

Udalaren II. Gazte Plana (2010-2012) II Plan Joven Municipal



**Gazteentzako udal informazioa
Información municipal a jóvenes**

**Gomendio teknikoen katalogoa
Catálogo de recomendaciones técnicas**



Sarrera:

Ikusten duzun dokumentu hau Udalaren II. Gazte Planak (2010-2012) sortutako lantalde baten emaitza da. Kasu honetan “Gazteengana ekintzak edo informazioa helarazteko orduan kontuan hartzeko irizpideak” dira dokumentua betetzen dutenak. Lan talde honetan Udalaren hainbat zerbitzutako teknikariek hartu dute parte:

- Informazioaren Teknologien Sailaren Informazio Zerbitzua.
- Herritarrentzako Zerbitzuen eta Kirolen Sailaren Kirol Zerbitzua.
- Kultur Plangintzaren eta Jaien Zerbitzuaren Gazteria Atala eta Udalaren Antzoki Sarearen Atala.

Dokumentuaren helburua da, gazteentzako ekintzak diseinatzeko, programatzeko edo kudeatzeko dituzten teknikariei aholku edo jarraibide batzuk eskaintzea. Zabalkunde eta komunikazio lanak oso elementu garrantzitsuak dira ekintzak zuzentzen dizkiegun pertsonenagan heldzeko.

Dokumentu hau zure lanean lagungarri izatea espero dugu eta badakizue taldearen laguntza eskatu ahal duzula zure lana aurrera eramateko.

**Udalaren Gazte Plana
Gazteria Atala**

Gazteengana ekintzak edo informazioa helarazteko orduan kontuan hartzeko irizpideak.

Hasi baino lehen

- Ez egin beti egin izan den moduan, hau da, kuestionatu gabe, antzinatek jasotako inertiak gainditu. Helburua da gazteek guk eskaintzen ditugun ekintzak edo zabaltzen ditugun informazioa ezagutzeko eta haietan parte hartzeko aukera planteatzeko.

Zabaltzeko orduan

Edukiei buruz

- Ikusi behar dugu ea ekintza biztanle guztientzat den eta ez bakarrik gazteentzat, ea zabalkunde espezifikoak behar duen gazteengana heldzeko. Ez dugu bakarrik eman behar, gazteei zuzendutako ekintzen berri, baita biztanleria osoarentzat diren ekintzen berri ere. Bestela ekintzei buruzko informazioa bakarrik kulturarekiko gazte aktiboengana heldzen da eta ez guztiei.
- Egiten ditugun ekintzek eta erabiltzen ditugun mezuek eta irudiek gazteen arreta jaso behar dute. Horretarako saiatu behar dugu axolagabe ez geratzen, gehiago jakiteko grina sortzen.



Edukiak komunikatzeko erari buruz

- Gazteentzako informazioa emozioari lotu behar zaio eta erlaziozko arloari. Pertsona zaharragoengan, aldiz, informazioa lotzen zaie gehiago dauzkan aspektu objektiboei.
- Erabiltzen ditugun hitzek eta mezuak bere alde emozionalari heldu behar diote, eta gazteen ikuspuntutik egoten diren beharrekin eta itxaropenekin lotu behar dira eta ez ekintza edo informazioa sortzen direnekin.
- Informazioa zatitu eta erraz sartzen utzi behar dugu, gazteen interesen arabera pertsonalizatu. Ahal den neurrian, gazteei zuzendutakoa aukeratu, beraiek bilatu eta aurki dezatela nahi duten tokian eta momentuan (web orrirako harpidetza tresnak...)

Jasotzaileei buruz:

- Zabalkundea planteatzen dugunean, oso ondo argitu behar dugu zein publiko jaso behar duen, hitzak eta mezuak, kanalak, euskarriak etab baldintzatuko duelako. (oso ondo argitu behar da zein gazterengana heldu nahi dugun: 14 eta 18 urte bitartekoak, 19 eta 25 edo 25 eta 30 urte bitartekoak).
- Batzuetan pertsona gakoan edo bitartekoan bidez heltzeko aukera aztertu behar dugu, gazteek entzuten dituztenak eta sinesgarritasuna ematen dietenak.

Kanalei buruz

- Ekintzaren ezaugarriak eta zeintzuk diren jasotzaile gazteak ikusita, zabalkunde bakoitzeko kanal aproposak aukeratu behar dira. Gazteek erabiltzen dituzten kanaletara gure informazioa heltzen saiatu behar dugu eta haiek izango baitira, interesatzen bazaie, informazioa hartu eta zabalduko dutenak.
- Informazioa sartzen erraza egin behar dugu, besteak beste, RSS (informazio konkretuei harpidetza) tresnen bidez, beraiek nahi dutenean informazioa jasotzeko.
- Kanalak dibertsifikatu behar ditugu gazteen tarteak arabera: 14-18 urte bitartekoentzat, tuenti; 19-24 urte bitartekoentzat, hainbat sare eta kanal nahasten dira; 25-30 urte bitartekoentza, facebook, eta erne egon behar dugu kanalak nola erabiltzen duten eboluzioaren aurrean. Adinaren arabera kanalak aukeratu,



- Dibertsifikatzeak ez du kanalak batzea esan nahi. Kontuan hartu beharko dugu zarata sortzen duten eta helburuetatik urruntzen duten kanalak ez erabiltzea, adibidez, bakarrik administrazioa agertzen den prentsaurrekoak, gazteak agertzea garrantzitsua denean, kartel gehiago = paper gehiago (kartelen erabilpena gazteak ez dauden tokietan, etab.).
- Formatu eta euskarri berriekin lana bultzatu eta erraztu. Hauek dinamikoagoak eta erakargarriagoak izan behar dira gazteentzat (bideoak, blogak...) eta betikoak batzuetan, baztertu (papera, pdf-ak...).
- Gaur egun Interneteko sare sozialak ezinbesteko tresna da gazteen ekintzak zabaltzeko. Kontuan hartu behar da baliabide aproposak izan behar direla, bai giza baliabideak, bai baliabide materialak kanala berri horien garapena ziurtatzeko.
- Kanal bakoitzari dagokion hizkuntza ezberdindu eta erabili behar da (sare sozialak, prentsa, kartelak...). Adina ere kontuan hartu behar da.
- Kanaletara moldatzea ez da bakarrik zabalkundeari dagokiona kontuan hartzea, baizik eta parte hartzeari dagokiona, ekintzetan izena emateari, on-line egiten diren tramiteak...(denboretan eta eratan moldatzea, sartzeko erraztasuna, gazteentzat egokiak diren ordutegiak).

Jarraipenari eta ebaluazioari buruz

- Beharrezkoa izango da erabilitako kanalek dituzten inpaktua jarraitzea eta ebaluatzea eta hainbat ekintza informatiboren emaitzak neurtzea.
- Zabalkunderako helburuak eta adierazleak planteatu behar dira. Ezin dugu zabaltzea dugunaren inpaktua edo emaitzak jakin adierazlerik ezarri gabe. Horiek esango digute asmatu egin dugun ala ez hizkuntza, kanalak edota irudia... aukeratzean.
- Ahal den guztietan, erabiltzaileari galdetu beharko diogu nola izan duen ekintzaren berri eta beste balorazio batzuen artean, egin den zabalkundearen balorazioa.

Gazteentzako ekintzen zabalkunde lanak egiten dituzten udal teknikarien beharrak:

- Teknologia berrietan eta tresna berrietan prestakuntza behar dugu, geroago gazteen artean zabalkunde egiteko.



- Beharrezkoa da administrazioaren inertziak kuestionatzea ere eta ea beti egin den moduan gauzak egiten jarraitzea merezi duen.
- Garrantzitsua da gazteei informazioa helarazten edo gazteriarekin komunikatzen garen udal sail edo zerbitzu guztion arteko koordinazioa hobetzea. Iradokizun bezala, ondo legoke beste sailei edo zerbitzuei, inplikaturik badaude, egiten denaren berri ematea, eta, edozein kasutan Gazteria Atalari, Web orriko edukien Zerbitzuari eta Gazteen Argibideetarako Udal Bulegoari, zabalkundean bere laguntza bilatzen, hiru zerbitzu horien ohiko kanaletan.
- Ekintzak komunikatu egin behar dira arretako zerbitzuen lehenengo mailan dauden pertsoneri ere (010, herritarrei laguntzeko bulegoak...). Pertsona horiek herritarrei arreta eskaintzen diete bere ohiko kanaletan: aurrez aurre, telefonoz edo bide telematikoz.

**Udalaren II. Gazte Plana
Gazteentzako udal ekintzen
Informazioa eta komunikazioari buruzko lan taldea**

Estekak:

[Gazteria Atalaren web orria](#)
[Gazteen Argibideetarako Udal Bulegoa – web orria](#)
[Udalaren II. Gazte Plana](#)
[Gazte Plana: dokumentu osoa \(pdf\)](#)
[Gazte Planaren saien arteko lan taldeen aktak](#)

gazteria@vitoria-gasteiz.org



Introducción:

Este documento con los criterios técnicos a tener en cuenta a la hora de difundir información o actividades a las personas jóvenes, es el fruto de uno de los grupos de trabajo interdepartamental desarrollados dentro del II Plan Joven Municipal (2010-2012). El grupo ha estado integrado por técnicos municipales de los siguientes servicios:

- Servicio de Comunicación del Departamento de Tecnologías de la Información.
- Servicios de Deportes y Centros Cívicos, del Departamento de Atención a la Ciudadanía y Deportes.
- Unidades de Teatro y Juventud, del Servicio de Planificación Cultural y Fiestas

El objetivo del documento es ofrecer algunas pautas o consejos a aquellos y aquellas técnicos que planifican, programan o gestionan actividades municipales dirigidas a las personas jóvenes. La labor de difusión y comunicación es uno de los elementos esenciales para que nuestras actividades lleguen a las personas a las que van dirigidas.

Esperamos que este documento os ayude en vuestro trabajo y podéis contar con el apoyo del grupo para desarrollar vuestro trabajo

**Plan Joven Municipal
Unidad de Juventud**

Criterios a tener en cuenta a la hora de difundir información o actividades a las personas jóvenes.

Antes de empezar:

- Cuestionar cómo se ha hecho siempre, tratando de superar inercias que puede que hayan quedado obsoletas y no supongan una mejora en la búsqueda del objetivo de la información: tratar de que las personas jóvenes conozcan y se puedan plantear la participación en las actividades que difundimos.

A nivel de difusión:

Sobre contenidos:

- Plantearse, si la actividad es de carácter general y no específicamente para jóvenes, si necesita una difusión especialmente dirigida al colectivo joven. No sólo debemos informar de las actividades específicas para jóvenes sino también de las generales. De lo contrario la información sobre las actividades sólo llega a las personas jóvenes activas frente a la cultura y no a todas.



- Debemos realizar acciones o utilizar imágenes y mensajes que llamen la atención y que no les deje indiferentes, que quieran acercarse a saber más.

Sobre la forma de comunicar los contenidos:

- La información para las personas jóvenes va ligada a lo emocional y a lo relacional, a diferencia de la mentalidad adulta que prioriza los aspectos objetivos de la información.
- Los lenguajes deben llegarles a lo emocional, estar unido a las necesidades y expectativas de las personas jóvenes desde su óptica, no solo desde las necesidades del emisor de la información o actividad.
- Debemos segmentar la información y dejarla accesible, personalizar en función de intereses. Seleccionar en lo posible la información para personas jóvenes dejándola accesible para que la busquen y la encuentren cuando quieren (herramientas de suscripción a páginas web...).

Sobre el público objetivo:

- Cuando nos planteamos una difusión, tenemos que clarificar quién es el público objetivo con nitidez, pues condicionará el lenguaje, los soportes, canales... (Definir claramente el público objetivo al que va destinada la información. según los diferentes segmentos de la población joven: 14-18, 19-24 y 25-30).
- Considerar la posibilidad de llegar a través de mediadores o personas clave, personas a las que “escuchen” y les transmitan credibilidad.

Sobre los canales:

- En base a la actividad (características, ...) y a la franja de edad a la que va destinada, elegir los canales más adecuados para cada difusión. Debemos hacer llegar nuestra información a los canales que las personas jóvenes utilizan y serán ellas quienes les den difusión, si les interesa.
- Debemos hacer accesible la información con elementos como el RSS (suscripción a informaciones concretas) que les posibilite acceder a ella cuando quieran.
- Debemos diversificar canales según los diferentes segmentos de la población joven: 14-18 tuenti, 19-24 donde se mezclan diferentes redes o canales, 25-30 facebook y estar atentos a la evolución de los canales que utilizan y cómo lo hacen. Elegir los canales adecuados a la franja de edad.



- Diversificar no significa necesariamente sumar canales. Debemos tener cuidado de no utilizar aquellos que pueden generar ruido y alejar del objetivo: ruedas de prensa donde solo aparece la institución cuando el interés es que aparezcan las personas jóvenes; más cartel = más papel (utilización de la cartelería habitual en lugares donde no hay jóvenes, etc).

Sobre el seguimiento y la evaluación:

- Deberá hacerse seguimiento y evaluación sobre el impacto de los canales utilizados y sobre los resultados de las diferentes acciones informativas.
- Plantear objetivos e indicadores para la difusión. No podremos conocer el alcance o impacto de lo que hemos difundido sin marcar indicadores que nos digan si hemos acertado en los distintos elementos planteados: lenguaje, canal, imagen...
- Potenciar y facilitar el trabajo con nuevos formatos y soportes de información más dinámicos y atractivos para jóvenes (videos, blogs,...) y menos con los habituales (papel, pdf,...).
- Las redes sociales son hoy en día una herramienta imprescindible en la difusión de actividades para jóvenes. Hay que tener en cuenta que es necesario disponer de los recursos necesarios, tanto personales como materiales para implementar el uso de nuevos canales.
- Diferenciar y utilizar un lenguaje adecuado según el canal a utilizar (redes sociales, web de la institución, prensa, carteles...) y la edad de los y las destinatarias.
- Adecuarse a los canales no solo se refiere a la difusión de la información sino también a la participación, inscripción en actividades, trámites online, etc (adecuación en tiempos y formas, accesibilidad, horarios adecuados a los usos del tiempo de las personas jóvenes).
- Siempre que se pueda, preguntar al usuario-a por la fuente en la que ha conocido la actividad y, en su caso, además de otras valoraciones, por la valoración de la difusión que se ha hecho.

Necesidades de los y las técnicos municipales que realizan tareas de difusión de actividades para personas jóvenes:

- Necesitamos formación en herramientas y nuevas tecnologías relacionadas con la difusión entre el colectivo joven.
- Es necesario cuestionarnos las inercias de la administración a seguir haciendo las cosas siempre de la misma manera.



- Es importante la coordinación entre los distintos departamentos municipales que informamos a jóvenes o nos comunicamos con el colectivo. Como sugerencia, sería bueno comunicar a otros departamentos, si están implicados y, en cualquier caso al Servicio de Contenidos de la página web y a la Oficina Municipal de Información Joven, para su apoyo en la difusión a través de las redes y canales habituales en ambos servicios.
- Comunicar las actividades a las personas que están en el 1er nivel de atención (OAC, 010...) que es quien atiende a la ciudadanía por sus canales presenciales, telefónicos o telemáticos.

II Plan Joven Municipal
Grupo de trabajo información y comunicación
de actividades municipales para jóvenes

Enlaces:

[Página web de la Unidad de Juventud](#)
[Oficina Municipal de Información Joven – página web](#)
[II Plan Joven Municipal](#)
[Pdf con el documento completo](#)
[Actas de los grupos interdepartamentales del Plan Joven](#)

gazteria@vitoria-gasteiz.org