

# U.T.2.- PLANIFICACIÓN DE LA INTERVENCIÓN EN INFORMACIÓN JUVENIL.

---



**Materiales formativos de FP Online propiedad del Ministerio de Educación y Formación Profesional.**

[Aviso Legal](#)

# 1. El perfil biopsicosocial de la realidad juvenil.

El concepto de **juventud**, un término que deriva del vocablo latino iuventus, permite identificar al periodo que se ubica entre la **infancia** y la **adultez**.

La juventud es **como colectivo social, una creación reciente**.

**El 12 de agosto es el Día Internacional de la Juventud. La fecha fue proclamada el 17 de diciembre de 1999 por la Asamblea General de las Naciones Unidas.**

La Organización Mundial de la Salud, propuso en el año 2018 una escala de edades para la estratificación de la adolescencia y la juventud. La propuesta que se recoge en el documento "La salud de los jóvenes: un desafío para la sociedad", y es una consideración genérica en períodos de 5 años en los que términos como juventud y adolescencia resultan intercambiables entre los 10 y 19 años de edad.

- ✓ Juventud: 11 a 32 años (datos según la Organización Mundial De la Salud).
  - ◆ 11 a 16 años : Pubertad, adolescencia inicial o temprana, juventud inicial (5 años).
  - ◆ 17 a 19 años : Adolescencia media o tardía, juventud media (3 años).
  - ◆ 20 a 24 años : Jóvenes adultos.



Esta **estructuración en clases de edad difiere enormemente de unas sociedades a otras.**

En la Europa pre-industrial, la conformación era muy distinta a la que conocemos en la actualidad: no existía la fase que ahora se denomina "adolescencia"; la infancia no estaba separada del mundo adulto y terminaba a los 7-8 años edad en que, en muchas regiones, se mandaba al hijo a casa de otros como aprendiz; la variación en la construcción de las categorías de "infancia" y "juventud" era enorme de unas regiones a otras al estar poco extendido el sistema escolar, no se había producido aún una homogeneización institucional de las clases de edad, la categoría de "joven" podía abarcar desde los 6 hasta los 40-50 años, etc.

A los reformadores humanistas y religiosos que proliferan a partir del siglo XV, se deben las primeras invenciones tanto teóricas como prácticas, de una infancia que, tendría una naturaleza completamente distinta a la adulta, y de una "juventud" en el sentido moderno. Motivada por el progresivo crecimiento de un sistema de enseñanza fundamentalmente en manos de instituciones religiosas, donde se separan a los niños de los adultos.

En el "Emilio" de Rousseau es donde se va a producir, a nivel teórico, el paso fundamental para la legitimación de la concepción moderna de la infancia, y para la

invencción de la adolescencia, posteriormente se realizará la **categorización social de la "juventud"**.

Así que, la clasificación siguiendo criterios temporales o cronológicos, se hace insuficiente ya que **la juventud es un concepto condicionado y compuesto por multiplicidad de variables biológicas, sociales y psicológicas**.

Engloba además otros aspectos como la **educación, la incorporación al trabajo autonomía e independencia** que pueden conllevar la formación de un nuevo núcleo familiar, así como la construcción de una identidad propia que son difícilmente etiquetables en apartados cronológicos.

El concepto juventud difiere de un país a otro y de un contexto socio económico a otro. No hay una única juventud, y deben considerarse las diversidades étnicas, sociales,culturales así como, las diferencias económicas ya sean entre países, o entre grupos o clases sociales de los jóvenes.

La OMS define la **adolescencia** como el período de crecimiento y desarrollo humano que se produce después de la niñez y antes de la edad adulta, entre los 10 y los 19 años. Se trata de una de las etapas de transición más importantes en la vida del ser humano, que se caracteriza por un ritmo acelerado de crecimiento y de cambios, superado únicamente por el que experimentan los lactantes. El comienzo de la pubertad marca el pasaje de la niñez a la adolescencia.

**Pubertad:** es el conjunto de cambios físicos que a lo largo de la segunda década de la vida transforman el cuerpo infantil en adulto.

**Adolescencia:** es el periodo psicosociológico que se prolonga varios años y que se caracteriza por la transición entre la infancia y la adultez. Es un hecho no necesariamente universal y que no adopta en todas las culturas el patrón de características que adopta en la nuestra.

## DIMENSIÓN DE LA ADOLESCENCIA

Dimensión	Adolescencia
<b>Biológicos</b>	Son prácticamente universales. Al comienzo de esta etapa se realizan grandes cambios biológicos; el individuo se hace completamente adulto. El que la maduración de unos chicos y chicas sea anterior o posterior a otros, no es ninguna cosa rara, pero puede afectarles psicológicamente, ya que pueden sentirse extraños en el grupo si son los primero o los últimos en madurar.
<b>Psicológicos</b>	El desarrollo de yo de la identidad personal es el tema de mayor

	<p>importancia en la personalidad del adolescente. El “yo y la identidad personal” es un núcleo que rige otros comportamientos y que está presente en la conciencia del propio sujeto en forma de representaciones acerca de sí mismo, proyectos y expectativas en el futuro, coordinación de las propias experiencias y presentación de sí ante los demás, el desarrollo del yo y de la identidad personal se vincula con la propia historia del adolescente. Comienza a tener memoria biográfica. Puede interpretar las pasadas experiencias y aprovecharlas para afrontar los desafíos del presente</p>
<p><b>Sociales</b></p>	<p>Las interacciones sociales se expanden de manera extraordinaria. Al mismo tiempo se debilita mucho la referencia a la familia. La emancipación respecto a la familia no se produce por igual en todos los adolescentes, ya que las prácticas de crianza en cada familia son distintas. En cuanto a la relación padres-hijo en la adolescencia, no siempre es mala, sino que depende del tipo de disciplina familiar. Por lo general se da un rechazo hacia los padres autoritarios, y una aceptación de los democráticos y de los permisivos.</p> <p>Paralelamente al distanciamiento de la familia el adolescente establece lazos más estrechos con el grupo de compañeros. Este grupo pasa por distintas fases, primero está formado por miembros de un solo sexo, posteriormente con miembros de ambos sexos y en la tercera fase se consolidan las relaciones de pareja.</p> <p>A pesar de esto el adolescente sigue necesitando manifestaciones de cariño por parte de sus padres, aunque pueda mostrarse huraño y esquivo. Lo que rechaza es una actitud paternalista.</p>

**Las alteraciones comportamentales y conductas asociales en la adolescencia:** es significativo comentar las diferentes alteraciones comportamentales, las podemos ordenar en **tres categorías:**

- ✓ **Agresividad:** comportamientos agresivos tanto verbales como físicos, asociados a una carencia de relaciones interpersonales. Características: desestructuración, irritabilidad, desafío a la autoridad, irresponsabilidad, llamar la atención,...
- ✓ **Inmadurez:** suele manifestarse con conductas que corresponden a un desarrollo normal de niños de edades tempranas. Características: escasa capacidad de concentración, pasividad, preferencia por compañeros más pequeños...
- ✓ **Retraimiento:** las características: desolación, miedo, ansiedad, hipersensibilidad, incapacidad para integrarse en el grupo,...

La **adolescencia** es una de las fases de la vida más fascinantes y quizás más complejas, una época en que la gente joven **asume nuevas responsabilidades y**

**experimenta una nueva sensación de independencia.** Los jóvenes buscan su identidad, aprenden a poner en práctica valores aprendidos en su primera infancia y a desarrollar habilidades que les permitirán convertirse en adultos atentos y responsables.

La OMS define la **Juventud** es un período de transición a la primera adultez. Debe ser aprovechado para dotar al joven de las capacidades necesarias para ocupar un empleo útil que le permita llevar una existencia lo mas independiente posible.

Las características mas destacadas como vigor, entusiasmo, actividad física, asimilación orgánica e intelectual, capacidad adaptativa, toma de decisiones...


Se trata de una etapa tranquila. Los grandes cambios se han producido durante la adolescencia, y los mayores problemas que pueden darse se refieren a la incorporación al mundo labora, la búsqueda de pareja estable.

El concepto de **juventud** es polisémico y muy impreciso, es un término controvertido que se puede definir desde diferentes puntos de vista.

## DIMENSIONES DE LA JUVENTUD

Dimensión	Juventud
<b>Biológica</b>	La duración de las etapas no está controlada por la maduración biológica.
<b>Psicológica</b>	Ya se han resuelto muchos conflictos de la adolescencia. Asume la responsabilidad de sus actos y es más independiente, aunque no ha llegado todavía al equilibrio que es característico de la adultez ya se va avanzando en el autoconocimiento y autoaceptación. Es la mejor época para el aprendizaje, pues la razón y la capacidad de pensar han logrado frenar los excesos de la fantasía y ahora el joven es capaz de enfrentarse objetivamente a la realidad que le rodea.
<b>Social</b>	Es muy habitual que las relaciones sociales se dirijan <b>hacia la búsqueda de pareja</b> . La preocupación constante por la preparación y superación profesional se convierte en un actividad definitoria de desarrollo de la personalidad. Para ser reconocido como adulto hay que asumir una estructura productiva y la creación de nuevas familias. La juventud se constituye como una <b>posición socialmente construida y económicamente condicionada</b> . El concepto difiere de un país a otro y de un contexto socioeconómico a otro.

Las tres perspectivas, denominadas dimensiones en la tabla, ofrecen **ritmos diferentes de desarrollo**.

A través de  Injuve, la Juventud en Cifras recoge de forma sistematizada la información estadística y de encuesta sobre juventud de tal forma que permita una visión lo más completa y rápida posible sobre las características del colectivo juvenil.

Está estructurada en apartados que abordan diferentes aspectos de este colectivo tales como población, entorno familiar, relaciones de pareja, medios de vida y autonomía económica, ocupaciones, salud, ocio y tiempo libre, y valores y actitudes de los jóvenes.

# 1.1. Características diferenciales de los entornos geográficos y socioculturales de intervención.

---

El **comportamiento de una persona** no puede comprenderse sin el entorno en el que vive y con el que interactúa constantemente. Ese entorno ejerce una clara influencia tal como muestra la cultura.

Se puede considerar el entorno como el conjunto de factores sociales, culturales, morales, económicos, profesionales, que rodean a una persona, una colectividad o época e influyen en su estado y desarrollo.



El **entorno geográfico** es mucho más que un escenario físico donde se desarrollan las personas. Los individuos que comparten un espacio en la vida cotidiana, comparten también una simbología asociada a este determinado entorno geográfico que favorece la identificación a través de significados elaborados conjuntamente.

Los entornos pueden representar categorías sociales ya que responden a un conjunto de rasgos que definen a sus miembros como pertenecientes a una determinada categoría y los diferencia del resto de los demás.

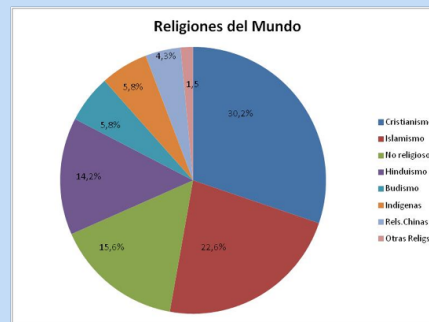
Las necesidades y características de los jóvenes que residen en un entorno urbano o rural van a ser diferentes.

Según Jaume Funes “Hay que tener en cuenta el territorio, la juventud no está distribuida uniformemente, se da una mayor concentración urbana en determinadas periferias de las grandes ciudades y es muy diversa dentro de cada barrio y pueblo. Las condiciones sociales de origen, siguen siendo un gran factor de diferenciación entre jóvenes. Estudiar más años, acceder a los estudios universitarios, sigue dependiendo de las condiciones sociales de la familia”.

Se hace necesario delimitar las distintas características según sea el entorno de la intervención, es decir, según sea un entorno urbano, periurbano, o rural; según las características socioculturales, jóvenes en riesgos de exclusión social que vivan en un área marginal o en un entorno desfavorecido o tengan un nivel socio económico medio o alto. Incluso su nivel de formación, según tengan un nivel de cualificación sin estudios o con estudios superiores.

Todos esos datos son necesarios para realizar un adecuado análisis de la realidad que contextualice de una forma adecuada la planificación y la ejecución de los proyectos de intervención con jóvenes, con la finalidad de atender a las necesidades y expectativas de la población diana de nuestros proyectos.

**Endogrupo** es el grupo social de referencia la que pertenece, o del cual una persona se identifica psicológicamente como miembro. Se manejan los mismos códigos. La configuración de la identidad social del grupo viene dado por la percepción de la semejanzas.



**Exogrupo** es el grupo social que se percibe como diferente. El endogrupo suele dar una valoración negativa.


Se ha encontrado que la pertenencia psicológica de grupos y categorías sociales está asociada con una amplia variedad de fenómenos: raza, religión, clase social, cultura, género, etc.

Los límites geográficos definidos por las personas, que se identifican en base a una determinada categoría urbana, son un elemento importante, en el momento de diferenciarse de otros grupos que ocupan entornos diferentes, mientras que, a nivel simbólico, pueden lugar un papel importante en las relaciones que se dan entre los grupos y comunidades (Hunter, 1987).



## Para saber más

En el siguiente enlace puedes ampliar la información sobre el Exogrupo y endogrupo:

 [Exogrupo y endogrupo.](#)



## 1.2. Técnicas de investigación social en el ámbito de la juventud.

La existencia de una juventud como grupo o condición social que tendría actitudes, comportamientos o una subcultura, se ha convertido en una especie de evidencia natural, en un punto de partida incuestionable en buena parte de la investigación sociológica sobre la juventud española.

El empleo de las diferentes técnicas de investigación social depende de los objetivos concretos de dicha investigación y de la información que se pretende obtener con cada una de ellas .

La más utilizadas en el ámbito de la juventud son la observación, la entrevista , el grupo de discusión y la encuesta, que se detallan a continuación.

### A. La Observación.

Es un proceso sistemático por el que un investigador recoge por sí mismo información relacionada con cierto problema a lo largo de un período, sin control o manipulación del entorno.

Supone que el investigador, advierte los hechos como se presentan y los registra siguiendo algún procedimiento y recogiendo la información, de manera que pueda ser analizada posteriormente.

Es un procedimiento de carácter selectivo, está guiado por lo que percibimos por una cierta cuestión que nos preocupa.

Los resultados pueden ser analizados cuantitativa y cualitativamente.

Se puede mirar utilizando simplemente la vista o con métodos más sofisticados como la fotografía, vídeo.

Las posibles aplicaciones las tenemos cuando se sospecha una desviación en el recuerdo o contestación de conductas; se quieren describir comportamientos; se necesita estudiar un fenómeno según ocurre ; conductas no conscientes, p. ej. comportamiento no verbal ; grupos con dificultades de comunicación.

Ventajas	Inconvenientes
Acontecimientos son registrados tal y como ocurren.	Registro sólo de hechos, no de causas ni opiniones.
Eliminación subjetividad entrevistador.	Estática.

No precisa de colaboración activa por parte del sujeto estudiado.	Influencia de variables del entorno.
Entorno "natural".	Muestras pequeñas.
Precio.	Dificultades en la cuantificación.

### Pasos del proceso de observación:

- a. Elección del objeto: definir lo que se va a observar dependiendo de si es una investigación exploratoria o si ya conocemos el problema
- b. Elección del instrumento de observación: uno o más observadores; vídeo, fotografía aérea, contadores, etc.
- c. Elección del punto de observación. Contexto: hay que describir perfectamente el conjunto de condiciones naturales, sociales, históricas y culturales en las que se desarrolla la observación.
- d. Elección del período. Hay que tener en cuenta las variaciones diarias, semanales, mensuales y anuales de los comportamientos.
- e. Observación continua o por periodos breves Ej. Contando las personas que entran en un día en un parque o a determinadas horas, el nº de personas que hay en el parque.
- f. Frecuencia de los registros.
- g. Diseño del instrumento de recogida de datos.
- h. Recogida de la información.
- i. Análisis.

### B. La Entrevista.

Es una de las técnicas más usadas en Sociología. Consiste en la obtención de información mediante una conversación profesional en la que una persona , la entrevistadora realiza a otra , la entrevistada, una serie de preguntas sobre aspectos que se desean conocer.

Para realizarla, la persona que entrevista debe poseer y entrenar una serie de competencias básicas como la empatía, el control de las emociones, la asertividad y las habilidades de escucha.

Es muy importante **la preparación**.

#### La entrevista puede ser:

- a. **Entrevista estructurada.** Está planificada de principio a fin, con preguntas concretas ordenadas en función de la importancia o complejidad de la información que se obtiene.
- b. **Entrevista semiestructurada.** Parte de un guión base en el que se establecen los aspectos que trataremos a lo largo de la entrevista pero sin especificar todas las preguntas que realizaremos.

c. **Entrevista libre**, no hay guión prefijado.

#### Su usos:

- ✓ Cuando el universo es pequeño.
- ✓ Cuando las respuestas pueden variar mucho.
- ✓ Cuando se buscan preguntas para un cuestionario posterior.

### C. Grupo de discusión.

Según Krueger (1991) lo definiríamos, como una conversación cuidadosamente planeada, diseñada para obtener información de un área determinada de interés, en un ambiente permisivo, no directivo. Se lleva a cabo con aproximadamente de siete a diez personas, guiadas por un moderador experto.

La discusión es relajada y a menudo satisfactoria para sus participantes, ya que exponen sus ideas y comentarios en común. Los miembros del grupo influyen mutuamente, puesto que responden a las ideas y comentarios que surgen de la discusión.

Ventajas	Inconvenientes
Rapidez.	Subjetivismo.
Flexibilidad.	Coste elevado.
Empatía.	Artificialidad.
Creatividad.	Parcialidad.

### D. La Encuesta.

La **técnica de la encuesta** supone la obtención de información de los individuos a través de un listado de preguntas llamado cuestionario y el posterior análisis estadístico de la información obtenida.

Para elaborar un cuestionario, se puede optar por **tres tipos de preguntas**:

- a. **Cerradas**. Cuando el encuestado solo tiene una alternativa de respuesta: si, no, no lo sé.
- b. **Abiertas**, se puede contestar de forma libre, para que se exprese a su manera.
- c. **Abanico o de opción múltiple**, se propone al encuestado un determinado número de respuestas entre las que ha de escoger. Se pueden elegir una o más opciones, y se puede pedir que el entrevistado las ordene por grado de importancia y añadir una opción "Otro" para pedir que se especifique y obtener más información.

Ventajas	Inconvenientes
----------	----------------

Rapidez.	Información limitada al cuestionario.
Fiabilidad.	Precio.
Población grande.	Deseabilidad social.




## Debes conocer

- ✓ **Población** (universo de estudio): conjunto de unidades de las que se desea obtener cierta información.
- ✓ **Muestra** : parte representativa de la población.
- ✓ **Muestreo**: procedimiento por el cual se selecciona la muestra.
- ✓ **Cuestionario**: Listado de preguntas a las que se espera que el entrevistado conteste.
- ✓ **Error de muestreo**: grado de inadecuación entre los valores obtenidos en la muestra (estimaciones) y los valores correspondientes de la población (parámetros).
- ✓ **Nivel de confianza**: grado de probabilidad que tiene el investigador de que su estimación se ajuste a la realidad.
- ✓ **Medidas de tendencia central**: estadísticos que resumen la información y captan las tendencias: **media, mediana y moda**.




## Para saber más

En relación a la discusión es muy importante conocer técnicas y una de ellas es  **Brainstorming**, también denominada tormenta de ideas, es una herramienta de trabajo grupal que facilita el surgimiento de nuevas ideas sobre un tema o problema determinado. La lluvia de ideas es una técnica de grupo para generar ideas originales en un ambiente relajado.



Puedes ampliar tus conocimientos de esta técnica:

 [Brainstorming.](#)



## 1.3. Fuentes de información y documentación sobre jóvenes.

Los **observatorios** son instrumentos que nos aportan poder disponer de una visión global de una situación concreta de la sociedad, pudiendo reflexionar sobre las intervenciones que se han llevado a cabo por las administraciones en esa determinada materia.

### Observatorios de Juventud.

Son un **método de búsqueda de información juvenil**. Son espacios que se dedican a extraer y comparar **indicadores** relativos a la situación de la juventud. Se encargan de analizar, hacer un seguimiento, evaluar los problemas socioeconómicos que afectan a la juventud.



Con ellos se orienta en la toma de decisiones la **Administración Pública**, de manera que sea lo más adecuada posible a la realidad que experimenta la población juvenil, y coherente con las demandas de estos.

Su trabajo se basa en realizar una serie de publicaciones y estudios sociológicos que muestren información de confianza sobre la realidad juvenil y por otro lado, informes y memorias sobre la evaluación de políticas públicas en sus intervenciones en la materia.

### Sus fines principales son:

1. Servir de cauce de participación de los jóvenes que viven en España mediante la expresión de sus opiniones sobre aquellos aspectos que le afectan.
2. Estudiar la realidad juvenil y las transformaciones que se van produciendo en la población joven.
3. Contribuir a la orientación y a la actualización de las políticas de juventud y participar en las actuaciones que desde las administraciones públicas y desde la sociedad se llevan a cabo dirigidas a la juventud.
4. Analizar la imagen de lo jóvenes en los medios de comunicación, proponiendo medidas para mejorarla.

El **INJUVE** elabora y difunde regularmente datos estadísticos, encuestas de opinión, estudios e investigaciones sobre la juventud y mantiene un fondo documental especializado que puede ser consultado a través de la página web o en su biblioteca.



## Para saber más

En los siguientes enlaces puedes ver diversos espacios web y redes sociales desde donde Injuve recopila y ofrece información a la juventud:

- ✓ [Observatorio de Injuve.](#)
- ✓ [Instagram de Injuve Spain.](#)
- ✓ [Twitter Injuve Spain.](#)
- ✓ [Youtube injuve juventud.](#)



### Observatorio de la Juventud Canaria

Un instrumento de seguimiento permanente de la realidad juvenil canaria, con el fin de disponer de una visión global y actualizada de la situación y evolución de los jóvenes, que permita evaluar el impacto de las políticas y de la acción administrativa en materia de juventud de las Administraciones Públicas con competencias en dicho ámbito.



#### Entre sus funciones está:

- ✓ Realizar investigaciones y estudios e impulsar la investigación en Canarias sobre la realidad juvenil.
- ✓ Diseñar y mantener actualizado un sistema de indicadores de juventud que permitan un seguimiento permanente de la realidad juvenil en Canarias y su evolución.
- ✓ Facilitar y promover la planificación de las políticas de juventud a partir de la transferencia del conocimiento que la investigación genere.
- ✓ Asesorar y orientar a las Administraciones Públicas locales en el diseño de proyectos de investigación sobre la realidad juvenil en el ámbito local.
- ✓ Constituir y difundir un fondo documental científico relativo a la investigación y estudios sobre la juventud, tanto realizados en Canarias como fuera de ella Decreto 3/2014, de 23 de enero



## Para saber más

Por poner un ejemplo, en una comunidad



autónoma, puedes ver los servicios de juventud en los siguientes espacios web:



- ✓ [Juventud canaria.](#)
- ✓ [Twitter canaria.](#)
- ✓ [Facebook Juventud canaria.](#)
- ✓ [Youtube Juventud canaria.](#)
- ✓ [Programas Juventud canaria.](#)



## 1.3.1. Estudios sociológicos.

---

### Estudios sociológicos.

Los organismos encargados del estudio y amparo de la juventud debe de contar con estudios sociológicos consistentes en la aplicación de técnicas de investigación que ofrezcan datos y así poder analizar y tratar diferentes hechos sociales.

estudios  
sociológicos

En sociología existen un gran número de métodos, aunque el más utilizado para investigar la realidad actual y que nos aporte información de relevancia es el método cualitativo, investiga la realidad y la interpreta, y la forma más usual de hacerlo es mediante la observación directa, cuyo objetivo es recoger datos sobre las personas, los procesos y las culturas.

Llevar a cabo estas observaciones involucra una serie de consideraciones para el investigador como la ética, establecer relaciones, seleccionar jóvenes claves que proporcionen información de peso, las observaciones deben de estar sistematizadas, decidiendo que y cuando observar y mantener notas en un diario de campo.

Estos métodos son científicos que nos proporcionaran información relevante y analizada de la realidad juvenil para poder así diseñar metodologías de intervención de calidad.

### Publicaciones.

Mediante ellas se transmite al usuario/a la información que necesite o se le da la posibilidad que la obtenga, es el acto de difundir algo, por tanto se trata de otro método de a la hora de buscar información.



Las publicaciones físicas son documentos escritos en papel, mientras que la publicación virtual se encuentra ubicada en tecnología.

Destaremos las las siguientes publicaciones sobre la juventud:

#### 1. 1.- INJUVE.

- ✓ La Revista de Estudios de la Juventud, editada por el observatorio del INJUVE en formato digital y en papel. Se abordan de manera monográfica, por parte de distintos expertos, los temas más relevantes relacionados con el ámbito de la juventud.
- ✓ Informes de juventud.
- ✓ Guía de recursos.

#### 2. Consejo de la Juventud.

- ✓ Observatorio de emancipación.
  - ✓ Observatorio de vivienda joven.
3. Publicaciones de las CC.AA.
- ✓ Madrid: Imagina Alcobendas.
  - ✓ [Revista Juventud canaria.](#)
  - ✓ [Publicaciones: Juventud canaria.](#)

### **Bibliotecas especializadas.**

Son lugares que se encargan de conservar clasificado un campo de materia afín, se basan en una particularidad temática.

Su objetivo general es suministrar información específica y de manera rápida , facilitando el acceso a base de datos y documentos relacionados con la temática.

Sus características principales son:

- ✓ Especialización en una materia concreta.
- ✓ Están ubicadas en empresas y organizaciones para ser explotadas por estas y solo dependen de la política interna de la entidad al permitir acceso al personal de fuera.
- ✓ Trabajan en el las personal experto con una forma definida y sistematizada que debe estar siempre alerta por manejar información actualizada.
- ✓ En estas bibliotecas se pueden encontrar publicaciones, literatura gris, información que haya preparado la institución.

### **Buscadores.**

Un **motor de búsqueda** o **buscador** es un sistema informático que busca archivos almacenados en servidores web gracias a su araña web. Son herramientas muy prácticas para la búsqueda de información a través de Internet. Los buscadores de internet son bancos de datos que contienen información clasificada.



Son bases de consulta abiertas al público.

Un ejemplo son los buscadores de Internet: Google, Bing, Yahoo, Ask, Duckduckgo, Yandex, etc. El motor de búsqueda de **Google** es la página más visitada de todo Internet con 1.800 millones de visitas cada mes.

### **Portales.**

Se caracterizan porque tienen en su pagina principal la mayor parte de la información que contiene su web. Disponen de buscadores de recursos propios y ajenos.

Ejemplo: Portal Europeo de la Juventud



### **Intranet.**

Facilita el trabajo en equipo, potenciando las relaciones entre compañeros/as del mismo equipo. Una **intranet** es una red informática que utiliza la tecnología del protocolo de Internet para compartir información, sistemas operativos o servicios de computación dentro de una organización, ya sea pública o privada. Suele ser interna, en vez de pública como internet, por lo que **solo los miembros de esa organización tienen acceso a ella.**

### **Foros.**

Permite mantener conversaciones entre los jóvenes. Es una herramienta informática muy útil a la hora de difundir información, de fácil acceso y la puede crear cualquier administración o servicio.

Existe un Foro Nacional de Juventud Injuve en España, además de otros nacionales e internacionales.



## **Recomendación**

En el siguiente enlace puedes acceder al Foro Nacional de Juventud Injuve en España:

 [Foro Nacional de Juventud Injuve en España.](#)

## 2. La intervención en el trabajo con jóvenes.

---

Se entiende **intervención social** como “un proceso de actuación sobre la realidad social (y educativa) que tiene como finalidad lograr un desarrollo, cambio o mejora de situaciones, colectivos, grupos o individuos que presentan algún tipo de problema o necesidad para facilitar su integración social o su participación activa en el sistema social a nivel personal, económico-laboral, cultural y/o político”.

Por lo tanto, estamos hablando de una acción programada, sobre un colectivo o individuo, que trabaja para mejorar su situación generando un cambio social, a través de la eliminación de situaciones que generen desigualdad.

La información, desde este punto de vista, se convierte en una herramienta de “intervención social cuyo paradigma es apostar por la convivencia positiva como clave de los comportamientos humanos, frente a otros valores que amenazan con consolidar una sociedad dual, de triunfadores frente a resignados espectadores de sus éxitos, de personas, familias y países autosuficientes, frente a personas, familias y países que han de esperar de ellos los favores que les permitan sobrevivir”.

Hablamos de la Planificación en su sentido más amplio entendida como “conjunto de métodos y técnicas que permiten ordenar de forma previa y racional un proceso de producción”

## 2.1. La planificación de la información juvenil

---

La **planificación** es el proceso por el que a partir de un análisis previo y actual , y tras una evaluación de fines y medios, se marcan objetivo a alcanzar, parámetros para la ejecución y actividades a llevar a cabo durante un período de tiempo.

Con la planificación se basa en buscar la mejor solución, es un proceso clave para prever la acción en una transformación de algo.

La planificación **no puede ser un momento**, sino que ha de constituir un continuo, en forma de proceso para orientar racionalmente la intervención. Así en toda actividad productiva, tal y como son los Servicios de Información Juvenil, ha de hablarse de diseños estratégicos, tácticos y operativos, como un todo integrado, si tenemos en cuenta, además, que los servicios de información juvenil están enmarcados dentro de programas comunitarios más amplios

### **Kidneigh, distingue 8 fases en el proceso de planificación:**

1. Proceso de recogida de datos.
2. Análisis de los datos útiles y formulación de hipótesis.
3. Proceso de identificación y selección de ellas alternativas.
4. Planificación de la alternativa.
5. División del trabajo.
6. Selección, formación y coordinación de los recursos humanos.
7. Mejora continua de las medidas adecuadas para garantizar la consecución de los objetivos.
8. Recogida, registro y análisis de los datos.

Hay que considerar una serie de **criterios** a la hora de realizar una planificación, como:

- ✓ Lógico, entendiendo que la planificación va a ser un proceso razonado.
- ✓ Económico, valorar el gasto y el espacio que tenemos para llevar a cabo dicha planificación.
- ✓ Productivo, que de forma indirecta pueda solucionar otras necesidades relacionadas.
- ✓ Cultural, tener en cuenta el nivel formativo y académico de la población destinataria.



## Para saber más

En el siguiente enlace puedes ver:

- ✓ Plan Insular Joven, aprobado por el Consejo de Gobierno Insular.
- ✓ Evaluación del Plan Insular Joven de Gran Canaria.

 [PROGRAMAS Y SERVICIOS JUVENTUD.](#)

### Los niveles de la planificación son el plan, programa y proyecto:

- ✓ El **plan** es una propuesta de trabajo integral que se desarrolla a través de diferentes programas, simultáneos en el tiempo o sucesivos y su planteamiento es a medio y largo plazo.
- ✓ Un **programa** es una propuesta de trabajo más concreta, concentrada en objetivos y áreas temáticas más específicas y dirigida a un sector de la población y en un periodo de tiempo a medio y a corto plazo. Se desarrollan mediante diferentes proyectos, igualmente simultáneos y sucesivos.
- ✓ Los **proyectos** se llevan a cabo a través de actividades interrelacionadas.

La **administración** establece planes en materia de juventud, para fijar los objetivos donde se deben enmarcar las actuaciones que se lleven a cabo, a su vez, que se materializan en programas y proyectos.

### Los elementos de un proyecto:

1. Nombre del proyecto
2. Presentación de la entidad
3. Fundamentación de la necesidad del proyecto
4. Destinatarios
5. Ámbito del proyecto
6. Objetivos
7. Metodología
8. Actividades
9. Recursos
10. Evaluación
11. Temporalización
12. Coordinación del proyecto
13. Financiación y presupuesto

## 3. Elaboración y difusión de la información para jóvenes.

---

Cualquier **proceso de información** establece como base una comunicación.

El proceso de comunicación debe ser planificado, evitando así los procesos espontáneos y permitiendo mejorar los contenidos y los procesos de información.

Si se consigue un proceso de comunicación planificado que responda a lo que se debe saber en cuanto a los contenidos que quieren transmitir a los y las jóvenes, se aumentará la calidad del servicio de información juvenil.

El **objetivo principal** de cualquier servicio de información juvenil radica en que la información llegue a la población joven por los medios, canales y recursos adecuados según el momento, lenguaje y hábitos de la misma. Todos los esfuerzos que dediquemos a la difusión de la información, de una forma racional y ordenada, serán fundamentales

Lo importante no es sólo la información que tenemos y la manera en que la **clasificamos**. No nos podemos quedar esperando a que los jóvenes vengan a informarse.

Lo verdaderamente importante es **de qué manera adaptamos los SIJ a la demanda concreta**, cómo conseguimos que las acciones y los servicios que ofrecemos o que tenemos preparados sean de interés.

Una vez que tenemos claro **qué queremos comunicar y a quién**, solo falta decidir **cuál es la manera más idónea de hacérselo llegar**. Esto significa meterse en la piel de la persona joven, en sus hábitos y costumbres, en su manera de vivir y, sobre todo, en su lenguaje.



## Reflexiona

**¿Qué manera ves más idónea de llegar al público joven de Gran Canaria?**

Mostrar retroalimentación

Hoy en día, en época de la pandemia del Coronavirus, es mejor llegar a través de las redes sociales, aunque las demás vías son también propicias para poder transmitir un mensaje, pudiendo utilizar más de una opción posible.



## 3.1. Diseño y organización de campañas informativas para la juventud.

---

Una **campaña informativa** es el conjunto de actividades que se integran en una estrategia determinada,. Su objetivo es la generación de cambios sostenibles en ideas, valores, políticas y prácticas que afectan a la población.

Señalamos las siguientes **etapas básicas** de las que se compone:

- ✓ **Planteamiento**, es el momento de definición de los objetivos, del público objetivo, de los contenidos, el plan de medios de comunicación, el cronograma, los recursos y los diferentes medios de comunicación.
- ✓ **Producción**, es la ejecución del plan. Elaboración de guiones, grabaciones, elaboración de módulos y redacción de contenidos.
- ✓ **Distribución**, es la transmisión a la población objetivo a través de medios de comunicación colectiva y la realización de actividades.

**Para que una campaña informativa tenga éxito**, deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- ✓ Tener un **objetivo concreto**, lo que ayuda a que el mensaje que se quiere transmitir sea claro y unitario.
- ✓ Diseño de una **estrategia**, que incluya los tiempos, las herramientas, y las técnicas que se van a emplear para su logro.
- ✓ **Planificación y programación**, de las actividades que se van a desarrollar para dar forma a la propia campaña.

Al contextualizar la campaña informativa en la población joven, se debe tener en cuenta las características que define a este colectivo. Conocer al destinatario de la campaña que se va a diseñar es fundamental para adaptar dicha a actuación informativa a su lenguaje, gustos y preferencias, de tal forma que se sienta identificado y cercano a aquello que se pretende transmitir.

La **identificación publicitaria** con los jóvenes se realiza a través de dos estrategias básicas:

- ✓ Búsqueda de información con el estereotipo general sobre lo que se supone que es ser joven. Es importante si lo que se quiere es producir cambios en sus comportamientos , si no se sienten identificados difícilmente prestarán atención a la campaña.
- ✓ Necesidad de mostrar diversidad de los jóvenes frente a las tendencias globalizadoras sobre la juventud. Así se fomenta un acercamiento a la

personalización de la juventud, más ajustada a la realidad, a las necesidades y los valores de ellos jóvenes.

En relación con la publicidad general, los siguientes **rasgos** con los que los jóvenes se sienten identificados en las campañas informativas y que identificarían sus preferencias, de forma global, serían:

- ✓ Emocionalidad, es un recurso positivo en la publicación juvenil, y a que los jóvenes suelen valorar los mensajes que apelan a sus sentimientos y emociones.
- ✓ Sencillez, un mensaje sencillo y directo, sin trampas, facilita que los jóvenes desarrollen su confianza y sientan cercanía con el que lo emite.
- ✓ Realismo, transmitir mensajes que los jóvenes puedan constatar en su propio entorno, hace que se sientan importantes.

Se ha demostrado la eficacia en el uso de un lenguaje, códigos, valores, territorios y espacios con los que los jóvenes se sientan identificados. Es importante señalar que la organización de las estrategias comunicacionales propias estará condicionadas por el tipo de producto o idea que se va a publicitar.



## Reflexiona

¿Serías capaz de crear una campaña publicitaria sobre una actividad juvenil en tu localidad? Elige una actividad juvenil concreta e interesante en la actualidad, en el texto o en el mensaje de comunicación (palabras clave), la ilustración más apropiada, el logotipo, el nombre, el medio, cómo lo difundirías, a quién lo dirigirías, dónde, cómo .....

## 3.2. Metodología de elaboración de la información para jóvenes: lenguajes expresivos.

---

Uno de los principales objetivos de cualquier servicios de información juvenil es **que la información llegue a los y las jóvenes por los medios y canales adecuados.**



La información seleccionada debe ser **exacta y estar actualizada y comprensible.**

**Una de las funciones de los centros y servicios de información juvenil es diseñar la información** de forma que responda a las necesidades de un grupo en particular.  
**Tener en cuenta que:**

1. Los textos con lenguajes fácilmente comprensible.
2. La información debe ser clara y con diferentes niveles de detalle a aquellos que solo quieren tener una idea inicial y para los que tienen gran interés en un tema específico.
3. Organizar la información para que se accesible , que se refleje los criterios de selección aplicados.
4. Importante crear folletos, servicios en línea, con lenguaje y formato que susciten el interés de los y las jóvenes.
5. El material debe ser atractivo, que llame la atención de los y las jóvenes.
6. Diseñar productos para la juventud que no les guste leer, que tengan dificultades para leer, como por ejemplo: podcsta, tebeo.
7. Organizar veladas y eventos informativos en los que los expertos y los y las jóvenes aborden determinados temas.
8. Organizar y mantener redes con otros servicios pertinentes: Centros educativos de secundaria, lugares de trabajo.
9. Difundir los productos informativos para que lleguen a la juventud que no se dirigen a un centro o servicio de información juvenil por iniciativa propia.

La **actitud del profesional** que trabaja en un servicios de información juvenil, como informador, debe saber detectar el nivel de comprensión del usuario y usuaria y adaptar su lenguaje con e fin de que llegue la información.

Identificaremos una **serie de competencias** relacionadas con el uso del lenguaje:

- ✓ Competencia comunicativa, capacidad de adaptar el lenguaje al contexto en el que nos encontramos.
- ✓ Competencia lingüística, comprende la unión de la gramática, la fonología y la semántica y las características por las que se rige cada una de ellas.
- ✓ Competencia pragmática, conjunto de características que tenemos adquiridas as personas y se refieren a nuestra capacidad de expresarnos y relacionarnos

con los demás.

### Lenguajes expresivos.

La mayoría de los jóvenes emplea una forma de comunicación o jerga propia (juvenil) que surge entre iguales, en situaciones de comunicación no formal y, sobre todo, orales. Para que las campañas de difusión de información juvenil tengan éxito y lleguen al mayor número posible de jóvenes han de resultar atractivas, motivadoras y adaptarse a su lenguaje.



La jerga de los jóvenes es propia de la edad y no de la cultura, porque los hablantes abandonan su lenguaje característico a medida que maduran. El lenguaje de los adolescentes está directamente relacionado con algunas cuestiones que hay que tener en cuenta, entre ellas:

- ✓ El lenguaje del cuerpo a través del tatuaje que suele ser utilizado como un refuerzo de identificación tribal y grupal para estrechar lazos y marcar diferencias con los otros.
- ✓ Este uso de las marcas corporales suele ser propio de determinadas subculturas juveniles (tribus, pandillas, etc.).
- ✓ La influencia de los medios de comunicación fundamentalmente los programas de televisión o películas que generan modelos de conducta y comportamiento.
- ✓ La influencia de las marcas, como símbolo de identidad grupal (por ejemplo NIKE).
- ✓ La influencia de determinados estilos de música: Hip-Hop, Break Dance, Rap, y otras culturas urbanas.
- ✓ La influencia de la utilización de las TICs -chats, SMS, correos electrónicos.

### Ficha Informativa.

Las fichas informativas son documentos donde recopilamos, tratamos y elaboramos información relacionada con temas de interés juvenil y que se utilizan tanto en soporte papel como en web sobre temas concretos y específicos. Aunque cada servicio las elabora en función de las demandas de sus usuarios, no tiene mucho sentido que cada centro elabore la misma información, cuando se trata de un tema de interés general, sin especificaciones territoriales o locales, cuando podemos optimizar tiempo y esfuerzo si nos coordinamos para repartir tareas en varios centros.



## Para saber más

En el siguiente enlace puedes ver la campaña de Erasmus diseñada para la juventud y, si te pones a verlo con detenimiento, te darás cuenta que han utilizado un diseño y creación propio para los jóvenes y han creado vídeos explicativos para tal fin.

 [Eramus +](#)

## 3.3. Selección y tratamiento de la información y documentación en los espacios físicos y virtuales.

---

A la hora de tratar información relevante para la población juvenil que se encuentra en espacios tanto físicos y virtuales, hay que tener en cuenta una serie de características que facilitaran el manejo de la información.

### Es importante tener en cuenta:

- ✓ Garantizar la objetividad de la información y el pluralismo de las fuentes primarias y secundarias.
- ✓ Los contenidos informativos se basan en la clasificación temática.
- ✓ La organización de los contenidos se fundamenta en soportes que facilitan el acceso a los y las jóvenes.
- ✓ Se requiere una actualización periódica que garantice la vigencia de la información.
- ✓ El proceso de selección ha de ser accesible al fin de actuar con principios de calidad.

Es importante la **validación de la información** para asegurar que responda a la realidad. Determinar si reporta calidad a cualquier proceso de información, para ello existe una serie de **criterios** a considerar, tales como:

- a. **La relevancia.** Hay que delimitar que información necesitamos, tipo de fuente que se va a utilizar y como ( monografía , ensayo).
- b. **Alcance.** Examinar el contenido de la información para saber si su alcance es correcto.
- c. **Autoridad/credibilidad.** Se tiene en cuenta el nombre del autor, título de la publicación. Las bases de datos pasan por un proceso de revisión, ya que está en juego la reputación de quien las elige. Los documentos publicados en internet no tiene ningún mecanismo de control de calidad.
- d. **Actualidad.** Importante tener la fecha de la publicación del documento. En caso de publicaciones en materia de información juvenil la fecha no debe exceder de seis años.
- e. **Objetividad.** Factores como la necesidad, la forma en la que se perciben los hechos, los valores personales o el contexto social, impiden la objetividad de la información.
- f. **Exactitud.** Habitualmente se recurre a comparar la información con otra investigada anteriormente y así validar la exactitud.

Para poder ofrecer un servicio rápido y eficaz es necesario **buscar y tratar la información previamente**.

**Las fases del proceso de búsqueda y tratamiento de la información son las siguientes:**

1. Seleccionar las fuentes originales consideradas de utilidad para esta búsqueda concreta.
2. Interpretar y tratar la información.
3. Difundir la información tratada.

Hay que tener en cuenta en cada una de las fases, **el ámbito documental que se va a cubrir; la población concreta y potencial; los aspectos prioritarios** para planificar la utilización de los medios de que disponga el servicio de información y el diseño de los canales de difusión más apropiados.

Seleccionada la información, habría que considerar **si es una información puntual o bien se trata de información con más perdurabilidad.**

**En función de la durabilidad se clasifica en:**

1. **Información perecedera**, como ofertas de empleo, convocatorias de cursos, becas. Su carácter es temporal , por lo que habitualmente se coloca en los paneles y no se realiza ningún tratamiento documental posterior, si no es para su actualización en directorios.
2. **Información permanente**, sobre temas concretos de interés en publicaciones, libros documentos elaborados. Necesitan un tratamiento documental para facilitar su almacenamiento y posterior recuperación.

Dicho todo esto, vamos a interpretar la información previa a los servicios de juventud.

Las **temáticas de interés para los jóvenes** en los servicios de información juvenil son diversas y deben dar las adecuadas respuestas a los siguientes temas:

- ✓ **Información general.** Relativa a políticas de juventud, legislación y la relacionada con la gestión de la información necesaria para el desempeño del trabajo de los profesionales de la información juvenil: buscadores de internet.
- ✓ **Empleo.** Hay un tema que de forma transversal demandan los jóvenes y es el referido a la inserción laboral. Los recursos que se trabajan en este ámbito son los de orientación, búsqueda activa de empleo, preparación entrevista de trabajo, diseño currículum, convocatoria de oposiciones.
- ✓ **Educación.** Esta temática es de vital importancia el desarrollo de itinerarios personalizados, lo que permite orientar al usuario al recurso más idóneo. Se debe contar con recursos nacionales e internacionales; planes de estudio, salidas profesionales, homologaciones, becas y ayudas.
- ✓ **Ocio y cultura.** Como difusor de la oferta cultural, el SIJ debe estar al día con las actividades que organice el INJUVE y de los departamentos de juventud de las diferentes comunidades autónomas. Es necesario llevar un trabajo en red que permita trabajar en coordinación con los recursos nacionales e internacionales: intercambios, exposiciones, música, actividades deportivas, congreso de jóvenes, etc.
- ✓ **Vacaciones.** Es función de los SIJ impulsar en los jóvenes el enriquecimiento cultural que proporciona viajar, desde la viajoteca , se facilitará los recursos para que puedan organizar sus vacaciones en función de ellas diferentes posibilidades a través de la información y guías actualizadas, directorios de paginas web, transportes, alojamientos, ...

- ✓ **Sociedad.** Uno de los objetivos es impulsar el asociacionismo como herramienta que permita la participación en la sociedad. Información sobre medio ambiente, voluntariado, participación ciudadana, interculturalidad, cooperación.
- ✓ **Salud.** Información en relación con los hábitos saludables como nutrición, drogodependencias, enfermedades de transmisión sexual, salud mental.



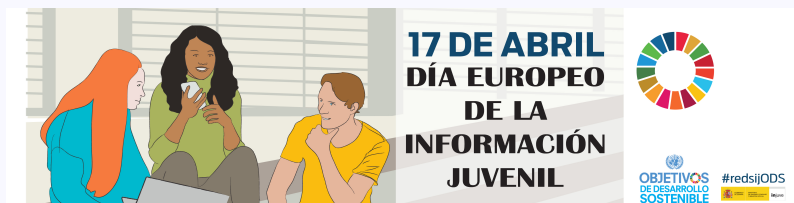
## Reflexiona

Vamos a ponernos a prueba...

¿De qué temas tratarías en la actualidad sobre los SIJ?

Mostrar retroalimentación

Los Servicios de Información Juvenil (**SIJ**) se encargan de atender todas las demandas juveniles, atendíéndolas directamente o derivándolas a otros recursos especializados: actividades propuestas en los **planes y estrategias comunitarios** como la salud (Coronavirus), educación, empleo: orientación laboral, sociedad como colaboración y ayuda a las personas y entidades (Cruz Roja) como el voluntariado, Ocio y cultura, deportivo, etc...





## 3.3.1. Tipologías de fuentes de información.

**Fuente de información son los documentos que contienen datos sobre una información concreta.**

Puede ser:



	Fuentes primarias	Fuentes secundarias
<b>Información</b>	A elaborar	Elaborada
<b>Finalidad</b>	Para el problema que se enfrenta	Para otro tipo de problemas
<b>Proceso</b>	Muy complejo	Rápido y fácil
<b>Coste</b>	Alto	Relativamente bajo
<b>Tiempo</b>	Largo	Corto

- ✓ **Fuentes primarias.** Información general, original y directa: patente.
- ✓ **Fuente secundaria.** cuando la información ya ha sido analizada y hay mediación entre el emisor y el receptor: libros, revistas.

En relación con la actualización del fondo documental , hay que seleccionar las fuentes de información que proporcionen la que se necesita y que ésta sea fidedigna y esté vigente. Se pueden clasificar en :

- a. **Fuentes personales.** De aquellas personas que por su trabajo y experiencia pueden ofrecer información de forma directa o el medio para conseguirla a través de colectivos, asociaciones, entidades relacionadas con los ámbitos de la juventud.
- b. **Fuentes institucionales.** Organizaciones, entidades o agrupaciones con carácter corporativo sea pública o privada.
- c. **Fuentes documentales.** Publicaciones de editoriales, monografía, prensa, folletos, documentales.
- d. **Fuentes web.** Internet. Su generalización ha hecho que se convierta en la principal plataforma de difusión informativa de la mayoría de las entidades públicas y privadas.



### Para saber más

En el siguiente enlace puedes ampliar tus conocimientos sobre las fuentes de información:

[Fuentes de información.](#)

## 3.3.2. Infoxicación y análisis documental.

La **infoxicación**, concepto acuñado por Alfons Cornellá, hace referencia a la **saturación de información**, que puede llegar a crear confusión en los usuarios, no pueden encontrar la información buscada y les resulta complicado contrastar la fiabilidad, la actualidad ni si es errónea o no.



Tradicionalmente, el **Análisis Documental**, ha sido considerado como el conjunto de operaciones destinadas a **representar el contenido y la forma de un documento** para facilitar su consulta o recuperación, o incluso para generar un producto que le sirva de sustituto.

**En el análisis documental se produce un triple proceso:**

- ✓ Un proceso de **comunicación**, ya que posibilita y permite la recuperación de información para transmitirla.
- ✓ Un proceso de **transformación**, en el que un documento primario sometido a las operaciones de análisis se convierte en otro documento secundario de más fácil acceso y difusión.
- ✓ Un proceso **analítico-sintético**, porque la información es estudiada, interpretada y sintetizada minuciosamente para dar lugar a un nuevo documento que lo representa de modo abreviado pero preciso.

El **análisis documental** está constituido por varias operaciones fundamentales y diferentes que se describen a continuación:

- ✓ **La descripción física o análisis formal:** Se trata de la descripción bibliográfica del documento. Es el proceso de descripción física o externa de un documento, permite la identificación inequívoca del documento. Actúa sobre el soporte e identifica los datos externos de un documento que lo distinguen de otro, proporcionando una identificación individual. Permiten localizar la fuente donde está publicado el documento.

Ejemplo para la descripción física de un artículo de revista: Título del artículo

Autor/es Título de la publicación Número de la publicación Fecha publicación  
 Mes ( o periodo) Año de publicación Página inicial Página final.

- ✓ **Análisis de contenidos o análisis interno:** Opera sobre el contenido temático del documento y logra una representación de la información tratada.

Se divide a su vez en:

- **Indización o descripción característica** (con palabras clave y con descriptores).  
 Indizar significa construir índices y significa seleccionar expresiones o términos para representar el contenido o los temas de que trata un documento y también las solicitudes de información.
- La **indización** supone caracterizar y representar el contenido de documentos y preguntas mediante términos apropiados, con el fin de permitir el almacenamiento (generación de índices) y posterior recuperación de la información.
- **Resumen o descripción sustancial.** Se refiere al análisis de los contenidos de los documentos. Es la representación abreviada del contenido de un documento sin interpretación ni crítica.  
 Clasificación. Clasificar es **“ordenar o disponer por clases”**. Se entiende por clasificación documental el proceso de análisis por el cual un documento es identificado y ordenado por clases, definidas éstas según el contenido del propio documento.

Su **principal objetivo** es permitir el agrupamiento de materias específicas en clases mayores o más genéricas para facilitar la organización, almacenamiento y recuperación de la información a partir de un tema amplio.

En cuanto a **los sistemas para la clasificación, citamos:**

1. **Índice de clasificación.** Se trata de una herramienta que con un lenguaje controlado, permite agrupar por materias los documentos recibidos con la finalidad de su posterior recuperación de una manera rápida y sencilla.
2. **Tesoro.** Representa un **método muy útil de organización de un lenguaje documental coordinado.** Se utiliza en los SIJ como un sistema de clasificación documental existente en ellos.  
 Básicamente es como un diccionario que relaciona el lenguaje natural con el lenguaje documental para facilitar la clasificación.

**Está constituido por una serie de relaciones que define el contenido semántico entre los términos, y pueden ser de tres tipos:**

- a. **Jerárquicas.** Orientadas en una escala de mayor a menor y tiende a ordenar los términos más genéricos(TG)a más específicos (TE).
- b. **Asociativas.** Se expresan mediante órdenes de tipo TR que significa término relacionado. Se trata de relacionar términos que no sean equivalentes pero que están relacionado.
- c. **De equivalencia.** Es la relación que se da entre términos diferentes con

un mismo significado para evitar el uso abusivo de sinónimos. Se relacionan con el término USE, por ejemplo: técnico y profesional.

3. **Base de datos documentales.** Son un conjunto de datos pertenecientes a un mismo contexto almacenados sistemáticamente para su posterior uso.

Su **objetivo** es la introducción de datos en un soporte informático, para posteriormente recuperar la información, facilitando su localización, independientemente del volumen de información.

El **uso de base de datos** es uno de los sistemas más eficaces para trabajar documentalmente la información. Se debe adaptar constantemente a las necesidades del servicio y en **continua renovación**. Importante la colaboración de las red de centros para poder conseguir esto.

La **norma UNE 50-113** Información y Documentación incluye **conceptos referidos al Análisis Documental**. Entre todos destacamos los más empleados y cuyo conocimiento es importante:

- ✓ **Análisis documental:** Operación que consiste en examinar un documento para encontrar sus elementos esenciales y las relaciones entre ellos.
- ✓ **Análisis de contenido:** Análisis que tiene por objeto facilitar los datos que caracterizan el contenido del documento de una forma clara y concisa.
- ✓ **Indización:** Operación destinada a representar los resultados del análisis del contenido de un documento o de una parte del mismo, mediante elementos de un lenguaje documental o natural, generalmente para facilitar la recuperación.
- ✓ **Resumen:** Representación breve del contenido del documento, sin interpretación ni crítica.
- ✓ **Resumen indicativo:** Resumen que indica el tipo de documento, los principales temas tratados y cómo se tratan. (También se llama descriptivo).
- ✓ **Resumen informativo:** Resumen que facilita la máxima información posible cuantitativa o cualitativa, o ambas, contenida en un documento. (También se llama analítico).
- ✓ **Resumen selectivo:** Resumen que refleja sólo aquellas partes del texto que parecen esenciales para una categoría de usuarios determinada.
- ✓ **Resumen de conclusiones:** Segunda exposición resumida, en un documento, de sus principales resultados y conclusiones, que tiene por finalidad completar la orientación del lector.
- ✓ **Extracto:** texto constituido por frases seleccionadas de un documento.
- ✓ **Asignación de términos de indización:** Elección y atribución de términos de indización, aparezcan o no en el texto, para representar documentos o datos, de acuerdo con ciertas reglas.



## Para saber más

Aquí tienes una útil presentación sobre el Tesauro, su estructura y modo

de uso:

**El tesa  
elemen  
estructura**

## 3.4. Difusión de información juvenil: soportes, publicaciones físicas y virtuales en la información para jóvenes.

La **difusión de la información juvenil desde los SIJ**, hace referencia al traslado al mayor número de jóvenes, de la información que ofrece y la del propio servicio para que sea conocido por la juventud.

Para ello los servicios de información deberán:

- ✓ Adaptar la información, el mensaje, el formato y el soporte al público al que va dirigido.
- ✓ Variar los canales de difusión de la información e incorporar nuevos medios sobre todo los relacionados con las nuevas tecnologías.
- ✓ Utilizar la imaginación con el fin de atraer la atención de los jóvenes. Es imprescindible acercar la información a los sectores menos favorecidos para asegurar la igualdad de oportunidades.



### Para saber más

En el siguiente enlace puedes ver el Boletín europeo de Injuve:

 [Boletín europeo.](#)

**eurodesk**  
España

## 3.4.1. Soportes.

### Soportes.

#### 1. Paneles informativos.

Son una herramienta que facilita la difusión a lo largo de todo el proceso de información.

Se colocan avisos e informaciones.

Se colocan tanto en el interior como en el exterior de los SIJ. Están expuestos en la entrada de los centros, en las salas de autoconsulta, en los centros educativos, asociaciones...



La información es actualizada por profesionales de los servicios de información, ya que se trata de una información perecedera.

Se expone convocatorias de ayudas y subvenciones, becas, actividades culturales, de ocio y tiempo libre.

El formato es cambiante y variado y no tiene que guardar relación entre sí. Desde folletos hasta carteles e información elaborada por los coordinadores de información o por el propio servicio.

En función del espacio de que se disponga se establecen las prioridades sobre que información colgar y en que lugar. Generalmente, se trabaja sobre un formato específico, identificando el centro y seleccionando el tipo de información que se va a exponer.

#### 2. Tablón de anuncios.

También es un panel la diferencia con el anterior es que puedes dejar mensajes públicos. Ejemplo un aviso para comprar, anunciar eventos.

Suelen estar hechos en material de corcho básicamente, para facilitar su uso. Pueden encontrarse con dos formatos, físico y virtual. Físicos en los centros de información juvenil y virtual en la web de los mismos.

#### 3. Revisteros.

Muebles diseñados para poner revistas en ellos. Abiertos en su parte superior para que las publicaciones se coloquen en sentido vertical.

Son el soporte físico fundamental del área de autoconsulta ya que facilita la organización de las publicaciones periódicas que se reciben en el centro. En función de los recursos económicos y de





la demanda, cada SIJ tiene una determinada oferta informativa: periódicos de información general, publicaciones locales, revistas juveniles...



#### **4. Carpetas informativas.**

Con el fin de archivar y facilitar el manejo se dispone de carpetas que contienen información perecedera, con un formato propio, elaborada por los profesionales del servicio. Se suelen clasificar por campos y ponerlas en estanterías, principalmente en el área de autoconsulta.

#### **5. Fichas informativas.**

Documentos tanto físico como en formato digital facilita al técnico de los SIJ el proceso informativo.

#### **6. Carteles y folletos.**

Recursos para comunicar mensajes de forma fácil y eficaz a nivel individual, grupal e institucional.

Se emplea en ámbitos muy diverso como es el sanitario, empleo , político.

El cartel debe ser atractivo, el texto concreto, que generen impacto y con lemas que despierten interés, con contenidos positivos y cercano a los destinatarios.



## 3.4.2. Publicaciones físicas en la información para jóvenes.

---

### Publicaciones físicas en la información para jóvenes.

#### 1. Revistas y boletines.

Son instrumentos de difusión habitual que tienen como objetivo ofrecer información útil y de interés.

Los boletines electrónicos en la actualidad son los más utilizados. Sin embargo, la edición en papel es importante por las siguientes razones:

- ✓ No todos los jóvenes tienen acceso a internet.
- ✓ Con estas publicaciones el SIJ está presente en la calle.
- ✓ Se puede releer en cualquier momento y en cualquier lugar.

#### 2. Guías de información juvenil.

Es un documento que incluye una serie de informaciones que se refieren a un tema concreto.

Para los profesionales de la información juvenil son un instrumento valioso y también son una importante herramienta de difusión de contenidos específicos como pueden ser de viajes , de salud,de empleo...

Su estructura varían según quién las haya elaborado. Pueden estar presentada en formato digital y en formato papel, generalmente en PDF.

## 3.4.3. Publicaciones virtuales en la información para jóvenes.

---

### Publicaciones virtuales en la información para jóvenes.

En los servicios de información juvenil cada vez más se utiliza como herramienta mas cercana a las jóvenes los soportes informáticos, se han convertido en unos de ellos instrumentos más eficientes en la difusión de la información. No solo los estáticos cada día se ofrece formatos mas interactivos de forma que los usuarios puedan realizar sugerencias, participar en los proceso en los que están interesados.



A continuación expondremos algunos de ellos:

#### 1. Páginas web.

Es la principal vía que tiene el usuario para acceder de forma virtual al centro.

Importante que sea ágil e interactiva, de máxima utilidad tanto para los destinatarios como para el trabajo en red del servicio de información juvenil. Permite ahorrar tiempo y conocer la información de manera real.

#### 2. Convocatorias.

La información que contienen las convocatorias tienen fechas percederas , son informaciones puntuales y tienen una fecha limitada de caducidad.

Los servicios de información juvenil la suelen colocar en el apartado de agenda y la información es variada:cursos, jornadas,congresos, becas, subvenciones y ayudas, actividades de ocio, deportivas, culturales.

Algunas se suelen localizar en los boletines oficiales (subvenciones, ayudas).

#### 3. Noticias.

Varía en función de su importancia y de su interés general. Normalmente aparecen en primera página en el medio virtual,ya que se pretende que llegue al usuario de manera eficaz.

#### 4. Tablón de anuncios.

La información que se cuelga en los tablonos de anuncios virtuales tiene las mismas condiciones que los tablonos de soporte físico.

#### 5. Fichas informativas.

Las fichas informativas que se elaboran como soporte en sus procesos metodológicos de información, algunos centros las deciden publicar en sus soportes virtuales.

## 6. Boletines y revistas digitales o electrónicas.

Su objetivo es informar de las actualizaciones de la página web y proporcionar información sobre temas específicos de forma periódica.

En los SIJ es habitual que existan estos boletines que se publican semanal, quincenal o mensualmente. Se envía por correo electrónico, bajo suscripción. Sus contenidos suelen ser convocatorias o temas con fechas concretas. También se publica en la página web para su consulta.

## 7. Blog.

La información va apareciendo en estos soportes de forma periódica y cronológica. Se recopilan textos o artículos de uno o varios autores, apareciendo primero el más reciente.

Normalmente los SIJ ofrecen la posibilidad que los usuarios participen tanto en su blog como en sus web, para que aporten opiniones, sugerencias, etc.

## 8. Guías informativas.

Mencionadas anteriormente.

## 9. Redes sociales.

Representan una estructura social, son plataformas en internet formadas por grupos de personas que comparten intereses o actividades, y a través de ellas se permite la comunicación, intercambio de información, contacto entre ellos.



Constituyen procesos de comunicación en cadena, en donde unos usuarios se conectan con otros y así sucesivamente; formando una red dinámica de flujo de comunicación. Estos son uno de los beneficios pero a su vez uno de los mayores peligros.

Cada vez resulta imprescindible que los SIJ estén presentes en las redes sociales, como medio más cercano a los jóvenes.

## 10. Correos electrónicos.

Permite la difusión masiva de información a un gran número de usuarios al mismo tiempo y con el mismo formato. Se puede realizar mediante dos métodos:

- a. **Lista de correos.** Es una dirección de correo que cuando se envía un mensaje a esa dirección lo reciben todas las personas presentes en esa lista.

Dependiendo de cómo esté configurada el



receptor podrá tener la posibilidad o no de responder al ese correo.



Es una herramienta útil para los informadores para la difusión de noticias, publicidad o información de interés. Primero se envía la suscripción a los destinatarios para su aceptación, de esta manera se evitan los spam. La cancelación de esta suscripción está disponible cuando las personas lo soliciten.

Los servidores de correo como Google Groups, Yahoo! Groups o e-Listas, LISTSERV, ofrecen listas de correo.

- b. **Información a la carta.** Es un servicio que puede prestarse a través del correo electrónico o de los SMS a gran número de usuarios interesados en recibir una información concreta.

Se elaboran las listas de usuarios delimitada según los contenidos de interés agrupando de esta manera a los usuarios.

## 11. Mensajes a móviles.

Necesario contratar un servidor de telefonía que lo gestione. No supone ningún coste para los usuarios.

## 12. WhatsApp.

Es una aplicación de chat para teléfonos móviles de última generación. El funcionamiento es igual que el de la mensajería instantánea para móviles más básicos.



La identificación del usuario es su número de teléfono, imprescindible tener instalada esta aplicación tanto para enviar como para recibir los mensajes.

Es el modo más habitual de comunicación entre los jóvenes, constituyendo una herramienta de máxima actualidad y gran aliada para la difusión de la información.

## 3.5. Dinamización y marketing de la información para jóvenes.

---

Uno de los **objetivos** de los centros de información juvenil es **mantener informados a los jóvenes**, usando para ellos la metodología y los canales más adecuados y eficientes.

La **difusión de la información** está destinada tanto a los jóvenes que se acercan a demandarla como a la juventud en general. Para lo cual, es imprescindible la dinamización y la elaboración de campañas de marketing planificadas para conseguir este propósito.

**Dinamizar** hace referencia a animar a la participación y por dinamización son las practicas que provocan acciones autónomas en los jóvenes.

El concepto de dinamización de la información está unido a las funciones de los SIJ. Así que la dinamización tiene que incorporar mensajes, actividades y programas que promuevan que los jóvenes se responsabilicen de las decisiones que toman en su propia vida.

Términos relacionados con la dinamización de la información:

**Info- participación:** Implicación directa y comprometida de los propios jóvenes como antes privilegiados en la gestión de la información juvenil.

**Pedagogía informacional:** Estrategias que los profesionales de la información juvenil deben utilizar para desarrollar habilidades para dotar a la gente joven de las herramientas necesarias para desarrollar procesos de búsqueda de información.

El **marketing** es el conjunto de técnicas que tienen como objeto mejorar la comercialización de un producto.

En los SIJ el marketing hace referencia a la adecuación de estas técnicas para la difusión tanto del propio servicio como de las actividades que se realicen.

**Para ello las herramientas para lograrlo:**

1. **Producto.** Es el servicio que se oferta y que cubre las necesidades de los usuarios , en este caso la información. El producto tiene que ser percibido por los jóvenes como bueno.
2. **Promoción.** Es la forma de comunicación que trata de estimular la demanda a través de la comunicación de la existencia del producto y sus características.

A la hora de realizar una **campaña de marketing** dirigida a los jóvenes es interesante

tener en cuenta las siguientes pautas:

- ✓ A los jóvenes les atrae que se les trate como personas con una singularidad concreta.
- ✓ El mensaje debe tener un proceso de retroalimentación que vaya de lo divertido a lo funcional y práctico y viceversa.
- ✓ El trato con sus iguales es fundamental para los jóvenes, sentirse integrado tanto por sus amigos como con la utilización de su lenguaje.
- ✓ Fundamental contar con el uso de ellas nuevas tecnologías, internet y aplicaciones.

Las campañas de marketing producen resultados positivos en las acciones, en todos los ámbitos, por eso también son muy importantes en el ámbito juvenil.

Las **actividades de promoción de un SIJ** son:

- ✓ La publicidad a través de los medios de comunicación.
- ✓ El merchandising.
- ✓ La fidelización.
- ✓ La atención al cliente.

## 3.6. Innovación en los proyectos de información e intervención socioeducativa con jóvenes.

---

Los profesionales de la información juvenil tiene que estar en constante actualización . Los informadores, los dinamizadores de lo servicios de información juvenil como desde el trabajo en red compartiendo y publicando las actividades y las buena prácticas.

Necesitan conocer herramientas para realizar su trabajo y para poder difundir la información a es te colectivo exigente . En esta linea existen unos recursos determinados como:

- a. Marketing de guerrilla, es una filosofía que apuesta por utilizar el marketing tradicional y la difusión de una manera novedosa. A modo de ejemplo se puede enviar información por correo ordinario cambiando el sobre convencional por otro con color que llame la atención. El objetivo es hacer algo distinto e impactante con las tácticas de siempre.
- b. Catálogo Kickstart. Proporciona nuevos recurso mentales para que cualquiera pueda ampliar sus propias estrategias. Útil cuando se buscan ideas de campañas nuevas y originales para cualquier medio, prensa, televisión, promociones.

Una de las cuestiones que preocupan a loas profesionales que trabajan con los jóvenes en como trabajar la motivación. Lo primero es crear las condiciones para que quieran hacerlo.

Estas orientaciones pueden resultar de utilidad:

- ✓ Indagar sobre los intereses de los jóvenes antes de plantear ninguna actividad. No tomar decisiones por ellos.
- ✓ Aclarar que las funciones del profesional es la de ayudar.
- ✓ Crear un ambiente grupal adecuado mediante dinámicas que sean atractivos y los jóvenes puedan acudir.
- ✓ No prometer desde el servicio de información lo que no se pueda conseguir. La sinceridad es la base de la comunicación.

## 3.7. Difusión y transferencias de buenas prácticas.

---

Según la comunidad internacional, la UNESCO, en el **marco del programa MOST1** (management of social transformations) ha especificado cuales son los rasgos característicos para considerar una buena practica profesional.

**Estos son los siguientes:**

- ✓ Innovadora, desarrolla soluciones nuevas y creativas.
- ✓ Efectiva, impacto positivo sobre la mejora.
- ✓ Sostenible, se mantiene en el tiempo y produce efectos duraderos.
- ✓ Replicable, sirve como modelo para desarrollar políticas, iniciativas y actuaciones en otros lugares.


En la información juvenil **las buenas practicas** son las actuaciones que por su carácter innovador y la calidad en los procesos, viables, transferibles y sostenibles, aportan conocimientos, metodologías y potencian la teorización en la red.

La base que la sostiene es acompañar a la juventud en su proceso de maduración y de integración social mediante la información la orientación y el asesoramiento desde los principios democráticos.



### Para saber más

En el siguiente enlace puedes ampliar la información sobre el programa MOST de la UNESCO:

 [Programa MOST.](#)



## Anexo. Licencia de recursos.

---

Ningún recurso de fuentes externas que requiera citar explícitamente sus datos de licencia ha sido usado en esta unidad, por lo que este anexo queda vacío. Todos los recursos utilizados, de fuentes internas, se acogen al Aviso Legal de la plataforma.