

TEMA 1.- Introducción a la comunicación. La comunicación humana. El lenguaje como medio de comunicación. Tipos de comunicación. Atención al público: atención personalizada e información de ciudadanos.

Esquema:

1. Introducción a la comunicación.
2. La comunicación humana.
3. El lenguaje como medio de comunicación.
4. Tipos de comunicación.
5. Atención al público: atención personalizada e información de ciudadanos.

Desarrollo del esquema:

1. Introducción a la comunicación

¿Qué es la Comunicación? La comunicación se define como el proceso por el cual asignamos y transmitimos significados, en un intento por crear un entendimiento compartido. Este proceso requiere un vasto repertorio de habilidades en el proceso intrapersonal e interpersonal, de escuchar, observar, hablar, preguntar, analizar y evaluar. El uso de estos procesos se desarrolla y transfiere a todas las áreas de la vida, más allá de la casa, la escuela, la comunicación, el trabajo. A través de la comunicación se dan la colaboración y la cooperación.

Si hay un tema unificador que abarca todas las disciplinas es la comunicación. La comunicación es nuestra ventana de comunicación básica con los administrados. Es alcanzar niveles de excelencia y de precisión en la expresión, requiere el dominio del idioma formal, Estas son las capacidades que cultivan el potencial de la persona que está atendiendo a l público y nos muestran las posibilidades de una plena comunicación con el interesado.

- 2 La comunicación humana.

La comunicación humana es el intercambio de mensajes entre dos personas e involucra el análisis personal de cada uno, lo cual genera una interacción basada en sus propios sentimientos e impresiones

En el proceso de comunicación, es necesario comprender elementos Centrales que configuran su importancia en el ámbito de las relaciones humanas:

- Todo comportamiento o no comportamiento es comunicación.
- Es un proceso que se da en un contexto.
- Es interaccional: sus efectos dependen del que comunica y del que recibe e interpreta.
- Es un proceso de causalidad circular.
- Lo central del proceso es que tiene un efecto o influencia sobre la otra persona.
- No es sólo intercambio de información, por lo que debemos diferenciarla del proceso de comunicación propiamente tal.

Funciones que cumple la comunicación humana:

TEMA 1.- Introducción a la comunicación. La comunicación humana. El lenguaje como medio de comunicación. Tipos de comunicación. Atención al público: atención personalizada e información de ciudadanos

- Actúa para controlar el comportamiento de los miembros de un grupo.
- Fomenta la motivación al aclarar a los trabajadores lo que se debe hacer, lo bien que lo está desarrollando y lo que se puede hacer para mejorar el desempeño.
- Es una fuente básica de interacción social para la satisfacción de necesidades sociales.
- Proporciona la información que los individuos y grupos necesitan para tomar decisiones y evaluar opciones alternativas.

3. El lenguaje como medio de comunicación.

El lenguaje es un método exclusivamente humano, y no instintivo, de comunicar ideas, emociones y deseos por medio de un sistema de símbolos producidos de manera deliberada. Estos símbolos son auditivos, y son producidos por los llamados “órganos del habla” [Sapir 1980].

El lenguaje como medio de comunicación:

- El lenguaje, se refiere a las formas de comunicación oral y habitual.
- La comunicación puede ser por: medios visuales (señales de circulación, fotografías, etc.) o por medios expresivos (con nuestro lenguaje verbal, gestual y expresivo).
- En todo proceso de comunicación existen los siguientes elementos:
 - Emisor. Persona que transmite algo a los demás.
 - Mensaje. Información que el emisor envía al receptor.
 - Canal. Elemento físico que establece la conexión entre el emisor y el receptor.
 - Receptor. Persona que recibe el mensaje a través del canal y lo interpreta.
 - Código. Es un conjunto de signos sistematizado junto con unas reglas que permiten utilizarlos. El código permite al emisor elaborar el mensaje y al receptor interpretarlo. El emisor y el receptor deben utilizar el mismo código. La lengua es uno de los códigos más utilizados para establecer la comunicación entre los seres humanos.
 - Contexto. Relación que se establece entre las palabras de un mensaje y que nos aclaran y facilitan la comprensión de lo que se quiere expresar.
 - Los elementos de la comunicación: referente, emisor, mensaje, receptor, código y contexto.
 - **Situación.** A veces hay situaciones **extralingüísticas** que nos ayudan a interpretar el mensaje.
- Cuando utilizamos el lenguaje, lo hacemos con una intención específica. Puede ser para informar sobre algo, convencer a alguien, expresar sentimientos, etc. Podemos decir las mismas cosas pero de múltiples maneras, emitiendo diferentes intenciones. Esas intenciones se denominan funciones del lenguaje, pueden ser: informativas, afectivo-valorativas, reguladoras, etc

4. Tipos de comunicación.

- **La Comunicación verbal y no verbal.**
 - Comunicación verbal, la realizada por medio de la palabra.
 - Comunicación no verbal, la comunicación realizada por medios distintos a las palabras.

- **La Comunicación interpersonal.** La comunicación interpersonal está constituida por aquellas que fluyen entre los individuos en situaciones personales cara a cara y de grupo, pueden abarcar desde las órdenes directas hasta las expresiones causales. Cada persona dispone de su propio estilo interpersonal, el cual constituye la manera en que un individuo prefiere relacionarse con otros.

Esto se ejemplifica en la denominada Ventana de Johari, la cual se basa en el supuesto de que uno mismo posee o los demás poseen cierta información pero ninguno posee ni conoce totalmente dicha información.

De esta manera, es posible distinguir cuatro zonas por las cuales se focaliza cada estilo interpersonal de comunicación:

- Zona abierta: este espacio incluye todos los factores en los cuales Yo y los Demás tenemos percepciones compartidas, es decir, las personas me ven como yo me veo.
- Zona Desconocida: comprende todos los factores que no veo en mí ni ven los demás en mí
- Zona oculta: incluye los factores que veo en mí pero oculto a los demás, es decir, las personas ven un falso yo y yo debo mantenerme siempre alerta para no dejarles ver el verdadero yo.
- Zona ciega: son todos los factores que otros perciben en mí pero que yo no veo, es decir, las personas saben ciertas cosas de mí pero no me las dicen.

- **Según el código que en ellas se ocupe, existen distintos tipos de comunicación:**

- Lingüística escrita: cuando el código empleado es lingüístico escrito. Por ejemplo, la correspondencia por carta.
- Lingüística oral: cuando el código empleado es lingüístico oral. Por ejemplo, cuando conversamos.
- No lingüística visual: cuando el código empleado es no lingüístico visual. Por ejemplo, la publicidad.
- No lingüística gestual: cuando el código empleado es no lingüístico gestual. Por ejemplo, los gestos que utilizamos a diario.
- No lingüística acústica: cuando el código empleado es no lingüístico acústico. Por ejemplo, la sirena de la ambulancia.
- Códigos No Lingüísticos.

Son aquellos códigos que no necesitan del lenguaje. No requieren de un idioma determinado para ser capaces de transmitir el mensaje.

Para que estos códigos sean útiles, tanto el emisor como el receptor deben saber sus significados, pero no tienen que saber leer ni escribir. Ellos se debe a que estos códigos, como no utilizan el lenguaje, no son escritos ni orales.

Los códigos no lingüísticos se dividen en código no lingüístico visual, código no lingüístico gestual y código lingüístico auditivo.

- Código No lingüístico Visual.

Se transmite a través de la vista. Para captar el mensaje, el receptor debe ver la señal que el emisor le envía. No debemos confundir ver con leer.

En cuanto a la relación con el código lingüístico escrito, también hay que verlo; pero no basta con eso, porque hay que saber leer y conocer el idioma para comprender el mensaje. En cambio, cuando nos comunicamos con el código no lingüístico visual, solo basta con ver.

- Código No Lingüístico Gestual.

En este código, el emisor transmite sus mensajes a través de gestos, utilizando su cuerpo. Podría parecerse al código no lingüístico visual, ya que se trata de un signo o señal comunicativa que el receptor también debe recibir a través de la vista. Pero no debemos confundirnos, pues lo que distingue a este tipo de código es su origen. Este consiste en que el emisor hace gestos para transmitir el mensaje, en cambio, el otro corresponde a cualquier señal que solo es necesario ver. Un ejemplo de código lingüístico gestual es el lenguaje de los sordomudos.

- Código No Lingüístico Auditivo.

También se le llama código no lingüístico acústico o sonoro. Se transmite a través del oído, es decir, el receptor debe escuchar la señal para recibir y entender el mensaje.

En el código no lingüístico auditivo, la señal es más universal y no incluye palabras ni nada lingüístico ni tampoco elementos visuales.

NOTA: en cualquier situación comunicativa, hay que cuidar no confundir el emisor con el objeto que produce el sonido, ya que estos objetos suelen servir simplemente como un medio para que el verdadero emisor transmita el mensaje. Por ejemplo, en el caso de las campanas de la iglesia, es el sacerdote y no las campanas, quien desea transmitir a toda la comunidad que la misa va a comenzar.

- **La comunicación según su dirección:**

- Comunicación descendente. Es la comunicación que fluye desde los niveles más altos de la organización hacia los más bajos. Incluye políticas, instrucciones y memorandos oficiales.
- Comunicación ascendente. Es la comunicación que fluye desde los niveles inferiores a los superiores de la organización. Incluye buzones de sugerencias, reuniones de trabajo y procedimientos de reclamación.
- Comunicación horizontal. Es la comunicación que fluye a través de las funciones en la organización, la cual es necesaria para la coordinación e integración de las diversas funciones de la organización. Por ejemplo, las reuniones interdepartamentales, los equipos de trabajo, etc.
- Rumores. Es un tipo de comunicación informal. Son creencias no verificadas que circulan en forma generalizada dentro de la organización o en el entorno.

5. Atención al público: atención personalizada e información de ciudadanos.

1. ATENCIÓN AL PÚBLICO: ACOGIDA E INFORMACIÓN AL ADMINISTRADO

La regulación principal de esta materia, se encuentra contenida en el Real Decreto 208/ 1996, de 9 de febrero, por el que se regulan los servicios de información administrativa y atención al ciudadano.

1.1. Las funciones de información administrativa y de atención al ciudadano

La información administrativa es un cauce adecuado a través del cual los ciudadanos pueden acceder al conocimiento de sus derechos y obligaciones y a la utilización de los bienes y servicios públicos.

La información encomendada a las unidades y oficinas podrá ser general o particular.

1.1.1. La información general

Es la información administrativa relativa a la identificación, fines, competencia, estructura, funcionamiento y localización de organismos y unidades administrativas; la referida a los requisitos jurídicos o técnicos que las disposiciones impongan a los proyectos, actuaciones o solicitudes que los ciudadanos se propongan realizar; la referente a la tramitación de procedimientos, a los servicios públicos y prestaciones; así como a cualesquiera otros datos que aquellos tengan necesidad de conocer en sus relaciones con las Administraciones públicas, en su conjunto, o con alguno de sus ámbitos de actuación.

La información general se facilitará obligatoriamente a los ciudadanos, sin exigir para ello la acreditación de legitimación alguna.

1.1.2. La información particular

Es la concerniente al estado o contenido de los procedimientos en tramitación, y a la identificación de las autoridades y personal al servicio de las Administración General del Estado y de las entidades de derecho público vinculadas o dependientes de la misma bajo cuya responsabilidad se tramiten aquellos procedimientos. Esta información sólo podrá ser facilitada a las personas que tengan la condición de interesados en cada procedimiento o a sus representantes legales de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 31 y 32 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre.

1.2. Las funciones de atención al ciudadano

Artículo 4. Las funciones de atención al ciudadano.

La atención personalizada al ciudadano comprenderá las funciones siguientes:

A) De recepción y acogida a los ciudadanos, al objeto de facilitarles la orientación y ayuda que precisen en el momento inicial de su visita, y, en particular, la relativa a la localización de dependencias y funcionarios.

B) De orientación e información, cuya finalidad es la de ofrecer las aclaraciones y ayudas de índole práctica que los ciudadanos requieren sobre procedimientos, trámites, requisitos y documentación para los proyectos, actuaciones o solicitudes que se propongan realizar, o para acceder al disfrute de un servicio público o beneficiarse de una prestación.

Esta forma de facilitar a los ciudadanos el ejercicio de sus derechos, en ningún caso podrá entrañar una interpretación normativa, a la que se refiere el artículo 37.10 de la Ley de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, ni consideración jurídica o económica, sino una simple determinación de conceptos, información de opciones legales o colaboración en la cumplimentación de impresos o solicitudes.

C) De gestión, en relación con los procedimientos administrativos, que comprenderá la recepción de la documentación inicial de un expediente cuando así se haya dispuesto reglamentariamente, así como las actuaciones de trámite y resolución de las cuestiones cuya urgencia y simplicidad demanden una respuesta inmediata.

D) De recepción de las iniciativas o sugerencias formuladas por los ciudadanos, o por los propios empleados públicos para mejorar la calidad de los servicios, incrementar el rendimiento o el ahorro del gasto público, simplificar trámites o suprimir los que sean innecesarios, o cualquier otra medida que suponga un mayor

grado de satisfacción de la sociedad en sus relaciones con la Administración General del Estado y con las entidades de derecho público vinculadas o dependientes de la misma.

Aquellas que se presenten en las oficinas y centros de Información Administrativa se tramitarán mediante las hojas del Libro de Quejas y Sugerencias con arreglo a las prescripciones contenidas en el capítulo III de este Real Decreto.

E) De recepción de las quejas y reclamaciones de los ciudadanos por las tardanzas, desatenciones o por cualquier otro tipo de actuación irregular que observen en el funcionamiento de las dependencias administrativas. Las reclamaciones que se formulen ante las oficinas y centros de información administrativa se tramitarán de acuerdo con lo dispuesto en el capítulo III.

F) De asistencia a los ciudadanos en el ejercicio del derecho de petición, reconocido por los artículos 29 y 77 de la Constitución.

Las unidades de información administrativa orientarán a los ciudadanos sobre la naturaleza y el modo de ejercer este derecho, así como sobre las autoridades y órganos a los que hayan de dirigir sus escritos; sin perjuicio de ello, estas unidades deberán elevar a los órganos competentes las peticiones que reciban, en las que no figure el destinatario o conste erróneamente.

2. ORGANIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN ADMINISTRATIVA

2.1. Las unidades de información administrativa

2.1.1. Unidades departamentales de información administrativa

2.1.2. Centro de Información Administrativa

2.1.3. Oficinas de información y atención al ciudadano

3. EL LIBRO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS

3.1. Definición y objeto

3.2. Localización

3.3. Composición

3.4. Forma de presentación de las quejas o sugerencias

3.5. Formulación y remisiones

3.6. Tramitación interna

3.7. Contestación

3.7. Actuaciones de las unidades de Inspección

3.8. Seguimiento

3.9. Efectos de las quejas

TEMA 2. LA RED VALENCIANA DE SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL.

1. INTRODUCCION

2. NORMATIVA REGULADORA DE LA RED VALENCIANA DE SIJ.

- 2.1 ¿ Cómo crear un servicio de información juvenil adscrito a la red valenciana de información juvenil.
- 2.2 Reconocimiento oficial de los servicios de información juvenil en la Comunidad Valenciana.
- 2.3 Beneficios y obligaciones de pertenecer a la Red Valenciana de Información Juvenil.

3. CENTRO COORDINADOR DE DOCUMENTACION E INFORMACION JUVENIL – CCDIJ COMO SERVICIO A LOS SIJ.

4. LA INFORMACIÓN JUVENIL EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS.

1. INTRODUCCIÓN

La Red Valenciana de Información Juvenil la integran todos aquellos servicios de información juvenil (SIJ) que, con independencia de su clasificación o tipología, están reconocidos y oficialmente censados en el Censo de Servicios de Información Juvenil, dependiente del Institut Valencià de la Joventut.

2. NORMATIVA REGULADORA DE LA RED VALENCIANA DE SIJ.

En el momento de elaboración de esta Guía, la normativa legal en vigor la constituyen dos normas legales, cuyos textos íntegros aparecen recogidos en aquí:

Decreto 24/1995, de 6 de febrero, del Gobierno Valenciano, por el que se regula la Red Valenciana de Información Juvenil.

Orden de 25 de abril de 1995, de la Conselleria de Cultura, por la que se fijan las condiciones de apertura y funcionamiento de los servicios de información juvenil de la Comunidad Valenciana.

2.1 ¿Cómo crear un servicio de información juvenil adscrito a la Red Valenciana de información juvenil?

A los efectos de la normativa en vigor, integran la Red Valenciana de Información Juvenil aquellos servicios promovidos por organismos o entidades de carácter público o privado, sin ánimo de lucro, que tengan por objeto desarrollar servicios de información, de asesoramiento o de orientación, especialmente dirigidos a los jóvenes y prestados directamente al público, sin que pueden establecerse limitaciones en cuanto a la información y a los usuarios y que, por voluntad de sus titulares, pretendan ser reconocidos y censados oficialmente.

Según la normativa actualmente en vigor en la Comunidad Valenciana, podemos distinguir, dentro de los servicios de información juvenil, diferentes categorías sobre la base de la titularidad del SIJ y/o de los servicios concretos que prestan. Así, podemos hablar de:

Los centros de información juvenil (CIJ). Son aquellos que recopilan, tratan, elaboran y difunden información dirigida específicamente a los jóvenes y, en la medida de sus posibilidades, les ofrecen asesoramiento personalizado.

Los centros asociados de información juvenil (CIJA). Son aquellos que, promovidos por asociaciones integradas en el Consejo de la Juventud de la Comunidad Valenciana, recopilan y difunden información entre los jóvenes.

Los puntos de información juvenil (PIJ). Son aquellos servicios que difunden entre los jóvenes materiales informativos que, en su totalidad o en su mayor parte, les son proporcionados por un centro de información juvenil. Están ubicados en espacios con gran afluencia de jóvenes, como pueden ser institutos de enseñanza secundaria (IES), universidades, asociaciones juveniles, lugares de ocio juvenil, asociaciones de vecinos, etc.

Las asesorías o centros especializados (CIJE). Son servicios que ofrecen información y asesoramiento sobre temas concretos, p.e. empleo juvenil.

Para pertenecer a la Red Valenciana de Información Juvenil se exige el cumplimiento de los **requisitos mínimos** siguientes:

1 Local.

Los servicios de información de la Comunidad Valenciana deben disponer de un local de uso exclusivo o de un espacio propio y diferenciado de otros que pudieran ubicarse dentro del mismo inmueble y estuvieran dedicados a otras funciones.

2 Personal

Los servicios de información juvenil deben contar con personal adecuado al número de usuarios y a los servicios que presten

Los CIJ y CIJA tendrán, al menos, una persona con vinculación contractual de, al menos, 37,5 horas semanales, titulación mínima de BUP, FP II o equivalente, y titulación o probada experiencia en animación juvenil.

Los CIJE y CIJA contarán con personal con el perfil profesional conveniente para desarrollar las funciones de asesoramiento del centro.

Los PIJ tendrán, al menos, una persona responsable de su atención.

3.Horario

Los CIJ y CIJA tendrán un horario mínimo semanal de atención al público de 20 horas, y los CIJE, de 10 horas como mínimo. Los PIJ deberán prestar atención personalizada durante un tiempo mínimo de tres horas semanales

4.Medios

Es necesario que los servicios de información juvenil dispongan de recursos económicos y materiales suficientes para realizar sus funciones

Así, los CIJ, CIJA y CIJE deben contar, como mínimo, con teléfono directo, fax, ordenador compatible con el sistema informático del Institut Valencià de la Joventut e informático del Institut Valencià de la Joventut e infraestructura para comunicaciones telemáticas.

Los PIJ, como mínimo, deben tener un teléfono de contacto

Funciones de los servicios de información juvenil

Los CIJ y los CIJA realizarán, como mínimo, las siguientes funciones:

- a) Recopilar la información que se genere en su ámbito de actuación territorial, en materia de juventud o de interés para los jóvenes
- b) Atender de forma personalizada a los jóvenes en sus consultas y demandas informativas y de asesoramiento.

- c) Detectar las necesidades y demandas informativas del colectivo juvenil en el que actúan.
- d) Difundir la información que dispongan y crear puntos de información juvenil dentro de su ámbito de actuación.
- e) Promover la participación y fomentar las actividades juveniles.

Los PIJ tendrán como función esencial la difusión de la información que dispongan.

Los CIJE realizarán, como mínimo, las siguientes funciones:

- a) Actualizar la información y documentación pertinente en su ámbito temático.
- b) Atender de forma personalizada a los usuarios.

2.2. Reconocimiento oficial de los servicios de información juvenil en la Comunidad Valenciana.

Solicitud

Las entidades y organismos interesados en la integración de los servicios de información juvenil en la Red Valenciana de Información Juvenil pueden solicitar su reconocimiento oficial por parte del Institut Valencià de la Joventut, presentando una solicitud dirigida al director general del IVAJ acompañada de la documentación que marca la normativa en vigor. (Los modelos de esta documentación se recogen en el CD anexo a esta publicación).

Las solicitudes deben indicar claramente la tipología de servicio de información juvenil cuyo reconocimiento se pretende, e ir acompañadas de la documentación determinada reglamentariamente en el apartado segundo de la Orden 25 de abril de 1995 de la Conselleria de Cultura, por la que se fijan las condiciones de apertura y funcionamiento de los servicios de información juvenil de la Comunidad Valenciana

2.3-Beneficios y obligaciones de pertenecer a la red valenciana de información juvenil.

Los servicios integrantes de la Red valenciana de información Juvenil adquieren los siguientes compromisos:

- Remitir año Institut Valencia de la Joventut las publicaciones que editen y la información que se genere en su ámbito de actuación
- Participar en las actividades formativas y de Coordinación, y en campañas informativas impulsadas o apoyadas por el Institut valencia de la Joventut
- Llevar el control de las consultas individuales y de las campañas informativas que se realicen
- Presentar anualmente al Institut valencia de la Joventut, cualquier variación o modificación que afecte a las normas de funcionamiento establecidas en esta orden.
- indicar en lugar visible los horarios de atención al público y los servicios especializados que preste.

El Institut Valencià de la Joventut ofrece a los servicios de información juvenil de la Comunidad valenciana incluidos en el censo correspondiente las siguientes **prestaciones:**

- Asesoramiento y asistencia técnica, tanto en el proceso de creación como durante el funcionamiento del servicio
- Información de interés para los jóvenes y soportes específicos para el desarrollo de campañas
- Formación dirigida al perfeccionamiento y el reciclaje profesional de las personas encargadas de los servicios de Información Juvenil.
- Publicidad de los servicios que prestan y difusión de las actividades y campañas informativas que realicen los servicios de información juvenil.

El institut valencia de la Joventut, en relación con los servicios de información juvenil reconocidos e integrados en la Red Valenciana de Información juvenil, tiene encomendadas las siguientes competencias:

- Representar a la Generalitat Valenciana en las relaciones de colaboración, coordinación o de otro tipo que, en materia de información, se establezcan con organismos similares de la administración central y de otras Comunidades autónomas.
- Potenciar e impulsar el desarrollo de la Red Valenciana de Información Juvenil y coordinar su funcionamiento.
- Coordinar la recogida y difusión de la información de interés para los jóvenes que se produzca en la comunidad valenciana, cuidando de forma especial la manera de hacérsela llegar.
- Otorgar el reconocimiento oficial como servicio de información juvenil a aquellos que lo soliciten de acuerdo con el Decreto 24/1995 y las normas que lo desarrollen, así como privar del mismo a los que incurran en el incumplimiento de lo establecido.
- Mantener actualizado el Censo de Servicios de Información Juvenil de la Comunidad Valenciana.
- Cooperar con los diferentes organismos y entidades para la creación de servicios de asesoramiento u orientación juvenil.
- Velar por el cumplimiento de lo establecido en el decreto 24/1995 para que los servicios de información juvenil lleven a cabo sus tareas con la eficacia y calidad necesarias, estableciendo la correspondiente actividad de inspección.

3.-El Centro Coordinador de Documentación i información Juvenil-CCDIJ como servicio a los SIJ.

- ¿QUE ES EL Centre Coordinador de documentació i Informació Juvenil?

El Centro Coordinador de documentación i Información juvenil (en adelante CCDIJ), es un servicio que el Instituto Valenciano de la Juventud ofrece a los servicios de información Juvenil adscritos a la Red Valenciana de información Juvenil, Y , como tal es una instalación accesible y gratuita que debe facilitar información completa a los profesionales, incluso alternativa sobre los problemas y necesidades que atañen a los jóvenes, asegurando su autonomía y libertad. Tiene como misión la búsqueda y solución de los problemas que se le plantean a los profesionales de la información en su trabajo diario.

Dispone de una infraestructura de documentación sistematizada y regularmente puesta al día haciéndola accesible al profesional, al mismo tiempo que colabora en la coordinación una cadena de centros de consulta.

De ahí la necesidad de establecer un funcionamiento dinámico del CCDIJ hacia los SIJ y como no, también de estos hacia los jóvenes para que estos puedan encontrar las respuestas a los problemas que les preocupan. En definitiva, es una tarea común que debe estar lo más coordinada posible para que la respuesta sea efectiva.

El CCDIJ debe convertirse en un verdadero punto de encuentro en el que los informadores puedan, además de documentos y recibir información, relacionarse con los otros profesionales, y en definitiva, sentirse parte integrante y principal de este proyecto.

4.LA INFORMACION JUVENIL EN LOS PEQUEÑOS MUNICIPIOS.

El acceso a la información de calidad, en este caso, para los jóvenes, es un derecho que se ha de garantizar a la ciudadanía desde las políticas públicas. La implantación de servicios de información juvenil (SIJ) en nuestro país ha sido muy prolífica en los últimos años, y mayoritariamente desde la mano de los ayuntamientos, con la voluntad de llevar a cabo una política de información a los jóvenes.

Se ha de reivindicar y hacer una defensa del potencial positivo de que disponen los SIJ ubicados en los pequeños municipios. Su proximidad a los jóvenes y al propio territorio facilita la labor de contextualizar las políticas de información y, al mismo tiempo, el trabajo de difusión y dinamización de la información para que pueda llegar a los jóvenes.

Por ello toda la aportación que se hace a la hora de hablar de los Servicios de Información Juvenil también es válida a la hora de hablar de los SIJ más pequeños. Aunque vale la pena hacer algunas reflexiones para poder reforzar esta idea:

- 2.1 Las redes y las tecnologías para superar limitaciones.
- 2.2 El valor de la proximidad
- 2.3 El SIJ como referente de la política de juventud
- 2.4 El profesional de la información en el pequeño municipio.

4.1 Las redes y las tecnologías para superar limitaciones.

Se ha hablado de la importancia de poder establecer redes de trabajo y colaboración entre diversos SIJ para aumentar el potencial y para rentabilizar los recursos, y también los esfuerzos. Es evidente que eso aún adquiere más fuerza en el caso de los municipios pequeños, donde es difícil contar con una amplia estructura con muchos recursos.

Hablar de calidad de la información está directamente relacionado con poder disponer de los recursos informativos adecuados y actualizados; una exigencia que siempre ha estado al alcance de los más pequeños o de los más alejados de las fuentes informativas. En este sentido, las tecnologías de la información y la comunicación han supuesto un cambio importante en el acceso a las fuentes informativas de una manera más rápida y ágil, y además se convierten en una herramienta importante para hacer más factible un verdadero trabajo en red. Así, disponer de un acceso más igualitario a las fuentes informativas nos permitirá asumir una mayor calidad en los diversos mecanismos informativos que llevamos a cabo.

En esta línea merece la pena una especial mención al campo de las asesorías telemáticas que, aunque no sean la solución, sí que son el primer paso para acercar los dispositivos

de asesoramiento especializado a aquellos lugares donde hasta ahora era casi imposible asumir este servicio.

Igualmente, establecer un trabajo en red con otros servicios municipales nos permitirá compartir recursos y esfuerzos. Plantear un trabajo en equipo a la hora de elaborar materiales, desarrollar proyectos, realizar campañas y poner en marcha diferentes servicios y recursos no sólo permite rentabilizar recursos y esfuerzos sino que da unidad y coherencia a la política de información, evitando la dispersión de mensajes.

Se ha de tener muy en cuenta la centralidad del SIJ a la hora de poner en marcha estas iniciativas como equipamiento especializado en la atención a los jóvenes y desde donde se les han de ofrecer todos los servicios que en el municipio pone a su alcance.

También hay que hacer una referencia al potencial del trabajo intermunicipal como medio para compartir servicios o proyectos concretos : campañas informativas, publicaciones servicios, etc. Se ha de tener en cuenta la propia movilidad y relación de los jóvenes con los municipios vecinos, dónde van al instituto, a hacer deporte, a realizar actividades, dónde quedan con los amigos etc. Si los municipios compartimos impulsos e inquietudes deberíamos realizar la intervención de forma conjunta para compartir objetivos y sumar recursos.

2.2 El valor de la proximidad.

Conocer la realidad más inmediata en la que se insiere el SIJ, en cuanto a recursos y servicios , necesidades y demás es indispensable para poder contextualizar nuestra labor y hacerla más efectiva. Está más al alcance del pequeño municipio adecuar la información a su contexto; los servicios y los recursos están identificados, y también con los jóvenes se mantiene una relación más próxima, de conocimiento de su realidad, de su familia, de su grupo de amigos etc. Todo aquello facilita la función informativa y permite contextualizarla para hacerla más útil y efectiva, pero también ello hace que sea necesario mantener la confidencialidad y que, a su vez, el trato sea cordial y profesional.

2.3 El SIJ como referente de la política de juventud.

Poder contar con un SIJ en los pequeños municipios va más allá de disponer de un servicio que atiende a los jóvenes y desde donde se promueve el desarrollo de las políticas de información. Se ha de tener presente que el SIJ en muchas ocasiones se convierte en el único referente de la política de juventud en el municipio, por el que su valor como interlocutor de la Administración con los jóvenes adquiere una especial relevancia.

2.4 El profesional de la información en el pequeño municipio.

Cuando hablamos del perfil de los profesionales de la información en los pequeños municipios también estamos hablando de su tarea de dinamización que, a menudo, va más allá de la difusión y la dinamización de la información. Muy a menudo, debido a la centralidad como equipamiento juvenil del servicio de información, el profesional que lo está a su cargo ha de compaginar diferentes tareas a parte de la propia como informador. Muchas veces, es el único profesional de la concejalía de juventud, y ello implica que tenga que desarrollar funciones propias de técnico de juventud, de

dinamizador e informador. Sin embargo, eso no ha de quitar la calidad a ninguna de las funciones que desarrolla; se han de organizar bien los recursos, tener claras las prioridades y, sobre todo, utilizar el potencial de las Tic, del trabajo transversal y en red. Y, algo muy importante: sin olvidar que informar bien significa ajustar la información al formato del lenguaje que permita que el joven comprenda; eso quiere decir tratarla, y este trabajo requiere tiempo. Si el municipio ha elegido la opción de crear un SIJ, el profesional que lo atienda ha de disponer del tiempo necesario para informar con calidad, aunque también organice actividades o convoque las reuniones con las entidades, por ejemplo.

TEMA 3. LA GESTIÓN Y ORGANIZACIÓN DE UN SERVICIO DE INFORMACIÓN JUVENIL.

1. INFORMACIÓN

2. ELABORACIÓN DEL PROYECTO

3. LA INFORMACIÓN JUVENIL

4. SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL

4.1. Para empezar a trabajar en un SIJ.

4.2. Localización y emplazamiento.

4.3. Servicios básicos que debe ofrecer un SIJ.

4.4. Servicios básicos

4.5. El perfil del Informador Juvenil

1. LA INFORMACIÓN

El concepto de información se puede traducir como datos o noticias que se generan constantemente en la actividad humana, con la característica que, antes de recibirlos, eran desconocidos por el receptor.

Dar información, informar, es avisar o hacer saber, a alguien, algo que antes desconocía; no siempre ha de ser algo nuevo para el receptor, puede ser también ampliar o completar datos de algo que ya se conocía.

En la sociedad en la que vivimos, la información es un proceso social cotidiano que se realiza a través de dos fases: *informarse e informar*.

Exige construir primero una representación de una determinada realidad con los datos que adquirimos de ella por tal de darlos a conocer y ponerlos al alcance de los demás o comunicarla.

2. ELABORACIÓN DEL PROYECTO

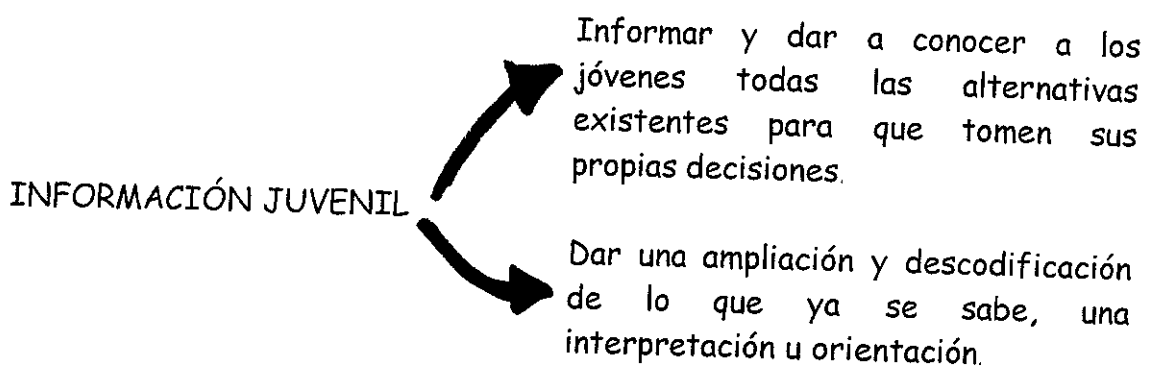
EL DESARROLLO DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Las acciones planteadas deben estar en concordancia con los objetivos que pretendemos conseguir. • Nos debemos ajustar a los objetivos disponibles • Nos debemos ajustar al tiempo y espacios establecidos • Nos debemos ajustar al tipo de población objeto de la intervención • El proyecto debe de ser claro y estar bien definido.
LA JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	<ul style="list-style-type: none"> • Breve descripción del proyecto Justificación • A quien va dirigido. • Donde se implantará. • Cuando se implantará • Presupuesto específico de la actividad • Disposición específica que comporta.
LOS OBJETIVOS	<ul style="list-style-type: none"> • Cuáles son los objetivos del proyecto • Qué pasos organizativos requiere previamente el proyecto • Qué pasos organizativos requiere durante la realización • Qué asignaciones de tareas concretas hacen falta.
LA ORGANIZACIÓN	<p>Organizar es adaptar los recursos a los objetivos Toda intervención requiere la presencia de personas, recursos materiales y económicos que se deben organizar para asegurar su aprovechamiento, y la coordinación y el éxito global del proyecto.</p> <p>Por lo tanto, es necesario planificar todo el proceso organizativo mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Previsión de tareas: mecanismos de coordinación • Asignación de tareas • Recursos humanos: funciones y competencias • Organigrama: Modelos de organigrama • Seguimiento y control
EL PRESUPUESTO	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar el presupuesto realizando diversos modelos • Trabajo por programa • Presupuesto en base cero
LA COMUNICACIÓN Y DIFUSIÓN	<p>Tan solo recordar que proyectos bien ideados, bien estructurados y bien llevados a cabo han fracasado debido a graves problemas de comunicación y difusión</p>
LA EVALUACIÓN	<p>Para que el proyecto sea eficiente, tenga una implantación duradera y dé respuesta a las necesidades existentes debe estar en continua evaluación, tanto de los objetivos como de los recursos utilizados.</p>

3. LA INFORMACIÓN JUVENIL

Para definir la Información Juvenil, tendremos en cuenta las características especiales que tiene la población a la cual nos referimos, la juventud y no sólo el público a quien se dirige la información sino también la forma en que dicha información se transmite.

Un SIJ debe permitir la conexión directa con las necesidades de los jóvenes de las diferentes oportunidades y alternativas existentes, a partir de las necesidades de información emergentes en su vida cotidiana.

Sirva decir que la información juvenil no tiene sentido por si misma, si no es utilizada como un recurso dentro de los distintos campos de trabajo con jóvenes (educación, servicios sociales, tiempo libre ...) que se desarrollan a su alrededor.



Si entendemos así la información juvenil, aparece una necesidad muy clara de establecer un organismo que pueda aportar ciertos cauces para la evolución personal del joven en sus propósitos, como por ejemplo "dónde conseguir una beca, dónde aprender determinada artesanía, cómo viajar al extranjero, cómo crear una asociación, etc"; cauces que siempre, y de manera espontánea, revierten en la participación de los jóvenes en todos aquellos proyectos.

Es necesario destacar que la creación de un SIJ, dentro de la Administración, no solo sirve al conjunto de usuarios, sino también al conjunto de departamentos de la misma Administración. Es decir:

- A los usuarios, porque la función de los SIJ es asesorar al joven sobre todos los aspectos de la vida.
- A la Administración, porque los SIJ favorecen la relación entre los organismos públicos y la juventud. Por una parte, informando de las actividades de las administraciones dirigidas a los jóvenes y estudiando la demanda de la información y las actividades de los jóvenes, permitiendo a los organismos públicos actuar según las necesidades de los jóvenes.

Los jóvenes, son las principales fuentes de información de los SIJ. A partir de sus consultas, los informadores juveniles empezamos a trabajar una información que, tal vez, antes se desconocía.

4. LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL

Los servicios de Información Juvenil se podrían definir como servicios destinados a realizar las acciones necesarias para hacer llegar a los jóvenes la información adecuada para dar respuesta a sus necesidades y demandas informativas.

La información que se facilite debe ser polivalente, pluralista, fiable, contrastada, accesible y antidiscriminatoria.

4.1. Para empezar a trabajar en un SIJ.

Hacer un estudio de la realidad, del entorno y del conocimiento de las necesidades y demandas juveniles, esta es una fase fundamental para conseguir uno de los objetivos genéricos de un SIJ: hacer llegar a los jóvenes todas las alternativas y oportunidades que favorezcan la participación social y hacer que ellos mismos sean un elemento dinamizador del entorno social.

Un SIJ no es un servicio aislado. Su relación constante con otros servicios o entidades existentes en el mismo barrio o población es vital para el buen funcionamiento del servicio. Debe coordinar las acciones que planifique con cada uno de los servicios que puedan estar implicados para darle un carácter aglutinador y globalizador a las acciones mencionadas.

Los SIJ no son, o no deben ser servicios autónomos en su funcionamiento, ya que, de ser así, se estaría sesgando el éxito de las acciones. Es necesario dinamizar el SIJ, coordinarse y aunar esfuerzos que complementen y no solapen acciones dirigidas a conseguir los mismos objetivos.

La manera de hacer llegar la información a los jóvenes no es tarea fácil, si tenemos en cuenta que se encuentran en una sociedad saturada de información y que la mayoría de esta información se pierde por la incapacidad de los jóvenes de asimilarla o por la falta de un buen criterio de selección.

4.2. Localización y emplazamiento.

El SIJ debe disponer de un espacio exclusivo o de un espacio propio, o diferenciado de otros servicios, que tengan una buena localización por parte de los jóvenes, un acceso fácil y una situación que favorezca que los jóvenes conozcan el SIJ.

A este respecto, sería conveniente que el SIJ estuviera emplazado en un local diferente del resto de dependencias administrativas, que lo hiciera más fácilmente reconocido, y en una ubicación frecuentada por jóvenes.

El acceso debe ser directo desde la calle y se debe evitar cualquier barrera, tanto arquitectónica como psicológica (que no les produzca sensación de frialdad), para que el joven se encuentre a gusto e identifique el SIJ como algo suyo.

4.3. Servicios básicos que debe ofrecer un SIJ.

Teniendo en cuenta lo anterior y, al margen de otros determinantes, como puede ser el espacio, el presupuesto y la población donde se ubique, todo SIJ debería tener unos servicios básicos, que son los que darán las especiales características que harán que se considere como tal.

Si bien, todos estaremos de acuerdo que no existe ningún modelo estándar respecto a la organización y a la estructura física de un SIJ, si que podemos acercarnos a un conjunto de normas y criterios funcionales que incrementen la calidad de nuestro servicio y faciliten nuestro trabajo.

Más que el fondo documental e informativo en si mismo, lo que delimita las posibilidades reales de funcionamiento de nuestro SIJ son la disposición y adquisición de la información, y los recursos.

4.4. Servicios básicos

➤ Servicio de Información

Los objetivos básicos a la hora de prestar un servicio de información son:

- Informar a los jóvenes en todas sus demandas formativas
- Ofrecer un servicio de orientación especializada (trabajo, sexualidad, estudios) o, si no se tiene esta posibilidad, disponer de los contactos pertinentes y de la coordinación con otros servicios y organismos que puedan complementar la falta de este servicio.

➤ Servicio de Dinamización

Los objetivos del servicio de dinamización son:

- Potenciar y reforzar el asociacionismo y el voluntariado social, tanto del ámbito local como en ámbitos más amplios.
- Crear y coordinar una red de puntos de información juvenil de ámbito local, como puede ser en los centros de enseñanza secundaria, en la biblioteca y otros lugares de paso habitual de los jóvenes.
- Orientar y asesorar a los jóvenes y a las asociaciones que organicen actividades poniendo a su disposición los recursos de los que dispone el SIJ para la realización de dichas actividades.

➤ Distribución de espacios

A continuación se incluye un posible modelo de distribución de espacios de un SIJ que, evidentemente se debe contextualizar en cada realidad.

- Espacio de autoconsulta y de exposición de folletos. Este debe ser el primer espacio con el que se encuentre el joven cuando acceda al SII, el primero que vea y en el cual el usuario pueda localizar la información que el SII ofrece.
- Espacio de atención al joven. El informador se colocará en un lugar visible y de fácil localización por si el usuario necesita ayuda de un profesional o necesita realizar alguna consulta más específica para la que necesite de la intervención de los informadores juveniles.
- Espacio para los servicios de orientación y asesoramiento especializado (en el caso de que se cuente con otro servicio). Estas consultas necesitan de un espacio más íntimo donde se garantice la confidencialidad y la calidez a la hora de atender al joven.
- Espacio para la organización de la información. Es imprescindible un espacio y un mobiliario adecuado para clasificar la información, tanto la que tiene caducidad (como pueden ser premios, concursos, oposiciones, etc) como para la no percedera (libros, carpetas autoinformativas, etc). La cantidad de información que llegamos a utilizar puede ser tan ayudante que se hace necesario contar con un proceso programado y estandarizado de organización de la información (armarios, biblioteca, archivadores, carpetas, etc).
- Espacio de trabajo interno. Un lugar donde podamos tener todos los documentos, folletos, publicaciones, etc, que vamos acumulando y debemos ir organizando y colocando en sus respectivos lugares para una fácil localización, y también un espacio donde podamos archivar toda la documentación administrativa que genera nuestro trabajo y las acciones que planifiquemos. Además, se debe poder realizar reuniones de trabajo y de planificación con los técnicos municipales, y con las diferentes asociaciones y los representantes de las administraciones y entidades.
- Espacio de nuevas tecnologías. Una sala con ordenadores con acceso a Internet para jóvenes (sería lo idóneo, ya que no podemos quedarnos al margen de la evolución de las nuevas tecnologías y debemos ofrecer y facilitar el acceso a las mismas de los jóvenes).
- Espacio para realizar actividades (cursos, exposiciones). No todos los SII tendrán la suerte de disponer de espacios donde llevar a cabo actividades de este tipo. Si es así, deberíamos establecer los contactos pertinentes para poder realizarlas en otras dependencias de la Administración (casa de cultura, biblioteca, etc).
- Espacio para fotocopidora, encuadernadora, guillotina, etc.
- Almacén de material.

4.5. El perfil del Informador Juvenil

Haciendo referencia a la Carta Europea de Información Juvenil, en el principio 9, podemos leer que “la información será facilitada de manera profesional por personal formado a este efecto”

Actualmente no existe ninguna legislación con respecto a la titulación necesaria para la contratación de un informador juvenil y, además, no existen estudios específicos. Algunas Universidades han creado títulos en información juvenil o en gestión de información que, de alguna manera, se podría acercar al perfil necesario para el buen desarrollo de nuestra profesión.

Para definir el perfil profesional hemos tenido en cuenta todas las tareas que se desarrollan en un SIJ y los conocimientos que debería tener un buen profesional. No obstante, entendemos que habrá diferencias entre unos SIJ y otros (por su ubicación, por los recursos económicos de que se disponen, por el programa político de la Administración de la que dependan, etc.) diferencia que les hará únicos y especiales.

Conocimientos y habilidades que debe tener un informador juvenil

- Técnicas documentales Tratamiento de la información
- Conocimientos informáticos: procesador de textos, diseño gráfico y maquetación, trabajo interactivo en red (Internet, correo electrónico)
- Conocimientos informáticos: procesador de textos, diseño gráfico y maquetación, trabajo interactivo en red (Internet, correo electrónico).
- Técnicas de comunicación y habilidades sociales:
 - Técnicas de redacción
 - Capacidad de síntesis
 - Capacidad de análisis de la realidad
 - Capacidad de relación con el entorno
 - Capacidad de dinamización y coordinación de grupos
 - Técnicas de entrevista
 - Capacidad de empatía
 - Capacidad de discernir, derivar o delegar
 - Conocimiento de la metodología de la intervención sociocultural
 - Conocimiento del lenguaje administrativo

Además de lo anterior, se presupone una motivación especial por el trabajo con jóvenes y una preocupación por ayudar a resolver las dudas, y dar respuesta a las necesidades de la población juvenil.

Generalmente, los informadores juveniles proceden del mundo asociativo juvenil, son titulados universitarios en Ciencias Sociales (trabajadores sociales, educadores sociales, profesores de primaria y secundaria, ...) o técnicos superiores de Ciclos Formativos de Servicios a la Comunidad (TASOC). También suelen ser animadores juveniles o monitores de tiempo libre con una amplia formación complementaria relacionada con temas de juventud.

TEMA 4. LA CALIDAD AL SERVICIO DE INFORMACION JUVENIL.

- 1. ¿ QUÉ ENTENDEMOS POR LA CALIDAD EN LOS SERVICIOS?**
- 2. MODELOS Y PROPUESTAS PARA EL ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SIJ**
 - 2.1 El modelo de la EFQM
 - 2.2 La metodología ESADE de indicadores de gestión.
 - 2.3 Calidad en los servicios de información juvenil
- 3. CARTA DE SERVICIOS DE INJUVE**

1. QUE ENTENDEMOS

Abordar la evaluación de la calidad de un servicio gratuito de atención al ciudadano exige un análisis profundo de muchos factores, algunos de ellos comunes a todos los SIJ y otros específicos, en función del proyecto de gestión de centro que estemos llevando a cabo. Iniciar este análisis precisa de un proceso de teorización y abstracción muy costoso para establecer qué indicadores nos ayudaran a valorar los diferentes aspectos relacionados con el funcionamiento de nuestros servicios.

Pero ¿qué son los indicadores? ... Los indicadores son los datos que permiten visualizar los objetivos; es decir, son los datos que nos ofrecen una información sintética, relevante y significativa de una realidad. Si nos centramos en nuestro caso, los indicadores nos proporcionan un instrumento poderoso para conocer un ámbito determinado de la realidad (la calidad de los servicios que prestamos a los jóvenes) y para ayudarnos en la toma de decisiones necesaria para responder mejor a las necesidades de nuestros usuarios. Este hecho explica por qué resulta tan difícil elegir los indicadores adecuados, ya que no sólo hay que identificar cuales son los aspectos más relevantes para el análisis que deseamos realizar, sino que, además, la dificultad de medición implícita de los indicadores puede llevarnos a elegir los más fáciles de medir y no los que mejor reflejan la realidad.

Sintéticamente, podemos decir que un conjunto de buenos indicadores debe ser útil para determinar el grado de consecución de los objetivos; que es recomendable establecer más de un indicador por objetivo y resultado, y, finalmente que los indicadores pueden ser cuantitativos, cualitativos, y de comportamiento.

Los trabajos sobre evaluación y gestión de la calidad se circunscriben básicamente al campo empresarial, al menos en el caso del Estado español, aunque en los últimos años ha empezado a preocupar la gestión y evaluación de la calidad en los servicios públicos. Es decir, que, hoy por hoy, no disponemos de un modelo experimentado que podamos aplicar a nuestros servicios; si bien es cierto que sí que existe una creciente preocupación por este tema en diferentes ámbitos.

En el ámbito europeo, el Libro Blanco: Un nuevo impulso para la juventud europea en el apartado 4.1.1. El método abierto de coordinación, habla del establecimiento de [...] “unos indicadores cuantitativos y cualitativos como medios de comparación de buenas prácticas”, [...] “ que permite a los Estados miembros establecer una comparación entre sus respectivos esfuerzos y aprender de la experiencia ajena”. En el ámbito estatal, en la Comisión Coordinadora reunida en junio de 2002 se habló de la necesidad de consensuar unos indicadores que nos permitan no sólo comparar la situación de la información juvenil en las diferentes comunidades autónomas, sino también obtener resultados del éxito de las políticas de información juvenil en España. Y, finalmente, en el ámbito de la Comunidad Valenciana, el pasado mes septiembre, en InFòrum 2002, bajo el lema El Informador juvenil ante la calidad de los servicios que presta, la Red Valenciana de Información Juvenil inició un importante proceso de reflexión sobre qué indicadores nos pueden ayudar mejor a evaluar la calidad de nuestros servicios. Este proceso que recientemente hemos iniciado deberá completarse en un futuro con la experimentación en nuestros SIJ de la idoneidad o no de los indicadores propuestos, y con un seguimiento que finalmente nos lleve a consensuar unos mismos indicadores que

nos permitan evaluar el grado de consecución de los objetivos de nuestros respectivos proyectos , comparar los resultados obtenidos entre realidades similares y obtener finalmente, una valoración de la realidad de la información juvenil en la Comunidad Valenciana.

.2 MODELOS Y PROPUESTAS PARA EL ANÁLISIS DE LA CALIDAD DE LOS SIJ

1. El modelo de la EFQM

La EFQM (European Foundation for Quality Management) propone nueve criterios para tratar la gestión de la calidad, englobados en dos grandes apartados; por un lado, los agentes involucrados y, por otro lado, los resultados obtenidos.

▪ El apartado de los agentes involucrados incluye los siguientes criterios:

· Liderazgo. De qué manera y mediante qué acciones determinadas y comportamientos los líderes se implican para asegurar que el sistema de gestión de la organización se implante y desarrolle.

· Política y estrategia. De qué manera la organización establece una estrategia centrada en todos los grupos de interés y apoyada por políticas, planes, objetivos, metas y procesos relevantes.

· Personas. De qué manera el SIJ gestiona y aprovecha el conocimiento y el potencial de las personas que lo componen.

· Recursos. De qué manera la organización gestiona sus recursos internos y las alianzas externas para asegurar el funcionamiento eficaz de sus procesos.

· Procesos. De qué manera la organización gestiona y mejora sus procesos para satisfacer mejor a sus usuarios y otros grupos de interés.

· El apartado de los resultados incluye los siguientes criterios:

· Satisfacción de los usuarios. Qué éxitos ha conseguido la organización en relación con sus usuarios.

· Satisfacción del personal. Qué éxitos está consiguiendo la organización en relación con las personas que la integran.

· Impacto en la sociedad. Qué éxitos ha conseguido nuestra organización en el ámbito local comarcal o regional.

· Resultados clave. Qué éxitos ha conseguido la organización con relación a los objetivos fijados.

El valor de cada uno de estos criterios en la evaluación de la calidad no es el mismo, sino que quedaría como se indica a continuación:

Liderazgo, 10 %	Satisfacción de los usuarios, 20 %
Política y estrategia, 8 %	Satisfacción del personal, 9 %
Gestión del personal, 9 %	Impacto en la sociedad, 6 %
Recursos, 9 %	Resultados clave, 15 %
Procesos, 14 %	
Agentes 50 %	Resultados 50 %

Sobre la base de este modelo, Roberto Gómez de la Iglesia propuso en su ponencia Calidad de los servicios de información para jóvenes; cien preguntas para un autodiagnóstico, en el marco de los IX Encuentros Estatales de SII, celebrados en Mollina en noviembre de 2000, un modelo de autodiagnóstico basado en cien preguntas para ayudar a la reflexión sobre la realidad de nuestros SII.

1 La metodología ESADE de indicadores de gestión.

Un segundo modelo es la metodología ESADE de indicadores de gestión que Jordi Torruella i Sans aplica en el Centre d'Informació i Assessorament per a Joves de l'Ajuntament de Barcelona.

La metodología aplicada consta de tres fases:

1. La descripción de la misión y de los objetivos del SII, y también la descripción detallada del tipo de servicio y de su proceso de prestación.
2. La elaboración de indicadores
3. La propuesta de un cuadro de mando.

Uno de los aspectos más interesantes de esta metodología es que su aplicación sistemática permite obtener indicadores de gestión de un modo relativamente sencillo, en un campo normalmente abandonado por la gestión pública.

En este proceso J. Torruella i Sans obtiene un total de 46 indicadores, distribuidos en seis grupos:

- Indicadores relativos a la oferta del servicio
- Indicadores relativos a la demanda
- Indicadores relativos a los inputs (recursos humanos; instalaciones, Equipamiento y material; soporte externo y recursos presupuestarios)
- Indicadores relativos a la actividad
- Indicadores relativos a los outputs (usuarios atendidos)
- Indicadores relativos al impacto final

Si nos fijamos detenidamente en cada uno de los grupos de indicadores veremos que básicamente son los mismo que los propuestos en el modelo anterior. Lo que puede llevarnos a considerar que realmente son significativos a la hora de evaluar la calidad de los servicios que estamos prestando a los jóvenes.

Aunque no podemos aún presentar una metodología o un modelo de indicadores para la Comunidad Valenciana, sí que queremos resaltar que, como se ha citado anteriormente, los grupos de trabajo de la pasada edición de Infòrum 202, llevamos a cabo un importante esfuerzo de reflexión y concreción de los indicadores que consideramos

pueden sernos útiles en la valoración de la calidad de los servicios que prestamos desde nuestros respectivos SII.

3. CARTA DE SERVICIOS DEL INJUVE

El instituto de la Juventud (INJUVE) es un organismo autónomo adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, cuya actuación se basa en promover la igualdad de oportunidades entre la juventud, propiciar la participación libre y eficaz de la juventud en el desarrollo político, social, económico y cultural de España e impulsar la colaboración con los departamentos ministeriales y las Administraciones públicas cuyas actividades inciden en la población joven.

La elaboración de una Carta de Servicios por parte del Injuve responde a un proceso de aproximación de los Organismos Públicos para hacer más efectivo su funcionamiento, en respuesta a la demanda social que reclama un sector público que funcione cada día con mayor eficiencia.

Con la Carta de Servicios el Injuve lo que pretende es describir lo que ofrece como organismo público, cuales son sus responsabilidades, sus objetivos y qué compromisos de calidad concretos asume en los servicios que presta.

Asimismo, también se puede encontrar en este documento los distintos canales con los que cuentan los ciudadanos para comunicarse con el Instituto de la Juventud.

◦ Calidad en los Servicios de información juvenil

- Todas las cartas de Servicios de los Servicios juveniles coinciden en la mejora administrativa como medio para conseguir una administración ágil, eficaz y eficiente, al mismo tiempo que transparente y colaborativa, al servicio de las necesidades de los jóvenes.

- Estas cartas de servicios son instrumentos para facilitar el conocimiento por parte de la ciudadanía de las prestaciones que pueden demandar, así como para difundir los compromisos que asume el centro con el objetivo de mejorar la calidad de sus servicios.

- La calidad permite importantes ahorros en las organizaciones, principalmente previniendo errores e insatisfacciones en los clientes, en los ciudadanos en nuestro caso. Eso no significa que la Calidad no “ cueste “ Al contrario, es necesario invertir recursos materiales y humanos – horas, formación, evaluaciones previas, etc. – para implantar un sistema de Calidad. A esos costes se les llama costes de Calidad. Eso sí, a medio plazo esos costes son inferiores- y a largo plazo muy inferiores – a los denominados costes de no calidad, estos es, los derivados de tener que repetir un trabajo, de la generación de ciudadanos insatisfechos, de la reposición de material o maquinaria mal utilizados, etc.

1. INTRODUCCIÓN

En marzo de 2003 el Ministerio de Agricultura, la Federación Española de Municipios y Provincias y red.es suscribieron un Acuerdo de Colaboración para la puesta en marcha del programa Internet Rural. El programa surgió con el objetivo principal de acercar las nuevas tecnologías a los ciudadanos del medio rural.

Para ello, se procedió a la instalación de Centros de Acceso a Internet de carácter público y gratuito en los entes locales rurales y, a su vez, se comenzaron a desarrollar, por parte del Ministerio de Agricultura, herramientas informáticas y de software de interés para el sector primario. Adicionalmente, las propias Diputaciones, Cabildos y Comunidades Autónomas uniprovinciales, además de cofinanciar las actuaciones del programa, se comprometieron a enriquecer la vida de los telecentros a través de actividades de dinamización y formación.

De esta manera, gracias al esfuerzo común de todos los agentes involucrados, los telecentros instalados en el marco del programa Internet Rural permiten, por un lado, acercar los beneficios de la Sociedad de la Información a las poblaciones rurales y por otro, contribuyen en buena medida a fomentar el desarrollo territorial de estas áreas.

La buena acogida del programa Internet Rural, del que se beneficiaron más de 1.500 municipios, propició la firma de un nuevo acuerdo entre la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y red.es dirigido a reforzar y ampliar las actuaciones realizadas. Surgió así un nuevo programa de actuación, Telecentros, cuyas actuaciones se desarrollaron a lo largo del periodo 2005-2007.

Con este nuevo programa, que contó con una inversión estimada de 24 millones de euros, se instalaron aproximadamente 1500 nuevos telecentros en entes locales situados en zonas rurales de difícil acceso a las nuevas tecnologías, seleccionando con carácter preferente, aquellas poblaciones rurales que disponían de cobertura de tecnologías de acceso de Banda Ancha.

2. ¿ QUE ES UN TELECENTRO

Un telecentro es un lugar público donde la gente puede utilizar computadoras con acceso a la Internet y otras tecnologías que ayudan a recopilar información y a comunicar con otras personas al mismo tiempo que desarrollan habilidades digitales. Cada telecentro es diferente pero todos convergen en el uso de la tecnología para el desarrollo social y comunitario, lo cual reduce el aislamiento, crea contactos, promueve temas relativos a la salud y crea oportunidades económicas. Los telecentros existen en casi todo el mundo y son a veces conocidos bajo diferentes nombres (por ejemplo centros rurales de conocimiento, infocentros, centros de tecnología comunitaria, centros multimedia comunitarios o telecentros escolares)

3. ¿ EN QUÉ CONSISTE ?

Las principales actuaciones realizadas en el programa Telecentros son:

- Conexiones a Internet de banda ancha buscando siempre la mejora de las condiciones de acceso de los ciudadanos que habitan en las zonas rurales y urbanas desfavorecidas.
- Equipamientos de centros de Acceso Público a Internet.

- Servicios de instalación, mantenimiento y atención al usuario.
- Servicios de control y gestión del Centro.
- Portales de servicios a poblaciones rurales.

Servicios de dinamización y formación

Equipamiento del centro

El Centro de Acceso Público a Internet se constituye como un espacio público, equipado con terminales de acceso a Internet, que se pone a disposición de todos los habitantes de un Municipio. Cuenta con los siguientes componentes:

4. ¿ QUÉ SE PRETENDE CON EL PROGRAMA TELECENTRO?

Los municipios participantes han de:

Poner a disposición un local adecuado a razón de 5 horas diarias.

Garantizar el suministro de electricidad, limpieza, etc.

Identificar a la persona responsable de habilitar el acceso al Centro.

Se valorará la puesta en marcha de actividades de formación, dinamización y difusión.

5. NORMAS DE USO DE LOS TELECENTROS

- I. Los menores de 16 años, durante el horario escolar, deberán acceder al Telecentro acompañados de un padre o tutor.**
- II. Se tomarán las medidas necesarias para garantizar el respeto entre los usuarios de modo que en los Centros sea posible trabajar debidamente sin ruidos ni molestias causadas por otros usuarios.**
- III. Se garantizará la limpieza de los Centros y se equiparán con papeleras u otros utensilios necesarios para su buen mantenimiento.**
- IV. No se podrá acceder a páginas web con contenidos pornográficos, racistas, xenófobos, sexistas, violentos o terroristas.**
- V. No se podrá instalar en los equipos ningún tipo de programa o aplicación sin autorización de los responsables del Centro.**
- VI. El uso indebido de los equipos y las modificaciones en la configuración deberán suponer la expulsión inmediata y definitiva del centro.**
- VII. Se establecerán los siguientes usos prioritarios de los equipos del Centro, presentando previamente una ficha de solicitud:**

1. ACCESOS A PORTALES Y SERVICIOS DE LA ADMINISTRACIÓN
2. PROYECTOS DE TELETRABAJO, FORMACIÓN Y TELEFORMACIÓN.
3. BÚSQUEDA DE EMPLEO /ORIENTACIÓN PROFESIONAL
4. REALIZACIÓN DE TRABAJO Y ACTIVIDADES ACADÉMICAS
5. EL CENTRO DEBERÁ ESTABLECER NORMAS PARA LA CORRECTA UTILIZACIÓN DE LOS EQUIPOS PERIFÉRICOS

EL SISTEMA DE FORMACIÓN MENTOR

Aula Mentor es un sistema de formación abierta, libre y a distancia a través de Internet, promovido por el Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte en colaboración con un amplio número de instituciones (Ministerios, Comunidades Autónomas, Centros Educativos, Ayuntamientos y ONG) que garantiza una gran flexibilidad en el aprendizaje y una atención directa y cercana al estudiante.

El Proyecto Mentor es un sistema de formación abierto, libre y a distancia diseñado y puesto en funcionamiento por el programa Nuevas Tecnologías-actual Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa (CNICE)- del Ministerio de Educación, Cultura y Deporte

Está basado en una plataforma de formación que incorpora los últimos desarrollos de Internet y ofrece una amplia línea en continua actualización.

El sistema de formación se basa en dos infraestructuras básicas:

- Aula Mentor, con equipamiento informático para el seguimiento del curso.
 - Un entorno virtual de trabajo en Internet donde están disponibles los materiales de formación del curso y se producen las interacciones entre el alumnado Bajo este entorno se desarrolla la tutoría telemática Este modelo de formación:
- Está abierto a cualquier persona interesada con independencia de su titulación y nivel de estudios.
 - La flexibilidad de este sistema de formación se hace extensiva a todos los participantes en el sistema:

El alumno tiene la posibilidad de elegir su propio itinerario formativo, marcar su ritmo de trabajo, el lugar de realización del curso (su domicilio o el aula Mentor) y también el horario.

El tutor, como trabajo desde casa, tiene libertad de horario.

En cuanto a la participación de las instituciones son estas quienes adaptan la oferta formativa a sus propias necesidades. Así mismo se ocupan del mantenimiento y mejora del equipamiento del aula.

Las instituciones planifican los horarios de funcionamiento del aula teniendo en cuenta la demanda de los alumnos.

- Existe un sistema de control, evaluación y análisis de la actividad del alumno, de los tutores, funcionamiento de las aulas y del mismo sistema.
- El MECD y las Comunidades Autónomas certifican finalmente el curso a través de un único examen presencial que garantiza el nivel de conocimientos adquiridos.