

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



Gazteak eta hedabideak
Jóvenes y medios de comunicación

Gomendio teknikoen katalogoa
Catálogo de recomendaciones técnicas



Gazteen irudia eta gazteen edo gazteei buruzko informazioa sortzean, hedabideetan kontutan hartu behar diren irizpideak eta gomendioak.

- Gazteen egoera oso zabala eta anitza dela kontutan hartzea. Horregatik gazteei buruzko gaiak asko eta anitzak ere izan behar dira. Hiritarrei zeharkatzen zaizkien gaiak (ekonomia, enplegua, prestakuntza, kirolak, aisialdia...) baita gazteen artean egoten dira. Beharrezkoa da gazteak adinarekiko unitate bezala ikusteari uztea, Horrela gizartean sortu diren estereotipoak eta aurre ikuspuntuak baztertuko ditugu.
- Informazio iturriak hartzerakoan, fidagarriak, anitzak eta egiaztatuak izan behar dira. Hedabideei askotan informazioaren iturriak heltzen dira eta gordetzen dira, atera ahal diren baliabideak aztertu gabe.
- Esfortzuak koordinatzea eta ikuspuntuak elkartrukatzea gazteekin lan egiten duten erakundeekin. Ikerketak agertzen direnean, azterketak eta hezkuntza komunitateak sortzen duena...iturri fidagarriekin kontatzeko.
- Berriak irudiztatzeko erabiltzen diren irudiekin kontuz ibili, gazteen irudi negatiboa sustatzen duten irudiak baztertuz. Gazteen eskubide pertsonalak kalte egiten dituzten irudiak ez erabili.
- Hizkuntza zaindu eta ez errepikatu gazteriaren irudi negatiboa azpimarratzen duten estereotipoak.
- Gauza positiboetatik sortu ahal diren estereotipoak bultzatu. Era orekatua gauza positiboetara buruz eta negatiboetara buruz informazioak eman.
- Informazioaren sortzaileak ez dira bakarrik prentsa eta irratia. Baita telebistako programek ere gazteei buruzko estereotipoak sortzen dituzte.
- Gaztea, egiten diren mezuen jasotzaile aktibotzat hartu.
- Berrien protagonista bezala gazteak ikusi. Gazteei buruz hitz egiten duten berrietan, gazteei benetan kontsultatzea, gazteriaren ahalmenak kontutan hartuz. Gaurko egoeran berriak testuinguruan jarri eta ez orain dela 20 urteko ezaugarrietan. Gazteen ahotsari bere tokia eman, gai guztietan bere iritzia eta beharrak adierazteko aukera ematen. Agendak ireki handiagoa eta anitzagoa den eskaintza informatibora. Gazteen egoeraren errealitatea kontutan hartu, ahotza eman eta identifikatu komunikatzen duten pertsonak (gazteen adina zehaztu).
- Gazte erreferenteen presentzia hedabideetan gehitzea, arlo ezberdinetan adituak. Horrela gazteen presentzia handiagoa izango da eta hobeto identifikatuko ditugu.



- Gazteen kondizioa eta ikuspuntua errespetatu. Normalean helduen estatusa bezala ikusten ditugun egoeretara eta estatusetara heltzen diren gazteak (gazte batek lortzen badu estatus profesional altua, ematen du gaztea dela desagertu behar dela).
- Informazioaren profesionalen lan baldintzak zaindu, gehiago hasten ari diren gazteak badira, presak baztertzen saiatzen eta informazioaren trataera ona laguntzen duten ezaugarriak zaintzen.

Instituzioek, erakundeek eta elkarteek kontutan hartu behar dituzten irizpideak hedabideetarako informazioaren sortzaileak direnean.

- Oso komenigarria da informazioaren sortzaileak diren pertsonen (instituziokoak, erakundeak edo elkarteak) eta hedabideen profesionalen arteko kontaktua. Horrela adierazi ahal diegu egiten duguna eta ulertuko dute hobeto non kokatzen diren informazioak.
- Garrantzitsua da informazioei ematen zaien ikuspuntua. Argitu behar dira eta hedabideetako profesionalen lana erraztu behar da.
- Erakundeetatik ona da informazioak planifikatzea eta dosifikatzea. Horrela hobeto mantenduko dira bakoitzak bere lan egoeran mantentzen dituen erritmoak.
- Elkarten jabetzea landu behar da arlo honetan .Asko lagundu ahal du arlo honetako aspektu basikoei buruzko formakuntza: hedabideekin harremanetan jartzeko orduan (prentsa oharra, prentsa aurrekoa, ordutegiak...). Komunikazio gizarte berri honetan formazioaren alde egin behar dugu apustu. EGKak dauzkan prestakuntzarako proposamenak daude eta zabaldu ahal dira elkarten artean.
- Berrikuntza aplikatu behar da hedabideei berriak luzatzen den moduan, formatu berriak frogatu, teknologi berriak. Betiko tresnak ez dira beti aproposenak gazteengana heltzeko. Erabili behar dira komunikazioa eta informazioaren tresna berriak, kanala aukeratuz informazioaren arabera (sareak, postak...). Gazteengana heltzeko saiatu behar da beraiek informazioa sartzea normalean erabiltzen dituzten kanaletan.
- Zabalkundeetan, zabaltzen dugunaren arabera, hedabide txikiak eta ez bakarrik betikoak kontutan hartu behar dira.
- Erakundeek eta aukerak dituzten elkarteek (EGK) elkarte txikien eta hedabideen arteko bitartekarien lana egin dezakete.

**Udalaren Gazte Plana
2012ko martxoa**



Catálogo de criterios que deben tener en cuenta los medios de comunicación a la hora de tratar la imagen del colectivo joven o de las personas jóvenes en el tratamiento de la información.

- Tener en cuenta que la situación joven es muy amplia y diversa, por lo que los temas también tienen que ser diversos. Todos los temas transversales que envuelven a la ciudadanía (economía, empleo, formación, deportes, tiempo libre...) también están presentes en la juventud. Es necesario desnaturalizar el enfoque sobre los jóvenes en tanto clase de edad única, evitando los estereotipos y prejuicios que se han construido socialmente.
- Dotarse de fuentes de información fiables, verificables y diversas. A los medios llegan muchas fuentes de información que se almacenan sin más, sin explotar los distintos recursos que pueden aportar.
- Coordinar esfuerzos e intercambiar puntos de vista con las instituciones dedicadas a los jóvenes. Estar al tanto de estudios, investigación, Comunidad educativa... con el objeto de contar con fuentes más fiables.
- Tener cuidado con la elección de las imágenes que acompañan a las noticias, evitando aquellas que refuercen una imagen negativa del colectivo joven. Evitar imágenes degradantes que vulneren los derechos individuales de las personas jóvenes.
- Cuidar el lenguaje, y no incidir en determinados estereotipos que refuerzan la imagen negativa del colectivo.
- Fomentar estereotipos desde las cosas positivas. Informar de manera equilibrada sobre hechos positivos y negativos.
- No quedarse en que los generadores de información son sólo los medios de prensa escrita y radio. Incidir también en que hay otros programas en el ámbito televisivo que transmiten estereotipos sobre la juventud.
- Considerar al joven un destinatario activo de los mensajes producidos.
- Considerar a los jóvenes como protagonistas de las noticias. Que en las noticias que se hable de la juventud se les consulte verdaderamente, teniéndose en cuenta las capacidades de la juventud. Contextualizar las noticias en la realidad actual, no en contextos y en valores de hace 20 años. Dar espacio a la voz de los jóvenes: permitir expresar sus opiniones e intereses en todos y cada uno de los temas. Abrir las agendas a una oferta informativa más amplia y de diferentes colores. Tener presente la realidad de las personas jóvenes, poner voz e identificar a las personas que comunican (verbalizar la edad de los jóvenes).
- Aumentar la presencia en los medios de personas jóvenes relevantes, entendidas en diferentes materias, consiguiendo así un reflejo mayor en las personas jóvenes, tendiendo a una mayor identificación.
- Respetar la condición joven y la perspectiva joven cuando las personas jóvenes llegan a un status profesional considerado de adultos (cuando una persona joven adquiere un status profesional alto da la sensación que esa perspectiva joven tiene que desaparecer)



- Cuidar las condiciones de los y las profesionales de la información, sobre todo las personas jóvenes que empiezan, tratando de evitar premuras y otras circunstancias que no ayudan a un tratamiento cuidado de la información..

Catálogo de consideraciones a tener en cuenta por parte de las instituciones, entidades o asociaciones, emisoras de información hacia los medios de comunicación:

- Es muy conveniente el contacto personal entre los y las emisoras de información (instituciones, entidades o asociaciones) y los profesionales de los medios de comunicación, para poder explicarles lo que hacemos y que entiendan dónde se enmarcan las informaciones.
- Es importante el enfoque que se da a las informaciones, hay que clarificar y facilitar el trabajo de los profesionales de los medios.
- Desde las instituciones es bueno planificar y dosificar las informaciones, tratando de salvar los ritmos que cada cual mantiene en el desarrollo de su actividad.
- Es necesario un empoderamiento de las asociaciones en este ámbito. Puede ayudar mucho una formación sobre aspectos básicos a la hora de ponerse en contacto con los medios (notas de prensa, ruedas de prensa, horarios...). Debemos apostar por la formación en la nueva sociedad de la comunicación. Hay propuestas de formación elaboradas por el EGK que pueden ser difundidas entre las asociaciones.
- Es necesario innovar en cómo se presentan las informaciones a los medios, optar también por otros formatos, nuevas tecnologías. No siempre los medios clásicos son los más adecuados para llegar a las personas jóvenes. Usar las nuevas herramientas de comunicación e información (redes, NTICs, correos) seleccionado el canal según la información. Para llegar a las personas jóvenes hay que tratar de que ellas introduzcan la información en los canales que habitualmente usan.
- En la difusión, según que estemos difundiendo, hay que incluir a los medios más pequeños y no sólo a los tradicionales.
- Las instituciones o entidades con posibilidades (EGK) deben servir como canales puente entre los medios y las asociaciones pequeñas.

**Plan Joven Municipal
Marzo 2012**



Estekak:

[Gazteria Atalaren web orria](#)
[Udalaren II. Gazte Plana](#)
[Gazte Plana: dokumentu osoa \(pdf\)](#)
[Gasteizko gazteen errealitatearen behatokia: txostenak](#)

gazteria@vitoria-gasteiz.org

Enlaces:

[Página web de la Unidad de Juventud](#)
[II Plan Joven Municipal](#)
[Pdf con el documento completo](#)
[Informes del Observatorio de la realidad de las personas jóvenes](#)

gazteria@vitoria-gasteiz.org

