no exclusivamente de verano) supone un 34 %, indicadores que de alguna manera justifican el interés objetivo que la temática despierta entre los usuarios jóvenes.

Los participantes han sido programas institucionales programas y actividades de verano del Servicio de Juventud, Cursos de verano de la Universidad de Zaragoza, Instituto Aragonés de la Juventud, además de campamentos varios organizados por asociaciones juveniles. El encuentro sirve de refuerzo en la presentación de la guía de verano y se suelen hacer coincidir la fecha de la jornada con la fecha de edición.

Formación en el tiempo libre. La demanda de información sobre cursos de monitores en el tiempo libre es alta a lo largo de todo el año, aunque todavía más durante el mes de septiembre, en el cual se dan a conocer las programaciones anuales y se inician los cursos de formación. El objetivo de la jornada es dar a conocer los cursos de formación en el tiempo libre que ofertan las distintas escuelas. Las entidades que participan son la Coordinadora de escuelas de tiempo de Aragón, y las diferentes escuelas ubicadas en la ciudad de Zaragoza.

Semana europea de la Juventud: Con motivo de la semana europea se realizó una jornada de encuentro (además de otras actividades) con todos aquellos proyectos europeos implantados en la ciudad de Zaragoza, o centros que ofrecen información o intervenciones sobre programas europeos. Europe Direct, La CREA, Cámara de Comercio de Zaragoza, Relaciones internacionales de la Universidad de Zaragoza, Eures, Centro de Documentación europea (Facultad de Derecho), Eurodesk, Oficina Municipal de Voluntariado (Programa europeo de voluntariado). Es un ámbito informativo que supone a nivel nacional un 13 % de las consultas (encuesta año 2000) en las encuestas presenciales del CIPAJ, en la de 2006 las consultas relacionadas con Eurodesk suponían el 15 % y la de 2008 ha supuesto un 28 %, incremento muy notable, lo que supone que este servicio se ha ido consolidando.

Recursos para jóvenes en Zaragoza: El objetivo es dar a conocer todos aquellos recursos institucionales susceptibles de ser utilizados por los jóvenes zaragozanos. Las entidades participantes han sido: Consejo de la Juventud de Aragón, Programas recurso del Servicio de Juventud, Programas del Instituto Aragonés de la Juventud, otros servicios del Ayuntamiento

de Zaragoza. Este encuentro se programó en función de la edición de la guía de recursos 2008, la cual compendia todos ellos y permitió presentarla y entregarla a todos los asistentes.

Participación en los encuentros del CIPAJ

Entidades participantes en los encuentros	2006	2007	2008
Salir al extranjero	5	9	9
Trabajo y formación ocupacional	2	5	4
Actividades de verano	2	5	6
Formación en el tiempo libre	7	8	8
Europa	-	-	8
Recursos para jóvenes en Zaragoza	-	-	6
TOTAL	16	27	41

Datos: elaboración propia.

La difusión de los encuentros se realiza desde las noticias del boletín y en algunas ocasiones incluso se refuerza la convocatoria dedicando las páginas centrales del mismo, tratando el tema con mayor profundidad, de tal manera que supone un complemento informativo añadido junto con direcciones postales y de páginas web.

JORNADAS DE PRESENTACIÓN DEL CIPAJ PARA EDUCADORES

Para dar a conocer a la población juvenil diferentes intervenciones es importante mantener un contacto directo con los mediadores orientadores y educadores de los distintos centros. Con esta intención, en 2008 se realizaron dos jornadas de presentación con el objetivo de mostrar los proyectos y servicios del CIPAJ así como mostrar las instalaciones del centro. En esta intervención piloto, la asistencia no ha sido alta, sin embargo es una línea de futuro por la que conviene seguir apostando, además de fomentar la coordinación interna, intentando que participen aquellos nuevos animadores que se incorporan a los distintos proyectos, principalmente Casas de juventud y Piees, para reforzar de esta forma el conocimiento de los recursos del centro y su funcionamiento, permitiendo en esa mutua relación la mejora de la difusión de las actividades de ambos proyectos.

EXPOSICIÓN: CIPAJ: 25 AÑOS INFORMANDO

Otro planteamiento de difusión de cara a centros educativos y culturales ha sido la elaboración de exposiciones, (se realizó una monográfica en 2001 sobre el boletín conmemorando los 200 números), en esta ocasión y para celebrar los más de 25 años del centro de información, se planteó una exposición de carácter itinerante que ha ido recorriendo los diferentes institutos, y otros espacios de socialización de los jóvenes, etc. Dando de esta manera respuesta a los usuarios que en los diferentes centros todavía desconocen los servicios que ofrece el CIPAJ.

Las exposiciones han permitido abrir una interesante línea de rentabilización didáctica, que habrá que seguir trabajando en el futuro, dada la respuesta obtenida y en función de las iniciativas que se llevan a cabo en los diferentes centros formativos relacionadas con el CIPAJ y con nuestras publicaciones.

La muestra después de ser exponerse en el patio de Morlanes se convirtió en itinerante para ser llevada a las siete entidades que la solicitaron. En la actualidad ha quedado integrada en el propio centro de información, tanto como refuerzo a las visitas didácticas, así como para completar el conocimiento de los usuarios sobre determinados proyectos y servicios del centro.

El proyecto expositivo se presentó y fue admitido en los Encuentros Nacionales de Información Juvenil 2008, en el cual se expuso ante el plenario. La muestra se pudo contemplar en soporte material durante los encuentros dentro de las instalaciones del CEULAJ.

ACTUACIONES EN EL MARCO DEL IV PLAN JOVEN

Los próximos años planteamos el consolidar proyectos y sistemas de difusión que funcionan satisfactoriamente, además de buscar nuevos soportes para diversificar la oferta, equilibrando la tipología de formatos, entre las nuevas tecnologías y los sistemas interpersonales. Se procurará fomentar la comunicación y el intercambio con el tejido social a través de diferentes proyectos, procurando ampliar el conocimiento del Centro con nuevas propuestas, incidiendo de forma especial en la franja de población más joven y en los mediadores sociales.

PROPUESTA DE OBJETIVOS COMUNES EN INFORMACIÓN JUVENIL

- Incidir en la igualdad en el acceso a la información para [tod@s](#) [l@s](#) jóvenes, prestando especial atención a los jóvenes que presenten necesidades específicas, y concretamente: discapacitados, emigrantes y jóvenes nuevos en la ciudad.

Atención a colectivos específicos

Dado el gran número de emigrantes que residen temporal o definitivamente en nuestra ciudad convendría prestar especial atención al encuentro Recursos para jóvenes en Zaragoza para difundir los recursos que ofrece la ciudad para los jóvenes de otras nacionalidades que viven aquí. Convendría realizar una difusión especial a colectivos emigrantes a través de la Casa de las Culturas y asociaciones de emigrantes. También se puede realizar una difusión específica a través de los canales de la Universidad hacia el colectivo Erasmus, además de estar presentes en actividades de presentación de la Universidad con la información que puede ser de interés para ellos (alojamiento, oferta de actividades y otros recursos).

Adaptación de proyectos para colectivos desfavorecidos

Con la intención de adaptar y de hacer llegar nuestras informaciones y servicios a todo tipo de sectores, se intentará traducir a lenguaje para sordos aquellos materiales multimedia que pudieran editarse. También se tendrán en cuenta aquellos colectivos más desfavorecidos para hacer llegar nuestros servicios, proyectos o informaciones (en especial aquellos que son susceptibles de ser utilizados): visitas didácticas, cursos formativos para colectivos desfavorecidos

Prestar un apoyo de información y asesoramiento a facilitar el proceso de autonomía de los adolescentes 12 - 18 años.

Puntos permanentes de reparto de publicaciones en lugares de ocio

Para completar los puntos de llegada, se podría intentar poner dispensadores para las publicaciones del centro. Los lugares de posible instalación serían determinados centros comerciales o espacios de ocio donde se mueven habitualmente colectivos de 12 a 18. Previo a la intervención, convendría establecer conversaciones, con las entidades responsables de estos centros, cines o lugares de ocio, para poder instalarlos. El coste de la iniciativa consistiría en la adquisición de los dispensadores para colocar las publicaciones.

Presentación del CIPAJ en Centros educativos

Para incrementar el conocimiento del CIPAJ en los Centros de Enseñanzas Medias (intentando incidir en el segmento de población más joven que todavía no conoce la existencia del centro) se propone realizar una charla en el propio colegio o Instituto (de la misma manera que se solicitan las visitas didácticas), apoyando la presentación con material multimedia en el cual se resuman de forma atractiva los servicios y recursos que se ofertan para todos los jóvenes. La intervención conllevaría el coste de la realización del programa multimedia para mostrar de forma gráfica los recursos y hacerla atractiva a los estudiantes del centro.

Calendario mensual gráfico para tabloneros

Todas las publicaciones en soporte papel están orientadas para una consulta personalizada y de lectura cercana, no están planteadas para ser colocadas en tabloneros informativos, a pesar de que gran parte de nuestros destinatarios colectivos disponen de tabloneros para difundir la información (Antenas, las entidades de la red ciudadana). Por lo cual convendría trabajar materiales en un formato diferente, diseñado para ser difundido como una herramienta visual en tabloneros de anuncios de institutos, bibliotecas, asociaciones así como un recurso útil para las antenas informativas.

El formato sería de un DIN-A-3, distribuido en tantas casillas como días tiene el mes, con iconos gráficos que identifiquen cada tipo de actividad y una breve ficha de cada información con su dirección de internet. Sería conveniente encargar el diseño de la plantilla general, así como los iconos correspondientes a las diferentes actividades. La difusión del calendario mensual se realizaría para cajetines de Antenas y entidades (mediante fotocopias) y se enviaría por correo electrónico a la red ciudadana (para que lo tengan disponible en la propia entidad). La intervención conllevaría la colaboración de las antenas informativas de apoyo, para seleccionar las actividades, noticias o anuncios de nuestras bases de datos.

Si la iniciativa funcionase a nivel interno, podría ser ofrecida a los medios de comunicación escritos de la ciudad, para su publicación mensual en alguno de sus especiales para escolares.

Cooperar con el tejido asociativo y mediadores juveniles que trabajan con jóvenes.

Actividades complementarias a los encuentros

Con el fin de rentabilizar esfuerzos, convendría establecer marcos de actuación que tuvieran puntos de conexión entre ámbitos y proyectos complementarios. Algunas de las propuestas podrían establecerse entre Encuentros en el CIPAJ y la jornada de puertas abiertas para educadores; intentando vincularlo con aquel encuentro que pudiera ser más atractivo para mediadores sociales, en el primer semestre: trabajo y formación ocupacional y en el segundo semestre: recursos para jóvenes en Zaragoza, generando de esta forma un doble interés para animadores y mediadores para que puedan utilizarlos como recurso.

Realizar pequeñas actuaciones formativas conectadas con la temática de los encuentros, utilizando como recurso los ordenadores del ciberespacio. Estas acciones –vinculadas con búsquedas en internet- deberían incidir sobre temas directamente relacionados con: ofertas formativas y laborales en el extranjero, la búsqueda activa de empleo, preparación de curriculum, actividades de verano en el extranjero y otras complementarias que puedan ir surgiendo.

Otro ámbito de rentabilización se podría establecer entre los encuentros y las diferentes asesorías que permitan impartir charlas o realizar reuniones específicas sobre temas de interés para las asociaciones y a nivel particular, vinculados con los temas de los encuentros. Aspectos legales en la organización de actividades, la protección de datos, etc.

Guía de rentabilización didáctica del CIPAJ

Gracias al contacto habitual con centros educativos (visitas didácticas, envíos semanales, antenas y otros) se detecta un alto nivel de utilización de los servicios del centro como recurso y herramienta educativa, por lo cual para poder trabajar de una manera más estructurada, se propone trabajar una guía didáctica en el ámbito de la pedagogía informacional para rentabilizar los recursos del centro en los centros educativos, con propuestas de actividades y la recomendación de materiales complementarios propios (Guía Sal de dudas, diferentes secciones del Boletín del Cipaj, además de selecciones). La actuación supondría una importante coordinación con educadores y orientadores de los centros de Educación secundaria, ya que la guía estaría dirigida para el profesorado para su posterior rentabilización con el alumnado. El ámbito de intervención indirecta sería en la franja de edad 12-16.