

Guida alla realizzazione di servizi di informazione per i giovani

Consorzio Ineco – Modena

www.consorzioineco.it

LO SCENARIO DI RIFERIMENTO

Aspetti della condizione giovanile

Se oggi possiamo parlare di condizione giovanile, e quindi della specificità di un determinato soggetto sociale, lo dobbiamo probabilmente alla scoperta compiuta intorno agli anni '50 da parte del mondo produttivo, di un nuovo fortissimo potenziale consumatore; il giovane, infatti molto più che un soggetto sociale e culturale, il giovane e l'età giovanile vengono identificati con i valori portanti della sua immagine consumistica, oggi considerata positiva ed emergente: prestanza fisica, alti consumi, libertà e apertura al possibile.

In questa sede non affronteremo il tema specifico di natura psico-sociale dello sviluppo adolescenziale e giovanile; tuttavia ci interessa sottolineare alcuni degli aspetti caratterizzanti questa età per meglio inquadrare il tema degli interventi a favore dei giovani e quindi dell'Informagiovani.

Il primo fenomeno importante di questi ultimi anni è stato il *dilatarsi spaziale e temporale di ciò che viene considerata età adolescenziale e giovanile*:

0. verso il basso, in quanto il distacco o la conflittualità con i valori guida dell'ambiente familiare avviene prima di un tempo (già intorno ai 13/14 anni);

0. verso l'alto, in quanto uno stabile inserimento nel mondo del lavoro e quindi il raggiungimento della totale autonomia economica e sociale, avviene sempre più tardi.

Questo stato spinge da un lato a una permanenza sempre maggiore nell'ambiente familiare e dall'altro al prolungamento degli iter scolastici e formativi.

Assistiamo ad uno strutturarsi della vita sociale dei giovani che tende da un lato a *creare una situazione di a-conflittualità familiare* (assenza di interazione) al fine di garantirsi una sorta di neutralità all'interno del mondo in cui bene o male si è costretti a vivere; dall'altra la *ricerca affannosa di modelli di identificazione e di ambienti gratificanti*, solitamente costituiti dal gruppo degli amici/amiche. È proprio il gruppo di amici che oggi rappresenta uno dei principali entro cui si attiva il processo di passaggio dalla condizione infantile a quella adulta. Come testimoniano ormai numerose ricerche sull'argomento, *quasi il 93% dei ragazzi dai 15 ai 20 anni ha un gruppo di amici con cui trascorre gran parte del proprio tempo libero*; il tempo non occupato dalla scuola o dagli obblighi familiari è considerato generalmente come il più importante per sé e la propria vita sociale. La ricerca di situazioni ed ambienti gratificanti, di situazioni in cui è possibile assumere un ruolo ed essere riconosciuti come tali, diventa una necessità assoluta, un'esigenza che assume a volte aspetti paranoici. La tendenza verso modelli socialmente riconosciuti favorisce da un lato una maggiore durata degli iter formativi, dall'altro la ricerca di un lavoro fortemente qualificato che però tenga conto delle diverse altre esperienze ed esigenze di ogni individuo (interessi culturali, amicizie, viaggi, tempo libero, ecc.). Tuttavia questa ricerca a migliorare sé stessi spesso non è sostenuta da una

adeguata comprensione dei percorsi da intraprendere e delle difficoltà da affrontare.

Siamo perciò di fronte ad un paradosso generazionale: il risultare contemporaneamente più agevolati e più fragili rispetto alle difficoltà che si incontrano nel cammino verso la maturità e l'indipendenza. Agevolati da una condizione economica media familiare che rende possibile una prolungata scolarità e un distacco graduale; fragili per il senso di smarrimento che sembra prendere i giovani di fronte alle difficoltà, all'incapacità di progettare un futuro che dia un senso alla propria vita.

Gli insuccessi, le difficoltà, le delusioni portano, quale risultato più evidente, al tentativo di *ridurre la complessità del mondo che ci si trova ad affrontare. Uno degli effetti di questa semplificazione è il tentativo di separare la propria vita in momenti rigidamente distinti: quella che si "deve" vivere (lavoro, studio, famiglia) e quella che si "vuole" vivere (gli amici, il tempo libero, il/la ragazzo/a, il bar, la squadra).*

Un effetto perverso di questo atteggiamento dicotomico è rappresentato dallo sfociare in atteggiamenti esplicitamente devianti, nell'estremo tentativo di raggiungere un ruolo riconosciuto anche se giudicato in modo fortemente negativo dalla società (ultras, skinheads, tossicodipendenti, gruppi violenti).

È a causa di un quadro sociale estremamente confuso che sempre più spesso si inquadra la *condizione giovanile* come una *condizione di disagio* e che oggi parlare di interventi a favore dei giovani assume prevalentemente il significato di attività volte a prevenire o evitare il disagio giovanile.

In questa direzione si muovono i più recenti interventi delle istituzioni anche a livello legislativo.

Per la prima volta l'attenzione non è centrata solo su generici problemi di socializzazione o sui confusi bisogni derivati da un'altrettanta generica appartenenza ad un'età, ma su una precisa condizione sociale e sul problema centrale che essa esprime: il disagio, l'isolamento, la solitudine.

Si inizia ad attivare una metodologia progettuale che abbia come utente di riferimento non tanto o non solo il singolo giovane ma anche la forma più comune di vita sociale: il gruppo.

È evidente che siamo ancora, a livello progettuale - operativo, su un terreno in cui occorre sperimentare e valutare; tuttavia proprio l'esperienza dell'Informagiovani rappresenta in questo contesto una delle realtà più significative e avanzate.

Gli interventi per i giovani: quali obiettivi?

Una delle questioni centrali della nuova Europa è rappresentata dal rapporto tra diritto di cittadinanza e condizione giovanile. I giovani, nonostante siano da un lato forti portatori di nuove istanze di sviluppo e rinnovamento culturale e sociale, e dall'altro al centro di forti interessi di natura commerciale consumistica, risultano una delle aree del corpo sociale maggiormente penalizzate ed emarginate.

Disagio ed emarginazione rappresentano ancora le caratteristiche dominanti del loro percorso sociale sia che si realizzi nelle aree di forte urbanizzazione, nelle campagne, al nord o nei meridioni d'Europa.

Dal lavoro alla scuola, dal tempo libero alle relazioni sociali, dal rapporto con le famiglie a quello con le istituzioni, il rischio dell'emarginazione sociale è una condizione unificante sia i diversi strati sociali giovanili che le differenti aree geografiche. Sarebbe perciò un errore considerare la condizione giovanile solo sotto un particolare aspetto; la forte interrelazione dei diversi fattori:

0. *economici*,

1. *sociali*,

0. *culturali*,

0. *demografici*;

e la complessità derivata dal loro incrocio, fa della condizione giovanile una questione fortemente trasversale e interdipendente ai vari segmenti della società.

La condizione giovanile impone una metodologia operativa, che permetta la messa a punto di interventi a favore della gioventù, che attraversino tutte le tradizionali aree di vita: lavoro, formazione, salute, tempo libero, mobilità, diritti.

Interventi di questo tipo richiedono un forte collegamento tra differenti organismi e competenze che riconoscano e si attivino nei confronti dei giovani.

La questione centrale di un intervento per i giovani sta dunque in due processi fondamentali:

0. *favorire e permettere la comunicazione tra giovani e realtà sociale;*

0. *aiutare i giovani nel percorso di transizione alla vita attiva ed adulta.*

La nascita degli Informagiovani in Europa

Il primo Centro di Informazione è sorto alla fine degli anni '60, in un quartiere periferico di Bruxelles, allo scopo di *offrire ai figli degli emigrati concrete possibilità per ambientarsi e inserirsi in una realtà a loro estranea.*

Sempre in Belgio, strutture di informazione supportate da un forte attivismo a livello sociale, politico, giuridico ecc., vennero realizzate da diverse organizzazioni giovanili dalla forte impronta politica. Questo tipo di esperienze, nate sempre tra la fine degli anni '60 e i primi anni '70 sono praticamente le uniche che si caratterizzano, nella loro origine, per l'ambiente extraistituzionale di provenienza. Origine che ha conferito all'esperienza belga una impronta decisamente marcata sul versante sociale; infatti ancora oggi gli Informagiovani di quel paese offrono servizi di counselling alle persone.

In Francia l'idea di Centro d'Informazione si ritrova per la prima volta nel "libro bianco" sulla condizione giovanile elaborato da un gruppo di esperti su commissione del Governo Francese nel 1967.

Nel documento si sottolineava che il Centro d'Informazione doveva facilitare l'accesso dei giovani alle strutture e ai servizi tradizionali, accesso che era divenuto sempre più difficile; segno evidente di un disagio delle nuove generazioni nella scuola, nel lavoro, nella vita sociale. L'intervento francese si caratterizzò come la prima rete di centri coordinata a livello nazionale, voluta e finanziata dal governo centrale e affidata per la realizzazione tecnica a una associazione nazionale.

L'esperienza francese è la prima a porsi precisi problemi metodologici e organizzativi con l'obiettivo di creare una struttura informativa garantita da criteri di scientificità nell'ambito del trattamento della documentazione e della realizzazione di una struttura informativa efficace. In altre parole si può affermare che l'esperienza francese è quella che inventò e creò la struttura organizzativa di base per la gestione di un servizio di informazione ai giovani, generando un modello di riferimento fondamentale per tutte le esperienze successive nell'intera Europa.

Dalla fine degli anni '60 ad oggi i Centri di Informazione Giovani o Informagiovani si sono enormemente diffusi, costituendo reti nazionali con caratteristiche organizzative e programmatiche anche molto differenti tra loro.

Attualmente questi centri sono presenti in 20 Paesi, in massima parte dell'Europa occidentale e centrale, e si contano oltre 3000 servizi funzionanti con un contatto presunto di sei milioni di utenti.

Tra le esperienze maggiormente consolidate troviamo, oltre alla Francia e al Belgio, la Spagna, i Paesi Bassi, la Danimarca, la Gran Bretagna, il Portogallo; mentre si affacciano sempre più frequentemente nuove realtà dell'Europa Orientale (Romania, Cecoslovacchia, Bulgaria, Estonia, Ucraina).

Nel 1984/85 in preparazione dell'anno Internazionale della Gioventù, si costituisce a Parigi presso il CIDJ, su richiesta della CEE e del Governo Francese, un comitato organizzativo degli Informagiovani composto da funzionari e operatori di dieci paesi, tra cui l'Italia.

In seguito a questa esperienza e alla raccomandazione approvata alla Prima Conferenza Europea dei Ministri per la Gioventù di "...promuovere lo sviluppo della rete europea dei centri d'informazione per la gioventù; di rafforzare a tale scopo il Comitato Internazionale di Collegamento; di sviluppare banche dati nazionali e di creare una rete europea di tali banche...", si costituisce nell'aprile del 1986 l'Associazione europea per l'informazione e la consulenza dei giovani denominata ERYICA.

ERYICA, a cui aderiscono tutti i coordinamenti nazionali di riferimento per gli Informagiovani (quindi anche l'Italia), è un'associazione non governativa e senza fini di lucro, riconosciuta dalla Comunità Europea, che si pone come obiettivo quello di promuovere la cooperazione europea in materia di informazione e orientamento ai giovani.

ERYICA opera per lo sviluppo e la qualificazione dei centri

Informagiovani, per la formazione professionale degli operatori, per la creazione di banche dati, di sistemi informativi comuni tra i diversi paesi europei e altri strumenti d'informazione che favoriscano gli scambi e la mobilità dei giovani. L'organismo italiano che ha fatto parte di ERYICA dal 1986, anno della sua istituzione presso la Direzione Generale Servizi Civili del Ministero dell'Interno, fino al dicembre 1995, quando ha concluso la propria attività, è il CNSIG.

Attualmente ERYICA è impegnata principalmente in quattro direzioni:

0. *rappresentanza e coordinamento come federazione europea dei coordinamenti nazionali delle strutture di informazione e di consulenza europea*, anche in riferimento allo specifico intervento nel campo della informazione giovanile della CEE;
1. *agenzia settoriale di servizi nell'area tecnica per la diffusione di strumenti e tecnologie informative*;
2. *formazione professionale e luogo di incontro e confronto degli operatori e strutture operanti sul campo*;
3. *allargamento delle relazioni a strutture di coordinamento di servizi di informazione giovani e di consulenza presenti in aree extraeuropee* (Africa del nord, America del sud).

Gli Informagiovani in Italia

Il primo Informagiovani italiano è quello del Comune di Torino, che inaugura la propria attività nel 1982. L'Informagiovani di Torino è fortemente ispirato alle esperienze francesi a cui, anche geograficamente, è molto vicino.

L'anno spartiacque tra le prime esperienze e lo sviluppo massiccio delle strutture è il 1985/86. Prima di tale data i centri funzionanti si potevano contare sulle dita di una mano: Milano nel 1984, Verona e Forlì nel 1985.

Il 1985, anno internazionale della gioventù

L'Anno Internazionale della Gioventù nel 1985 ha segnato un momento importante di svolta per quanto riguarda lo sviluppo degli Informagiovani in Italia. Il documento conclusivo delle attività e iniziative nazionali fissava *cinque aree di intervento* principali attorno alle quali costruire una politica per i giovani. Tali aree sono:

0. *l'informazione, l'orientamento e la consulenza*;
1. *la scolarizzazione e la formazione professionale*;
2. *l'ingresso nel mercato del lavoro, occupazione e imprenditoria*;
3. *la salute e la prevenzione delle tossicodipendenze*;
4. *la cultura, la creatività, il tempo libero, la mobilità*.

Veniva ribadita inoltre la necessità di coinvolgere direttamente i giovani già nelle attività di progettazione ed elaborazione delle politiche locali a loro rivolte, attraverso l'istituzione di Forum e Consulte Giovanili.

Queste indicazioni, un pò perché risultante finale di una riflessione già avviata dai vari operatori e amministratori, un pò perché sostenute dall'avvio di forme di coordinamento tra le diverse esperienze, tra cui la prima struttura di coordinamento

degli Informagiovani, hanno realmente e positivamente condizionato lo sviluppo delle politiche per i giovani e degli Informagiovani in particolare negli anni successivi. *Una delle ragioni del successo è stato il progressivo affermarsi, nella pubblica amministrazione del concetto di servizio rivolto alle persone, di ponte comunicativo tra istituzioni e cittadini.* Alla base di questo concetto di “ponte comunicativo” sta il principio di pari dignità garantito da un buon servizio pubblico alle persone, basato sul riconoscimento dell’esistenza di un problema e la predisposizione di mezzi e strumenti che permettano alle persone, nella loro autonomia, di farvi fronte.

Dal 1987 fino ad oggi il settore ha conosciuto uno sviluppo straordinario per un servizio non previsto, non riconosciuto e non finanziato da alcuna disposizione legislativa e normativa nazionale.

Se infatti consideriamo, anche solo in termini numerici, lo sviluppo degli Informagiovani rileviamo che mentre nel 1986 le strutture aperte erano 15, nel 1987 erano diventate 22, 61 nel 1988, 97 nel 1989, 136 nel 1990 fino ad arrivare alle 168 strutture funzionanti nel 1992, alle 260 nel 1994 e alle oltre 300 attuali.

Attualmente, delle oltre 300 strutture funzionanti, il 50% è collocato nel nord Italia, il 24% nel centro e il 26% nel sud e isole.

Nelle varie esperienze degli Informagiovani italiani si ritrovano principi unificatori comuni pur rimanendo elementi, sia in positivo che in negativo, diversificanti.

Proprio sui principi di base, deontologici, delle strutture Informagiovani in questi ultimi anni si è incentrato il dibattito italiano ed europeo nel tentativo di creare una linea di demarcazione della qualità dei servizi, la più precisa possibile.

Attualmente possiamo contare su tre riferimenti di base: il primo, a valenza nazionale, è il Decalogo degli Informagiovani italiani; il secondo, a valenza europea, è la Raccomandazione n° 7 (1990) del Comitato dei Ministri degli Stati membri del Consiglio d’Europa in materia d’informazione e consulenza per i giovani in Europa; il terzo, pure a valenza europea, è la “Carta europea dell’Informazione per la gioventù” (1993).

Il decalogo dei centri Informagiovani italiani

Il decalogo dei centri Informagiovani italiani nasce nel 1986 come tentativo di definire, in mancanza di criteri e metodologie universalmente accettate, almeno alcuni criteri generali di riferimento per la realizzazione e la valutazione delle strutture.

Funzione che il decalogo, o modellistica nazionale dei centri Informagiovani, ha svolto piuttosto bene tanto è vero che nella terza conferenza nazionale degli Informagiovani svoltasi a Modena nel 1993 dedicata proprio ai “*Principi di qualità nella progettazione e organizzazione dei servizi Informagiovani*” si sono sostanzialmente riconfermati, con gli opportuni aggiornamenti, i principi ispiratori fondamentali di seguito illustrati.

DECALOGO DEI CENTRI INFORMAGIOVANI

Preminenza della funzione informativa. L'attività principale dei C.I.G. è l'informazione e su questa base si differenzia da quei centri o agenzie per i quali l'informazione è secondaria o accessoria rispetto alle proprie finalità istituzionali.

Orientamento al pubblico giovanile. I giovani sono i destinatari primi dell'azione dei C.I.G. Non rientrano tutti quei centri di informazione rivolti a un pubblico generico o a segmenti sociali specifici.

Globalità dell'approccio informativo. I C.I.G. assumono i bisogni informativi giovanili nella loro interezza, tendendo a coprire i principali campi di interesse che riguardano la vita delle nuove generazioni (formazione, lavoro, salute, tempo libero, sport, cultura, viaggi, ecc.). Sono pertanto generalisti e plurisettoriali (erogano cioè informazioni a tutto campo), a differenza delle agenzie informative specializzate e settoriali operanti nella stessa area (Centri di orientamento scolastico - professionale, centri informazione disoccupati, ecc.).

Funzioni di mediazione informativa. I C.I.G. sono strutture di informazione non sostitutive, bensì complementari e implicative di servizi già esistenti, con i quali si coordinano. I C.I.G. sono inoltre sensori dell'evoluzione dei bisogni giovanili.

Accessibilità del servizio. I C.I.G. sono un servizio sociale a disposizione di tutti i giovani indistintamente. Non devono pertanto porre discriminazioni o erigere barriere fisiche, culturali, psicologiche, di alcun genere (per es. verso minoranze etniche, disabili, tossicodipendenti, omosessuali) né favorire esclusivamente un particolare tipo di pubblico (studenti, lavoratori, ecc.). Dal requisito discendono quali corollari: facile accesso ai locali, accoglienza dell'ambiente di colloquio individuale, fascia di apertura abbastanza estesa (standard europeo minimo quindici ore settimanali), possibilità di interpellazione epistolare, anonimato degli utilizzatori, riservatezza, gratuità delle prestazioni, tempestività della risposta.

Qualità dell'informazione. In quanto servizio di rilevanza collettiva, pubblica i C.I.G. devono garantire prestazioni informative di buon livello: l'informazione erogata deve essere cioè la più affidabile, aggiornata, completa, pluralistica, verificabile (trasparente), interleggibile, appropriata e trattata in modo sistematico cosicché sia facilmente reperibile.

Interattività del processo comunicazionale. L'azione informativa dei C.I.G. deve tendere a rispondere all'evoluzione dei bisogni giovanili in modo dinamico, verificando con continuità la corrispondenza tra offerta e domanda informativa, le esigenze degli utilizzatori finali, i supporti, i canali e i metodi comunicazionali adottati, l'emergere di zone di silenzio informativo e tendere a un possibile superamento delle cause di tale silenzio. Da ciò conseguono il vincolo di rilevare sistematicamente le istanze e il livello di soddisfazione del pubblico nonché la funzione di portavoce delle richieste giovanili.

Professionalità e organico degli operatori. È un corollario dei tre punti precedenti in quanto garanzia di qualità ed efficacia del servizio che gli operatori siano:

in numero adeguato per il funzionamento del servizio

in possesso di una formazione adeguata al ruolo

nella possibilità di aggiornarsi in modo continuativo

È necessario dotare le strutture di personale stabile a cui è possibile affiancare altre forme di collaborazione (consulenti, volontari, obiettori in servizio civile, ecc.)

Autonomia. In quanto mezzi di informazione ad alta incidenza sociale i C.I.G. devono godere di una adeguata autonomia finanziaria e gestionale che ne garantisca insieme con l'operatività la non subordinazione a istanze politiche, economiche, confessionali, di parte.

I C.I.G. aderiscono al Coordinamento Nazionale dei Centri d'Informazione Giovani (CNSIG) e alla rete europea delle strutture di informazione e orientamento per la gioventù, impegnandosi a conformare i propri indirizzi e i propri sistemi operativi alle indicazioni espresse da tali organismi. Il Coordinamento Nazionale dei C.I.G. fa parte del Sistema Nazionale Informativo Giovanile costituito presso il Ministero dell'Interno.

Come si può ben vedere il decalogo è servito e serve per sancire l'esistenza di un servizio di livello nazionale e per rimarcare alcune caratteristiche di base onde evitare l'eccessivo frantumarsi dell'idea originale.

Il decalogo ha avuto anche una notevole importanza "storica" in quanto per la prima volta nell'ambito delle politiche giovanili in Italia veniva assunto un documento nazionale, veniva istituito un coordinamento nazionale (poi sancito con decreto ministeriale) e soprattutto veniva individuato un riferimento nell'ambito ministeriale (Direzione Generale dei Servizi Civili del Ministero dell'Interno).

Tutto il lavoro svolto negli anni seguenti è andato appunto nella direzione di consolidare la struttura del coordinamento e di ottenere un riconoscimento tecnico preciso (se non legislativo) dell'esistenza e del ruolo di questa rete di servizi.

Il coordinamento nazionale degli Informagiovani

Il Coordinamento Nazionale del Sistema Informativo Giovanile venne ufficialmente istituito, a seguito della prima conferenza nazionale degli Informagiovani a Roma nel 1987 con il compito di promuovere e coordinare lo sviluppo degli Informagiovani in Italia. Fu tuttavia nel 1990, con la seconda conferenza nazionale degli Informagiovani tenutasi a Palermo, che il coordinamento assunse la forma definitiva, basata sul criterio della rappresentatività regionale.

Il coordinamento nazionale infatti si strutturava in coordinamenti regionali che esprimevano un proprio rappresentante nella struttura nazionale.

L'esigenza di istituire livelli territoriali di coordinamento nacque dalla necessità di gestire il forte sviluppo del servizio in modo adeguato alle diverse realtà ed esigenze locali. La regionalizzazione del coordinamento è stata inoltre funzionale alla necessità di coinvolgere le diverse regioni nella responsabilità dello sviluppo della funzione, della rete degli Informagiovani. Il progetto del coordinamento nazionale e dei coordinamenti regionali era quello di attivare in ogni regione leggi che regolamentassero e finanziassero in modo omogeneo queste strutture favorendo al contempo il formarsi di reti integrate dei servizi.

Come già visto in precedenza, con la terza conferenza nazionale degli Informagiovani, tenutasi a Modena nel 1993, il coordinamento nazionale ha riconfermato i principi ispiratori contenuti nel decalogo del 1986. Dai lavori svolti nella terza conferenza uscirono inoltre puntualizzati tre modelli di servizio:
l'Agenzia Servizi Informagiovani
il Centro Informagiovani
il Punto Informagiovani

Servizi di informazione per i giovani: tipologie

Prima di entrare nel merito di queste tre tipologie di centri di informazione ai giovani, è utile soffermarsi un attimo sul tipo di servizio offerto al pubblico da queste ed altre strutture analoghe.

Le diverse tipologie organizzative e progettuali di servizi informativi rivolti al pubblico sono infatti la risultante di una serie di scelte effettuate tenendo in considerazione in particolare due variabili:

i destinatari (generici o ben definiti);

l'ampiezza dell'ambito informativo (a vasto raggio o specialistico).

Esistono infatti servizi che si rivolgono a destinatari specifici mettendo a loro disposizione un patrimonio informativo specialistico: è il caso, ad esempio, degli sportelli informativi dell'Azienda per il Diritto allo Studio Universitario, pensati per fornire al pubblico degli studenti universitari informazioni sulle agevolazioni a loro disposizione.

Oppure esistono servizi che, sempre occupandosi di ambiti informativi specifici, si rivolgono ad un'utenza generica: è il caso degli uffici di informazione turistica o dei consultori delle Unità Sanitarie Locali.

A differenza di questi l'Informagiovani si occupa di un ambito informativo molto vasto (i 9 settori entro i quali è stato ricondotto l'intero "universo" degli interessi giovanili) rivolgendosi ad un'utenza che, se pure identificata all'interno di una fascia d'età molto precisa (14 - 29 anni), è altrettanto vasta per tipo di bisogni alquanto differenti.

Vediamo quindi i tre differenti livelli di servizio che, tenendo conto delle situazioni specifiche, possono essere impiantati per soddisfare comunque questi bisogni.

L'agenzia servizi Informagiovani

Le caratteristiche fondanti di una agenzia servizi sono:

la promozione, gestione ed organizzazione di una rete di centri e punti Informagiovani che operano secondo standard operativi e di offerta informativa omogenei tra loro; tale rete deve essere formalizzata con appositi atti (convenzioni, protocolli, contratti ecc.). Una rete di servizi deve prevedere almeno tre centri tra loro convenzionati;

l'organizzazione e gestione interna di attività di formazione e stages per gli operatori della rete o di altri servizi e centri richiedenti. l'attività formativa deve interessare l'area della ricerca, della documentazione e della informazione - comunicazione;

la produzione di supporti informativi per sè e per gli Informagiovani ad essa collegati sui settori di intervento: scuola e formazione, lavoro, mobilità giovanile, cultura - sport - tempo libero, diritti e salute.

Per supporti informativi si intendono archivi organizzati di informazioni (basi di dati) grazie ai quali i diversi servizi possono svolgere la loro attività di risposta al pubblico giovanile.

In merito alla produzione di supporti informativi va tenuta in considerazione un'ulteriore distinzione delle Agenzie Servizi Informagiovani che si dividono in agenzie servizi di livello nazionale, agenzie servizi di livello regionale - provinciale.

Le *agenzie servizi nazionali* producono basi di dati contenenti informazioni relative all'intero territorio nazionale, su tutti i settori menzionati,; sui settori "formazione" e "mobilità giovanile" si occupa inoltre del livello internazionale.

Le *agenzie servizi regionali o provinciali*, che possono avvalersi delle basi di dati prodotte dalle agenzie nazionali, producono archivi, inerenti i medesimi settori, relativi al territorio in cui sono collocate (regionale o provinciale);

il mantenimento di rapporti complessi e diretti con le maggiori realtà produttrici e/o organizzatrici di informazioni nei vari settori e la costruzione di una rete di pubbliche relazioni che miri a favorire collaborazioni ed integrazioni con le attività e le finalità di altri servizi similari;

la gestione di un sistema di valutazione dell'efficacia - efficienza della rete informativa e di un sistema di monitoraggio dell'utenza giovanile; tale sistema di valutazione deve , come livello minimo, fornire indicazioni su:

numero e tipologia dell'utenza ed incidenza rispetto all'utenza potenziale,

livelli di consultazione dei settori di informazione,
livelli di gradimento dell'utenza rispetto al servizio,
bilancio finanziario.

I dati ottenuti con tali sistemi di rilevazione devono essere resi pubblici almeno una volta all'anno.

Le agenzie servizi Informagiovani possono gestire attività di informazione diretta con il pubblico: in questo caso oltre ad occuparsi delle attività sopra descritte esercitano anche alcune funzioni tipiche dei centri Informagiovani di seguito descritti.

I centri Informagiovani

I centri Informagiovani svolgono la loro attività essenzialmente nel territorio in cui sono inseriti (città, paese o quartiere). Per quanto riguarda i supporti informativi essi possono avvalersi degli archivi prodotti dalle agenzie servizi o utilizzare archivi prodotti autonomamente a proprio uso e consumo. Questi centri svolgono attività di ricerca, documentazione e comunicazione rispetto allo specifico territorio in cui sono inseriti.

Si occupano dei medesimi settori informativi già visti per le agenzie servizi e, come queste, mantengono una rete di relazioni e collaborazioni con gli altri enti e servizi territoriali che operano all'interno del mondo giovanile. Gestiscono anche essi un sistema di monitoraggio e valutazione del servizio presso il pubblico

giovanile e pubblicano i dati raccolti almeno una volta all'anno. I centri Informagiovani mantengono una apertura dello sportello al pubblico che, settimanalmente é in media di almeno 15 ore, distribuite in modo omogeneo e articolate nell'arco dell'intera settimana. Devono poi essere attrezzati, sia sotto il punto di vista organizzativo che sotto quello tecnologico, in modo da rispondere efficacemente all'utenza giovanile cioè in conformità con quanto previsto dal Decalogo.

I punti Informagiovani

I punti Informagiovani svolgono generalmente la loro attività all'interno di aree territoriali limitate come piccoli paesi, quartieri, centri aggregativi - culturali - sociali, biblioteche, scuole ecc.

La loro attività é essenzialmente di accoglienza, comunicazione, informazione rispetto ai giovani presenti in queste diverse realtà; non svolgono quindi altre attività oltre a quelle di sportello al pubblico (non si occupano cioè di ricerca e trattamento documentario delle informazioni); devono pertanto essere completamente supportati o da un centro Informagiovani o da un'agenzia servizi che li rifornisca di informazioni e devono quindi essere dotati di strumenti tecnologici che consentano una corretta trasferibilità dei supporti informativi.

Laddove non esistano centri Informagiovani o agenzie servizi a cui fare riferimento é possibile costituire reti di punti informativi che si integrino e si autosostengano nella realizzazione dei supporti informativi.

I punti Informagiovani devono occuparsi, di minima, dei settori scuola - formazione, lavoro, mobilità giovanile, tempo libero, diritti; l'apertura media settimanale deve essere di minimo 8 ore distribuite su almeno tre giornate.

La definizione di questi tre modelli riduce la difficoltà di rendere omogenee le diverse esperienze, dovuta alla storia consolidata di molti centri, che faticano a rinunciare a metodologie operative create autonomamente, anche quando queste risultano chiaramente insufficienti o sorpassate.

Attraverso questa griglia di lettura dell'universo Informagiovani, si chiarisce meglio anche un altro importante elemento di differenziazione di questi centri: il livello di approfondimento dell'informazione e di conseguenza l'impegno del servizio per un'azione di orientamento e consulenza, nonché la diversa metodologia di approccio al pubblico riscontrabile nelle varie strutture. Dal colloquio riservato operatore-utente, al self-service informativo, esistono varie soluzioni adottate rispetto all'offerta informativa che potremmo riassumere in tre casistiche generali:

PERCORSI DI AUTOINFORMAZIONE	CONTATTO OPERATORE - UTENTE	SOLUZIONE MISTA
centri che privilegiano o la costruzione	centri che prevedono sempre il contatto	centri che adottano una soluzione

di percorsi di autoinformazione per gli utenti, attivando solo uno sportello di indirizzo per il recupero del materiale informativo	operatore-utente, in cui l'operatore recupera le informazioni, le mette a disposizione ed eventualmente le illustra	mista che prevede vari livelli di approfondimento della informazione: dalla autoinformazione, allo sportello di indirizzo su richiesta dell'utente, al colloquio in profondità
---	---	--

Questi tre modelli rispondono a:
filosofie informative differenti,
problemi di organizzazione e formazione del personale.

Posto che la soluzione mista é senz'altro preferibile perché riassume in sé le caratteristiche delle altre due, la differenza tra il primo e il secondo modello consiste essenzialmente nel bilanciamento tra migliore informazione fornita e numero di contatti della struttura.

Vediamo più nel dettaglio vantaggi e svantaggi dei primi due modelli.

TIPOLOGIA	VANTAGGI	SVANTAGGI
Servizi con percorsi in autoinformazione	l'accesso é potenzialmente molto alto perché non costringe l'utente a razionalizzare le sue esigenze e a formulare domande	è essenzialmente un centro self-service dove il rischio è quello di una informazione troppo generica e scarsamente rilevante
Servizi con contatto operatore / utente	l'informazione fornita é potenzialmente	l'accesso è più limitato, in quanto richiede

	molto precisa e finalizzata a alle esigenze del singolo utente	all'utente di comprendere e razionalizzare funzionamento e finalità, abbastanza a complesse , del servizio
--	---	---

Parliamo ovviamente di potenzialità in quanto il successo o l'insuccesso, la precisione o meno dell'informazione dipendono anche da molti altri fattori: *professionalità, tecnologie, campagna pubblicitaria, collocazione urbana, orari, comunicazione esterna* ecc.

Alcuni riferimenti programmatici nazionali

In definitiva tutti i problemi di sviluppo degli Informagiovani possono essere riassunti in un problema generale di razionalizzazione dell'esistente e del nuovo. Razionalizzazione che ha, come si è visto, punti di riferimento ormai piuttosto consolidati sia a livello di esperienza concrete che di riferimenti istituzionali. Si pensi infatti ai modelli di reti nazionali ampiamente riconosciute e consolidate nel tessuto sociale come in Francia, Spagna, Belgio, Paesi Bassi ecc., o a riferimenti istituzionali come il coordinamento nazionale, gli atti delle raccomandazioni europee, i protocolli d'intesa siglati anche in Italia tra Ministeri e rappresentanti degli enti locali (ANCI, UPI, Regioni) tesi a favorire lo sviluppo di servizi a supporto del passaggio alla vita attiva delle giovani generazioni. Tra questi ultimi ricordiamo:

Protocollo d'intesa ANCI - Ministero del Lavoro per favorire l'occupazione giovanile del 15 aprile 1987

Protocollo d'intesa UPI - ANCI per le politiche giovanili con particolare riferimento alla realizzazione di reti di centri Informagiovani a livello provinciale e comunale del 3 luglio 1987.

Protocollo d'intesa Ministero del Lavoro - Regioni - ANCI - UPI - UNCEM nel campo della integrazione dei servizi di informazione, orientamento e consulenza dei giovani del 4 aprile 1989.

LA FUNZIONE DELL'INFORMAGIOVANI

Che cos'è un Informagiovani?

Nella prima parte di questa guida abbiamo tentato di inquadrare l'origine, lo sviluppo, il contesto in cui è nato e si è sviluppato questo servizio; tuttavia, per meglio comprendere il senso di questa iniziativa e definire in modo più preciso alcuni elementi interpretativi e valutativi delle esperienze, occorre delineare un quadro teorico di riferimento, formalizzare cioè l'idea fondante e gli obiettivi di lungo periodo degli Informagiovani.

Le pagine che seguono hanno proprio quest'obiettivo.

Informazione e Informagiovani

Molto spesso l'Informagiovani è visto come un luogo di incontro tra informazione e giovani, dove informazione e giovani sono dati come presupposti ed il servizio come una opportunità di appropriamento di un elemento naturalmente esistente.

Questo quadro, che sembra molto lineare è però condizionato da una serie di elementi di sfondo, che inficiano fortemente il percorso e la possibilità stessa di ottenere ed utilizzare le informazioni da parte degli utenti. Il problema è quello di individuare i confini entro cui l'Informagiovani può e deve muoversi, partendo dal ruolo che un servizio pubblico come quello delineato - a capacità informativa polivalente ma indirizzato ad un'utenza specifica, i giovani dai 14 ai 29 anni -, deve oggi assumere.

In questa prospettiva riteniamo utile delineare la complessità di sistema in cui l'Informagiovani si cala e che allo stesso tempo contribuisce a creare.

1. *L'Informagiovani è un sistema relazionale che si colloca nel rapporto tra persone e ambiente; dove l'ambiente è un emettitore di messaggi (output) rilevanti e le persone costituiscono i recettori degli stessi (input). Il problema da porre è la rispondenza dell'output con l'input; i messaggi, infatti sono spesso ricevuti o interpretati in modo difforme da come sono stati emessi.*
2. *I messaggi, le informazioni, seguono un percorso perturbato da una grande varietà di altri messaggi, segnali, informazioni che vengono definiti come rumore. Il rumore è quindi l'insieme dei segnali e messaggi emessi dall'ambiente che accompagna il messaggio primario e che rischia di disturbare la corretta ricezione dello stesso.*
3. *La persona tende a selezionare i messaggi che riceve, ricercando quelli più vantaggiosi o rispondenti alle sue necessità; conferisce cioè un proprio significato al messaggio. Il problema della corretta attribuzione del significato è uno dei problemi maggiori per il corretto funzionamento dell'ambiente Informagiovani e caratterizza fortemente la funzione dell'operatore addetto alla comunicazione.*
4. *L'Informagiovani è un sistema che conferisce significati alle informazioni, ai messaggi, alle comunicazioni. La corretta rispondenza tra esigenze del pubblico, messaggi e informazioni,*

la loro interpretazione e significato determina l'efficacia e la complessità dell'ambiente Informagiovani.

5. *Compito dell'Informagiovani è quello di contrastare il rumore, organizzando e strutturando il proprio ambiente informativo in modo funzionale all'assolvimento di questo compito. In questo modo il sistema informa, cioè si struttura rendendo le persone che lo contattano in grado di misurare, analizzare le possibilità insite nei dati e nelle informazioni acquisite. Attiva cioè un processo comunicazionale a livello sociale, culturale e professionale*
6. *È l'organizzazione complessiva dell'ambiente Informagiovani che permette di acquisire informazioni come un insieme delimitato di possibilità, rispondenti alle esigenze espresse e potenziali della persona. Questo processo trasforma la complessità ambientale esterna (rumore), generatrice del caos informativo, in complessità interna, strutturata e leggibile.*
7. *L'informazione e la sua strutturazione secondo un modello organizzativo preciso e rispondente alle caratteristiche ed esigenze del/dei soggetti di riferimento, costituisce l'aspetto fondante dell'ambiente Informagiovani.*
8. *Quanto più l'Informagiovani riesce ad affrontare il rumore e a strutturarne in ordine, quanto più cioè, riesce ad adattarsi e ad interpretare l'ambiente esterno, tanto più assolve alla sua funzione organizzativa e funzionale.*
9. *L'Informagiovani deve essere un ambiente ed avere una organizzazione altamente flessibile, che riesce a leggere e strutturare il rumore informativo creando percorsi comprensibili e confrontabili, che pone una rilevante attenzione allo strutturarsi della relazione tra il suo stesso ambiente e le sue utenze di riferimento.*
10. *L'Informagiovani si organizza e struttura in base alla realtà sociale, culturale ed economica in cui nasce e interviene con l'obiettivo di promuovere e fare circolare le opportunità per i giovani di ogni condizione ed età.*

Informazione e Comunicazione

Quanto si è scritto sul concetto di informazione deve essere inserito in un modello organizzativo basato sulla comunicazione, in quanto solo in essa acquista senso la funzione di un Informagiovani. L'informazione è trasmessa nella comunicazione e da questa viene trasformata ed adeguata alle capacità di comprensione di lettura di chi la riceve. Assume cioè una valenza e una dimensione sociale.

I dati acquistano la valenza di informazioni quando è possibile interpretarli e selezionarli tra diverse altre possibilità.

L'informazione si colloca tra il livello attuale delle conoscenze e la disponibilità a mutare ed accrescere questo stato aumentando la complessità e la possibilità delle scelte.

L'informazione diventa così un'esperienza che conduce all'azione e che porta a modificare e migliorare il proprio stato attuale.

La comunicazione allora non è semplice trasferimento di dati, ma:

1. *conferimento di senso all'informazione;*
2. *creazione di nuova informazione.*

La comunicazione presuppone il conferimento di senso e produce un processo di socializzazione tra gli attori della comunicazione stessa. In questa funzione diventano particolarmente rilevanti i linguaggi usati e le modalità di comunicazione in particolare se rapportati alla varietà del pubblico che una struttura a finalità informativa normalmente affronta.

Il problema immediatamente connesso all'analisi precedente è la capacità all'uso dell'informazione che viene trasmessa: *occorre cioè costruire una guida all'uso dell'informazione assunta, affinché il processo di emancipazione sociale dell'individuo diventi reale e concreto.*

È quindi la comunicazione l'elemento fondante l'attività e il senso stesso dell'Informagiovani, là dove l'informazione è lo strumento e la possibilità dell'incontro e del progresso culturale individuale. Questo processo può diventare una essenziale opzione formativa basata sull'esperienza, sulla capacità di operare rimandi e confronti tra un dato e un altro, sulla capacità di inserire e di inquadrare un'informazione in un determinato contesto.

Questo processo porta alla possibilità per tutti di comunicare e di agire all'interno della società; *si attiva cioè un processo di comunicazione nel sistema sociale.*

L'abbandono scolastico, la disoccupazione, la mancanza di conoscenze, l'emarginazione, il disagio, l'insoddisfazione sono sintomi di carenza in questo processo di conoscenza e di relazione - comunicazione tra individuo e realtà sociale.

È pertanto questo il vero primo problema di un servizio Informagiovani.

Il ruolo dell'Informagiovani

L'informagiovani recupera e crea informazione, costruisce percorsi che permettano l'esatta comprensione dell'informazione, attiva comunicazioni che motivino all'uso dell'informazione e verifichino l'adeguatezza delle scelte operate e degli strumenti adottati.

Tuttavia esiste un'ulteriore funzione che un Informagiovani deve attivare:

la motivazione a comunicare da parte dell'utenza di riferimento (target).

Il pubblico potenziale a cui si rivolge un Informagiovani è molto eterogeneo e presenta livelli e capacità di comprensione dei messaggi molto diversificata.

La comprensione della necessità di acquisire informazioni in ambiti rilevanti della propria vita comporta già un buon livello di consapevolezza ed un discreto livello di astrazione dalla contingenza quotidiana.

L'Informagiovani deve quindi essere in grado di raggiungere i propri interlocutori, deve cioè motivare i giovani a comunicare.

Per garantire la comunicazione a questo livello l'Informagiovani si dota o agisce tramite i mezzi di comunicazione che esso stesso crea o che incontra nella realtà sociale.

L'Informagiovani promuove informazione, azioni e possibilità, assolvendo così una precisa funzione sociale che lo rende punto di congiunzione tra i giovani e le altre strutture che compongono il quadro delle realtà (scuole, enti, organizzazioni) e che hanno, pur con funzioni diverse, in quegli stessi giovani il loro interlocutore privilegiato.

L'idea di sistema informativo

Nelle esperienze più mature si fa insistentemente riferimento all'idea di sistema informativo introducendo un concetto più ampio, non semplicemente o solamente legato alla gestione di un servizio particolare.

Il sistema informativo può essere tradotto anche come sistema territoriale della informazione che contempla una rete di punti, servizi e occasioni di incontro tra i giovani e l'informazione, l'orientamento e la consulenza.

Il sistema informativo è evidentemente un progetto sociale per l'emancipazione dei giovani che vede coinvolte ed interagenti tutte quelle realtà che in qualche modo hanno contatti con i giovani e gli adolescenti: enti pubblici, istituzioni scolastiche, associazionismo e anche privati (ad es. i gestori di spazi commerciali rivolti al mondo giovanile).

Il principio teorico principale che deve guidare l'operatività dell'Informagiovani è la costruzione di questo sistema territoriale. Per questo è molto importante prestare grande attenzione al coinvolgimento di altre strutture ed enti già nella fase di avvio del servizio:

1. sia per ciò che riguarda direttamente la promozione ed il finanziamento con riferimento in particolare al sistema degli enti pubblici: il Comune, la Provincia, il Provveditorato agli Studi, la Camera di Commercio;
2. sia per la costante ricerca di collaborazioni, integrazioni e scambi con tutti i soggetti protagonisti nei vari settori di intervento del servizio (associazioni, gruppi, organizzazioni, ecc.).

La consapevolezza della necessità di progettare e attivare un sistema informativo territoriale così come l'attivazione di una strategia di promozione del consenso, rappresentano due aspetti di fondamentale rilevanza per il raggiungimento di una maturità tecnica, progettuale e politica nell'esperienza di realizzazione di un servizio Informagiovani

PRIMA DI APRIRE UN INFORMAGIOVANI

Il percorso da seguire

Come abbiamo già evidenziato nelle pagine precedenti, non esiste un'unica tipologia di Informagiovani, ma esistono una serie di modelli organizzativi, tecnici, progettuali che opportunamente correlati con la realtà sociale, culturale ed economica del luogo dove il servizio aprirà costituiscono una metodologia che ha portato molti centri a divenire un punto di riferimento rilevante nei confronti del mondo giovanile e di tutte quelle agenzie del pubblico e del privato che su questo segmento sociale intervengono. Quella che segue è quindi solo e unicamente una guida metodologica.

L'analisi dell'ambiente

Ogni Informagiovani nasce in un territorio (città, paese, quartiere) dove sono presenti altri servizi, strutture, persone ecc., che in modo diretto o indiretto possono avere a che fare con il servizio. Dal momento che l'Informagiovani si occupa di molte cose, almeno dal punto di vista informativo, è facile che questi altri soggetti siano interessati alla presenza del centro, sia in positivo, sia in negativo.

L'esistenza dell'"altro da sé", sia che sia struttura sia che sia persona, presuppone l'esistenza di un sistema di relazioni, modi comportamentali, confini e limiti più o meno esplicitati, più o meno consapevoli. L'avvento di un nuovo soggetto comporta sempre una specie di terremoto relazionale; l'apertura di un nuovo servizio comporta la definizione dei rapporti che si dovranno avere con questo e, di conseguenza la ridefinizione dei rapporti con tutti gli altri.

Il primo grande errore da evitare è aprire il servizio, o muoversi per aprirlo senza conoscere in modo approfondito il contesto e il sistema di relazioni preesistente.

I servizi ed i soggetti che si occupano di informazione, orientamento e consulenza

Prima di aprire un Informagiovani occorre delineare il quadro di riferimento dei servizi e dei soggetti presenti sul territorio che svolgono attività di informazione, orientamento e consulenza in qualche misura paragonabili o assimilabili alle attività del centro. Una volta delineato questo quadro di riferimento è necessario definire i contesti, le modalità di funzionamento ed in particolare le aree problematiche che caratterizzano questi servizi; occorre quindi costruire un quadro informativo sull'ambiente.

Gli strumenti da utilizzare per questa definizione sono di tipo:

1. *documentario* (progetti, testi legislativi, regolamenti, analisi dell'utenza, ecc.);
2. *relazionale diretto* (incontro con i responsabili e gli operatori dei servizi in questione);
3. *relazionale indiretto* (colloqui con soggetti che hanno a che fare con i suddetti servizi).

Questo quadro dell'ambiente permette di posizionare in modo

concreto la prima casella costruttiva del servizio Informagiovani: *il sistema delle possibili alleanze e integrazioni funzionali.*

I “fornitori” dell’Informagiovani

Il secondo livello di intervento consiste nell’analisi delle realtà presenti nel territorio e che intervengono sulle aree di informazione dell’Informagiovani (associazioni e organizzazioni di rappresentanza, enti privati e pubblici, ecc.).

Anche in questo caso gli strumenti operativi sono di tipo documentario e relazionale. Questa conoscenza delle attività, ed in particolare dei problemi che investono i diversi settori e argomenti trattati ci dà il quadro del livello informativo a cui bisognerà intervenire e ci indica un primo livello di priorità informativa.

Questo lavoro consente il posizionamento della seconda casella costruttiva: *la definizione del sistema informativo e delle aree prioritarie.*

Il target di riferimento

Il terzo livello di intervento è rappresentato dalla conoscenza del target di riferimento a cui si rivolge l’Informagiovani: i giovani.

Dei giovani si è già parlato nelle pagine introduttive, laddove si sono date indicazioni sulla condizione giovanile.

Questo aspetto viene però ripreso perché, oltre ad una conoscenza di quelle che sono le problematiche generali legate all’universo giovanile, è necessario possedere una conoscenza più approfondita delle peculiarità che connotano i giovani presenti sul territorio in cui si intende aprire un Informagiovani.

Di questi giovani è necessario conoscere le condizioni di vita, i livelli e le forme di aggregazione, gli atteggiamenti nei confronti di importanti temi riguardanti la loro esistenza (lavoro, scuola, tempo libero), la mobilità da e verso il luogo in cui si sta elaborando il progetto, la percezione nei confronti dei servizi pubblici a loro rivolti ecc.

Questo terzo livello è di gran lunga il più difficile da affrontare in maniera scientifica in quanto occorrerebbe attivare ricerche specificatamente legate al luogo dove i giovani vivono, spesso lunghe, complesse e costose.

Se questo non fosse possibile (ma si raccomanda di affrontare con grande serietà questo problema di conoscenza) è comunque possibile costruirsi un quadro di riferimento intervistando quegli operatori che per il loro lavoro hanno contatti quotidiani con giovani o gruppi di giovani (educatori, operatori sociali, insegnanti ma anche operatori privati particolarmente sensibili come dee-j, baristi, animatori privati).

È da considerare che l’Informagiovani stesso, una volta attivato, diverrà un osservatorio privilegiato delle problematiche poste dal mondo giovanile.

Un buon livello di conoscenza del target permette di calibrare le attività di comunicazione, promozione e di organizzazione interna del servizio (orari, spazi, messaggi, ambiente, mezzi di comunicazione).

La condivisione degli scopi e degli obiettivi

L'attività di conoscenza precedentemente descritta ci porta, come abbiamo visto, ad avere contatti approfonditi con una serie di operatori responsabili di servizi ed attività. Le informazioni così ottenute possono essere positivamente utilizzate al fine di passare dal livello della conoscenza al livello delle possibili collaborazioni.

Le informazioni e le conoscenze acquisite dovranno essere confrontate e riformulate in modo da diventare nuova informazione e conoscenza di ritorno per le persone contattate.

È importante, in una attività di pubbliche relazioni, garantire il ritorno alle fonti del complesso delle informazioni acquisite e delle valutazioni condotte.

Questa *rielaborazione in progress delle idee*, delle conoscenze e dei progetti, è particolarmente efficace per avviare un processo di condivisione, di confronto costruttivo dell'analisi della realtà territoriale e dei suoi bisogni.

È all'interno di questo sistema di comunicazione che va introdotto il progetto Informagiovani, come progetto che nasce e si struttura sulla base di un'attenta e condivisa analisi dei bisogni territoriali, che mira ad aiutare ed integrare e non a sostituire i servizi esistenti.

Solo evitando la proposizione di progetti, di qualsiasi progetto, come fatti precostituiti, avulsi dalla realtà è possibile definire processi di collaborazione ed integrazione tra servizi e soggetti diversi.

Il risultato di questo lavoro può portare alla individuazione di tre direzioni di sviluppo e mantenimento delle relazioni avviate:

2. *i promotori*

3. *i collaboratori e gli alleati*

4. *le fonti informative*

I promotori

I promotori sono quei soggetti, per gli Informagiovani in particolare gli Enti Pubblici, che per finalità istituzionale, compiti e obiettivi hanno il dovere di impegnarsi sul versante della informazione ai cittadini, dell'evoluzione sociale, culturale ed economica del territorio.

È evidente che ci riferiamo, in modo diretto, a Comune, Provincia, Camera di Commercio e Provveditorato agli Studi.

Questi enti, insieme ad eventuali altri presenti nel territorio (ad esempio l'Università), possono giocare un ruolo fondamentale nel caratterizzare fortemente le funzioni e le attività dell'Informagiovani.

L'obiettivo da perseguire è quindi quello del coinvolgimento diretto, sia in termini progettuali che finanziari, degli enti di promozione e programmazione territoriale.

Questi Enti, stipulando una convenzione tra di loro, danno concretamente avvio al servizio, mentre per quanto riguarda le attività di programmazione e di governo possono istituire un *comitato di promozione* e verifica a cui partecipano i diversi responsabili politici e tecnici.

Compito di questo comitato è:

1. *definire gli obiettivi generali e di breve, medio e lungo periodo del servizio;*
2. *controllare e verificare il raggiungimento di tali obiettivi, la loro coerenza, i problemi generali;*
3. *favorire il raccordo tra i diversi settori, servizi ed operatori coinvolti in attività all'interno del mondo giovanile;*
4. *favorire il collegamento con le fonti informative ed il reperimento delle informazioni;*
5. *attivare le opportune relazioni con gli organismi di coordinamento e riferimento a livello regionale, nazionale ed europeo;*
6. *recuperare i finanziamenti adeguati al corretto funzionamento del servizio.*

Questo organismo di governo non si occupa della gestione tecnico-amministrativa del servizio, che può essere delegata al o ai Comuni che generalmente assumono compiti di tipo gestionale, ma:

1. *la Provincia assume prioritariamente compiti di programmazione e coordinamento dello sviluppo della rete dei servizi;*
2. *la Camera di Commercio e il Provveditorato agli Studi favoriscono la realizzazione di progetti e iniziative promozionali e informative per gli ambiti e nei confronti dei soggetti di cui sono riferimento istituzionale*

I collaboratori e gli alleati

In ogni situazione in cui si intrecciano livelli complessi di relazione risulta particolarmente importante costruirsi un sistema di alleanze e di collaborazioni che permettono di consolidare la propria presenza sul territorio.

È quindi utile:

1. *individuare altri soggetti indipendenti pronti a sostenere la necessità della presenza dell'Informagiovani; quanto più prestigiosi e riconosciuti sono questi potenziali alleati (in particolare sul versante sociale e culturale) tanto migliore sarà l'immagine del centro.*

Questo posizionamento evita i rischi derivati dall'isolamento o dal mono-riferimento istituzionale;

usufruire, in termini di promozione del servizio, dell'immagine del soggetto alleato. Se ad esempio vengono attivati progetti comuni con un media (radio, giornale, tv, ecc.) particolarmente apprezzato dal mondo giovanile è chiaro che anche l'Informagiovani acquisirà parte del prestigio e della credibilità dell'alleato.

I collaboratori, o alleati, sono tutti quei soggetti, enti o associazioni, persone o gruppi con i quali è possibile, utile e di reciproco interesse sviluppare progetti e iniziative comuni.

Per la natura stessa degli Informagiovani l'attenzione e la ricerca costante di possibili collaborazioni è uno degli elementi basilare della strategia di relazione con il territorio.

L'obiettivo del servizio infatti non è tanto il buon funzionamento di un luogo o di uno spazio, ma la realizzazione di un *sistema di informazione territoriale*, un sistema in grado di offrire alle persone informazioni ed servizi in ogni luogo essi si trovino a frequentare e a vivere.

L'Informagiovani è quindi un luogo che *dà voce*, sia ospitando

gruppi e persone in grado di offrire aiuto e consulenza su temi di particolare rilievo, sia offrendo i propri servizi per il buon andamento di iniziative e attività realizzate in altri luoghi (come scuole, sedi di associazioni, luoghi di lavoro, ecc.)

I collaboratori esterni sono da considerare nella veste di consulenti esperti, in grado di apportare valore aggiunto alle informazioni di base in possesso dell'Informagiovani e di portare a termine progetti specifici degli utenti

Tra i principali possibili collaboratori possono essere individuati:

le associazioni culturali e di volontariato;

le organizzazioni sindacali e di categoria;

i gruppi e circoli giovanili;

le organizzazioni studentesche e le scuole;

i diversi mezzi di comunicazione (giornali, radio, tv, reti telematiche).

Un suggerimento operativo è realizzare iniziative straordinarie di informazione in periodi di forte interesse per l'utenza (ad esempio, promuovere opportunità per le vacanze estive insieme ad associazioni che operano nel settore; organizzare incontri sull'Università con associazioni studentesche, ecc.).

Le fonti informative

Sono da considerare fonti tutti quei soggetti che detengono informazioni utili per fondare e sviluppare la nostra attività, sia nel senso che realizzino direttamente attività e iniziative che costituiscono informazioni rilevanti e coerenti al nostro mondo informativo, sia che siano essi stessi promotori di informazioni.

Il tema delle fonti, come problema specifico dell'attività di ricerca e documentazione del servizio verrà ripreso più avanti.

Quello che ci interessa sottolineare in questa sede è che ciò che conferisce particolare rilevanza ad una fonte sono l'attendibilità e l'importanza che essa ha in riferimento alle richieste dell'utenza.

Risulta pertanto evidente la necessità per ogni Informagiovani di *"trattare" direttamente le fonti informative del proprio territorio.*

È questa un'indicazione importante, in particolare per tutti quei centri che acquisiscono banche dati prodotte altrove.

L'attività di recupero delle informazioni presuppone sempre, a livello locale, un lavoro di relazione tra Informagiovani e fonte che acquista un significato ed un valore che va oltre l'informazione stessa.

Lavorare sulla relazione è un'occasione per ricordare le reciproche attività, è un modo per dare importanza al lavoro svolto dai vari enti e operatori, è un'opportunità che permette di meglio fare comprendere il proprio ruolo e funzione.

Può essere utile precisare che nel sistema qui presentato esistono soggetti che sono allo stesso tempo promotori - collaboratori - fonti; questo perché in un progetto di sistema informativo territoriale la separatezza dei ruoli tende ad annullarsi verso un insieme armonico di funzioni che ha come obiettivo principale la soddisfazione dell'utente - cliente.

Tra le fonti territoriali di particolare interesse ricordiamo:

gli Istituti e i centri culturali

i centri di formazione, la scuola, l'Università
i circoli giovanili e i centri sociali
le organizzazioni sportive
gli enti pubblici nelle loro diverse articolazioni
le associazioni
i privati attivi nei diversi settori di informazione

La promozione

Una buona promozione dell'Informagiovani è strettamente connessa all'efficacia della strategia di pubbliche relazioni adottata, che richiede un notevole impegno professionale sia in fase di avvio del servizio, sia in fase di conduzione ordinaria.

La promozione dell'Informagiovani va progettata seguendo *due criteri fondamentali*:

la continuità nel tempo;

la coerenza dei messaggi e degli strumenti rispetto alla funzione svolta.

Un servizio come l'Informagiovani ha necessità di mezzi di promozione gradualmente e costanti nel tempo; i budget vanno pertanto ripartiti in un periodo temporale che copra l'intero anno evitando un grande, più o meno faraonico, unico investimento.

L'Informagiovani tende ad affermarsi presso il grande pubblico secondo i ritmi e le esigenze del pubblico stesso: sintetizzando, si potrebbe dire che *quando una persona ha necessità di un'informazione, il centro è pronto a proporsi per soddisfare questa esigenza.*

Ogni messaggio promozionale che viene veicolato deve essere coerente e richiamare le funzioni svolte dal servizio: *non è importante promuovere l'Informagiovani in sé, quanto le informazioni che esso è in grado di dare.*

Questa strategia motiva l'utente ad usufruire del servizio, superando così il blocco derivato dal primo impatto con una struttura nuova: se il messaggio che viene emesso è *"puoi venire a chiedermi questa informazione"* allo stesso modo si crea nell'utente una aspettativa positiva del tipo *"posso chiedere questa informazione"*.

Se le informazioni sono logicamente coerenti con le aspettative dell'utenza potenziale in un particolare periodo, significa che il centro si è attrezzato delle informazioni giuste.

Bisogna, ad esempio, promuovere informazioni sulle vacanze quando si deve decidere dove andare in vacanza, promuovere informazioni sulla scuola quando bisogna decidere sulla scuola ecc. Sarà poi compito degli operatori, dell'organizzazione del servizio, dell'accoglienza del luogo e soprattutto della rilevanza della informazione, creare *l'effetto fedeltà* del cliente e quindi l'abitudine ad usare, o meglio, a relazionarsi al servizio.

La strategia da adottare è quella di evitare il ripetersi di campagne pubblicitarie dirette sul centro, ma di attivare relazioni con mezzi di comunicazione ordinari e con altri soggetti promotori di iniziative per veicolare principalmente la funzione informativa e di servizio.

Alcune idee per promuovere il centro

Da questa idea di base, veicolare la funzione informativa e di servizio, nascono le collaborazioni con *mass media locali*: giornali di annunci economici (rubriche tematiche), radio locali (trasmissioni tematiche o realizzate insieme a gruppi di ragazzi), televisioni locali (Telegiornali giovani, trasmissioni di informazione tematiche).

Accanto a queste attività, che potremmo definire di carattere redazionale è opportuno promuovere numerose iniziative che possono comprendere *l'organizzazione di incontri informativi* con le associazioni e gli enti di settore (obiezione di coscienza, imprenditoria giovanile, ecc.), *l'ospitalità all'interno del centro di eventi di promozione particolari* condotte da terzi (organizzatori di manifestazioni e rassegne, di attività di volontariato, ecc.).

Il centro può impegnarsi anche a raccogliere firme, iscrizioni e materiali per iniziative organizzate da altri, comprese eventuali prevendite di biglietti per iniziative compatibili con lo spirito e le finalità dell'Informagiovani e dell'Amministrazione Comunale responsabile.

Particolarmente utile per la promozione continuativa dell'Informagiovani è la redazione e pubblicazione di una propria rivista di informazione, direttamente distribuita presso il pubblico giovanile con particolare attenzione per i luoghi di ritrovo abituale. Naturalmente potranno essere coinvolti nella realizzazione della rivista gruppi, classi o ragazzi/e individualmente contattati.

In fase d'inaugurazione del servizio è sempre opportuno far precedere questo appuntamento da una presentazione ufficiale del servizio a tutti gli enti e le organizzazioni contattate (promotori e collaboratori) e alle fonti informative locali più importanti.

La conferenza stampa invece è bene che si svolga separatamente dall'inaugurazione ufficiale, in modo da poterla mirare specificatamente alle esigenze dei giornalisti presenti. Naturalmente andranno preparati materiali sintetici di presentazione - spiegazione del servizio e delle modalità organizzative generali.

Riassumendo:

la conoscenza del territorio è fondamentale per definire il sistema delle alleanze

la conoscenza del sistema informativo territoriale e del target permettono la definizione delle priorità

è necessario:

promuovere e formalizzare i rapporti di collaborazione tra il sistema degli enti pubblici

collaborare con le risorse del territorio

promuovere le informazioni utilizzando una pluralità di canali e di strutture

attivare e "trattare" direttamente le fonti informative del proprio territorio

attivare un flusso costante in entrata ed in uscita delle informazioni

occorre garantire un'attività di promozione continuativa nel tempo
occorre promuovere informazioni ed opportunità, veicolando direttamente la funzione svolta dall'Informagiovani

DARE VITA A UN INFORMAGIOVANI

La scelta della forma di gestione

Si è visto, nelle pagine precedenti, come l'analisi dell'ambiente in cui si intende aprire un Informagiovani, consenta di ricostruire l'insieme dei soggetti attivi sul territorio e delle relazioni che tra questi intercorrono.

L'entrare in contatto con tali soggetti, siano essi promotori, collaboratori o fonti informative, aiuta a fare emergere il potenziale di risorse già presente nell'ambiente: patrimoni informativi da valorizzare, reti informative, rapporti, progetti in cui ci si può inserire, competenze professionali di cui ci si può avvalere.

Questa fase esplorativa, finalizzata in primo luogo a costruire un quadro informativo sull'ambiente, può aiutare anche ad individuare soggetti a cui affidare la gestione dell'Informagiovani o con i quali stringere collaborazioni su progetti particolari dello stesso.

Di seguito vengono presentati gli aspetti legati alla forma di gestione, presentando qualche riflessione sui problemi amministrativi che si pongono e sulle possibilità che la normativa vigente offre alle Pubbliche Amministrazioni, quando queste decidono di istituire un servizio Informagiovani.

La premessa generale è che l'Informagiovani diventa un servizio pubblico solo qualora la Pubblica Amministrazione decide che questo è un servizio rilevante per la collettività e quindi lo inserisce nelle proprie scelte strategiche.

Non essendo comunque un servizio istituzionale dell'Ente Pubblico, può essere gestito attraverso diverse formule:

12. *tutto pubblico*;

4. *tutto privato*;

4. *pubblico e privato*.

La gestione privata

Nella formula *tutto privato* il rapporto tra l'Ente Pubblico e il privato spesso si riduce all'erogazione di contributi più o meno consistenti.

Questo è un primo momento di contatto tra privato e Pubblica Amministrazione, nel quale il vero soggetto attivo rimane il privato, in quanto le scelte sulla gestione e sull'impostazione stessa di tutta l'attività sono nella sua sfera e non vengono condizionate se non in minima misura dalle scelte dell'Ente Pubblico.

La formula di gestione più interessante si riscontra invece quando l'Ente Pubblico decide di farsi carico dell'erogazione di questo servizio, in modo da garantirne la piena fruizione da parte della collettività.

Ecco allora delinearsi due formule di gestione tra cui effettuare la

prima scelta: la formula *tutto pubblico* o quella *pubblico e privato*.

La gestione pubblica

La formula di gestione tutto pubblico può essere realizzata attraverso un servizio in economia o attraverso organismi strumentali dell'Ente locale, quali le Aziende speciali o le Istituzioni.

Nel primo caso abbiamo una gestione diretta del servizio, realizzato con personale e mezzi propri dell'Ente Pubblico, che determina autonomamente le scelte sugli obiettivi da raggiungere e sui modi di realizzarli, provvede al finanziamento del servizio stesso e agli eventuali introiti.

Attraverso Aziende Speciali o Istituzioni, l'Ente locale dà vita a delle entità organizzate in modo più o meno autonomo ma che rimangono pur sempre nella sfera pubblica, regolate interamente dal diritto amministrativo e con l'esclusione dei privati da scelte sull'amministrazione e sulla gestione del servizio.

La gestione mista pubblico e privato

Quando l'Ente Pubblico deve decidere di gestire un informagiovani col privato, deve innanzitutto stabilire come rapportarsi con questo e quindi scegliere quale tipo di contratto porre in essere.

Occorre inoltre determinare con quale privato realizzare il servizio, quindi definire il sistema di scelta del contraente ed esperire la relativa procedura.

Il tipo di contratto per realizzare un accordo col privato nell'istituzione del servizio Informagiovani può prevedere:

5. *l'appalto*

7. *la concessione*

3. *la costituzione di una società.*

In alcuni casi la scelta del tipo di contratto per l'istituzione del servizio Informagiovani può essere quella della convenzione col privato: si tratta di un tipo di contratto generico, che identifica un accordo tra pubblico e privato finalizzato a realizzare obiettivi comuni.

Questo tipo di contratto si rivela inadeguato quando il servizio diventa pubblico a valenza imprenditoriale.

Per poter effettuare una convenzione devono sussistere motivi reali e molto fondati che giustificano la scelta di quel determinato soggetto privato. Sofferiamoci quindi sulle prime tre forme di contratto.

L'appalto e la concessione

Nella gestione del servizio tramite appalto, i mezzi e il rischio di impresa sono tutti del privato, mentre le scelte sono tutte dell'Ente.

L'appalto può assumere i connotati della concessione quando vengono trasferiti al privato anche poteri tipici della Pubblica Amministrazione nei rapporti con l'utenza.

Con l'appalto o con la concessione si realizza un rapporto tra Ente pubblico e imprenditore privato, che vede l'Ente pubblico come

diretto responsabile dell'attività che si viene a realizzare in quanto questo mantiene ampi poteri di indirizzo e controllo sul servizio erogato.

La costituzione di una società

Diverso è il caso delle società.

Nel costituire una società l'Ente locale si pone in una posizione paritaria col privato; oggi addirittura, poiché il legislatore ha ammesso che le Società per Azioni con capitale misto non necessariamente devono avere capitale pubblico prevalente, potrebbe porsi in una posizione minoritaria rispetto al privato.

Il ricorso alla società si giustifica quando l'erogazione del servizio ha fini imprenditoriali e tende quindi a realizzare utili per la società stessa.

La scelta del privato

Una volta che l'Ente pubblico abbia imboccato la strada dell'accordo col privato, necessariamente dovrà scegliere il privato contraente: la scelta avviene attraverso procedure stabilite dal diritto che devono essere rispettate per legittimare l'azione stessa della Pubblica Amministrazione.

Mentre una convenzione viene conclusa mediante trattativa diretta col privato, per l'appalto è necessario procedere tramite trattativa privata (con o senza gara ufficiosa), licitazione privata o appalto concorso.

Per costituire una società si procede con una trattativa diretta; se la società è a minoranza pubblica la trattativa è preceduta da una procedura a evidenza pubblica, con possibilità di un confronto concorrenziale tra soggetti privati.

Il vero problema che si pone alle PP.AA. nella scelta del contraente è quello di *utilizzare un metodo di scelta che garantisca non solo un costo adeguato del servizio, ma anche un buon livello qualitativo del servizio stesso.*

Le procedure di scelta che maggiormente ricercano la qualità del servizio sono *l'appalto concorso* e le licitazioni previste dalle leggi comunitarie e italiane, che si affidano al "*prezzo più vantaggioso secondo una pluralità di elementi*" dove il prezzo non è l'unico elemento di valutazione ma vi rientrano anche aspetti come:

2. la qualità del *progetto presentato*;
1. il *curriculum del privato e dei suoi operatori*;
4. gli *strumenti apportati*.

Viceversa, la licitazione esperita col sistema del massimo ribasso o col sistema delle medie non dice nulla circa la qualità che l'imprenditore può garantire per il prezzo offerto.

Criteri di selezione e valutazione

Visto il quadro normativo vigente e considerati i nodi che a livello politico devono essere affrontati dalla Pubblica Amministrazione nell'appaltare un servizio Informagiovani, è bene riflettere circa le prospettive che delineano l'immediato futuro di questo rapporto tra pubblico e privato.

Due sono i problemi da risolvere per ottenere un rapporto soddisfacente da entrambe le parti: la oggettiva valutazione della qualità del servizio reso o da rendere e la garanzia di un'effettiva parità di trattamento tra gli operatori del settore.

A qualunque metodo di scelta del contraente si faccia ricorso, il problema immediato che si pone è senz'altro quello di individuare i parametri più significativi per la definizione della qualità del servizio reso.

Questo problema è rilevante per la Pubblica Amministrazione, in quanto elemento indispensabile per giustificare la scelta del contraente privato ed effettuare un corretto controllo nella gestione dei servizi pubblici, ma è altrettanto rilevante per il privato, che deve ottimizzare il rapporto qualità-prezzo e mantenersi comunque a un buon livello di concorrenzialità rispetto al mercato.

Non è infatti produttivo chiedere efficienza al prestatore di servizi, se questa efficienza non viene poi valutata attraverso parametri oggettivi che consentano di rilevare la qualità del servizio stesso.

I criteri di qualità dei servizi Informagiovani rappresentano uno dei parametri per definire positivi rapporti tra le Pubbliche Amministrazioni ed i privati.

La loro corretta individuazione presuppone necessariamente la definizione precisa degli obiettivi che la Pubblica Amministrazione si propone di raggiungere attraverso l'Informagiovani e la precisazione dei mezzi che il privato può offrire per gestire il sistema di informazione di cui parliamo.

Attraverso l'analisi di questi elementi si possano individuare i parametri rilevanti ai fini della valutazione del servizio e della sua efficienza.

Un corretto rapporto tra Pubblico e Privato nell'affidamento di un servizio in appalto deve poi garantire la parità di trattamento tra i privati interessati.

Questo per realizzare il principio di imparzialità dell'azione amministrativa e salvaguardare la libera concorrenza degli imprenditori presenti sul mercato.

La parità di trattamento non deve peraltro significare apertura indiscriminata a qualunque operatore privato dell'appalto pubblico.

Il problema che si propone in questa sede è quello di qualificare le

imprese fornitrici di servizi Informagiovani, e individuare gli elementi di valutazione delle capacità e della serietà delle imprese stesse.

Tra tutti gli strumenti di cui la Pubblica Amministrazione dispone non esiste in assoluto il sistema migliore ai fini di garantire qualità del servizio, congruità del prezzo e migliore scelta del contraente; si possono però individuare quegli strumenti che più degli altri consentono di effettuare una valutazione complessiva di tali elementi.

È inutile sottolineare nuovamente che selezionare il contraente solamente sulla base di considerazioni o calcoli automatici, riferiti al prezzo, non consente un effettivo apprezzamento della qualità del servizio che ci si propone di organizzare, in quanto il costo del servizio in se non esprime nulla in termini di congruità di quel costo rispetto al risultato atteso.

Emerge pertanto la necessità di preferire quei sistemi attualmente presenti nella legislazione, che consentano una comparazione della qualità col prezzo: si suggerisce di prendere in considerazione i sistemi di gara europei dell'appalto-concorso o della licitazione privata.

In entrambi questi sistemi il meccanismo della preselezione delle imprese da invitare alla gara permette di aprire l'appalto agli operatori presenti sul mercato e di chiamarli a concorrere in posizione di parità fra loro, ma anche di controllare l'accesso delle imprese stesse valutandole preventivamente sotto il profilo della serietà e della preparazione professionale.

In entrambi i predetti sistemi poi si realizza la possibilità di valutare comparativamente non solo i prezzi offerti, ma anche i mezzi di realizzazione del servizio e quindi la sua qualità.

Occorre indicare con precisione quali sono gli elementi qualificanti del servizio Informagiovani che si intende realizzare. Criteri ai quali deve fare riferimento sia l'operatore pubblico, sia l'operatore privato nel programmare, realizzare e gestire il servizio stesso.

Nelle pagine seguenti sono riportati:

- un esempio di delibera comunale (viene riportata solo la parte introduttiva - motivazionale in quanto gli aspetti particolari o locali sono introdotti e trattati caso per caso; la personalizzazione riguarda in particolare gli aspetti gestionali);
- un esempio di convenzione tra Enti Promotori per la realizzazione di un servizio Informagiovani (esempio che in questo caso riguarda un'Amministrazione Comunale, un'Amministrazione Provinciale, una Camera di Commercio, un Provveditorato agli Studi).

ESEMPIO DI DELIBERA

Il Consiglio Comunale

Richiamate:

5. *la "Raccomandazione n.7/90 del Consiglio d'Europa in materia di informazione e consulenza per i giovani in Europa" con la quale si invitano gli stati membri ad attivare servizi di informazione per la gioventù;*
6. *la "Carta Europea per l'informazione alla gioventù" emanata da ERYICA, l'associazione europea che riunisce i Coordinamenti Nazionali degli Informagiovani di tutti i paesi europei, che promuove i criteri di qualità e lo sviluppo degli Informagiovani in Europa;*
7. *il Decreto del Ministero dell'Interno del gennaio 1995 con il quale si istituisce il Coordinamento nazionale degli Informagiovani e i relativi Coordinamenti Regionali di governo dello sviluppo dei servizi in Italia;*
8. *le conclusioni dei Convegni Nazionali degli Informagiovani promossi dal Ministero dell'Interno di Roma (1987), Palermo (1990) e Modena (1993) con i quali si sono promossi, sviluppati e qualificati i servizi Informagiovani.*
9. *il Protocollo d'intesa ANCI-UPI del 3/7/1987 con il quale si promuoveva lo sviluppo delle Politiche Giovanili in Italia con particolare riferimento ai servizi Informagiovani e allo sviluppo di forme di collaborazione tra enti territoriali.*
10. *Ritenuto necessario attivare un servizio Informagiovani anche nella specifica realtà territoriale locale dando atto che le funzioni svolte risultano particolarmente utili a favorire lo sviluppo della condizione giovanile locale e per prevenire forme di disagio.*
11. *Ed in particolare per quanto riguarda i seguenti scopi:*
 0. *costituire un supporto ai processi decisionali individuali, favorendo la comprensione e la conoscenza di ambiti particolarmente rilevanti nella vita dei giovani come il lavoro, la formazione, i diritti, la mobilità, la salute, il turismo, il tempo libero;*
 1. *rivolgersi ad una utenza costituita dalla generalità dei giovani e degli adolescenti con particolare riferimento alla fascia di età 14-29 anni;*
 2. *prestare particolare attenzione al livello di comprensione delle persone a cui si rivolge, intervenendo attivamente nel territorio in cui opera anche in raccordo con le altre agenzie territoriali al fine di raggiungere ogni fascia sociale e di età.*
 0. *Riconosciuto che l'iniziativa vede il coinvolgimento di altre Enti Pubblici territoriali quali la Provincia, il Provveditorato agli Studi, la Camera di Commercio come da Convenzione allegata alla presente deliberazione e di cui costituisce parte integrante con la quale gli enti si impegnano a:*
 0. *favorire lo sviluppo dei servizi Informagiovani nel territorio provinciale ed il loro collegamento e coordinamento;*
 1. *favorire il raccordo e la collaborazione con altre agenzie formative, educative, aggregative, economiche, imprenditoriali presenti nel territorio provinciale;*
 2. *favorire la partecipazione e la copromozione del servizio con altri enti pubblici, organizzazioni sindacali e di rappresentanza economica, istituti culturali ed altre forze rappresentative del mondo sociale, culturale ed economico territoriale.*
 0. *Dato atto che gli enti firmatari la convenzione attivano un Comitato di Promozione e Verifica con il compito di:*
 0. *stabilire le linee generali di intervento e di sviluppo della rete degli Informagiovani;*
 1. *controllare e verificare il buon andamento del servizio in conformità agli obiettivi stabiliti;*
 2. *definire le modalità e gli impegni che ciascun ente si assume nella gestione e sviluppo dei servizi informazione giovani.*
 0. *Considerato che l'Informagiovani si caratterizza come un*

sistema informativo che ricerca, organizza e rende accessibili informazioni prodotte autonomamente o acquisite altrove con particolare salvaguardia dei livelli qualitativi e di professionalità indispensabili al buon funzionamento del servizio.

- 1. Valutata la necessità di attivare anche a un servizio Informagiovani, in linea con i criteri e i principi di qualità espressi dal Coordinamento Nazionale degli Informagiovani*

.....
.....
.....

delibera

.....
.....

ESEMPIO DI CONVENZIONE TRA ENTI PROMOTORI

Premesso:

- 0. che il problema dell'informazione e dell'orientamento in campo scolastico, professionale, nel tempo libero e per quanto riguarda la sfera personale svolgono un ruolo fondamentale nello sviluppo culturale e sociale delle giovani generazioni;*
- 1. che un corretto e positivo percorso informativo-formativo e di transizione alla vita attiva è elemento basilare in una strategia operativa di prevenzione del disagio giovanile;*
- 2. che fenomeni quali il disagio e l'abbandono scolastico, la marginalità nel mercato del lavoro dovuta ad una scarsa informazione, formazione e qualificazione professionale, nonché l'espulsione dal mercato del lavoro rappresentano costi sociali ed economici elevatissimi;*
- 3. che il Comune ha il compito di favorire lo sviluppo sociale e culturale del proprio territorio, di favorire la libera circolazione delle informazioni con particolare riferimento al mondo giovanile, di attivare politiche attive tese a prevenire stati di disagio e di difficoltà, di promuovere politiche a favore della gioventù;*
- 4. che la Provincia attua un programma annuale di interventi e pubblicazioni nel campo dell'orientamento secondo i vari livelli formativi e di transizione scuola e lavoro, nonché sul versante del mercato del lavoro e che svolge un ruolo di programmazione e sviluppo territoriale;*
- 5. che la Camera di Commercio ha il compito di favorire la conoscenza tra mondo formativo e mondo produttivo, di promuovere lo sviluppo imprenditoriale e la conoscenza del mercato del lavoro;*
- 6. che il Provveditorato allo Studio ha il compito, anche con specifici progetti che riguardano l'ambiente scolastico, di favorire i livelli di benessere e la consapevolezza delle possibilità e potenzialità dei giovani.*

Tutto ciò premesso,

tra la Provincia di, il Comune di, la Camera di Commercio di, il Provveditorato agli Studi di si conviene quanto segue:

- 0. di costituire in un Informagiovani a valenza provinciale;*
- 1. l'Informagiovani ha sede in in via*
- 2. l'Informagiovani compatibilmente alle norme vigenti, svolge e promuove ogni attività di studio, ricerca, iniziativa che abbia attinenza con le aree della formazione, delle professioni e lavoro, dei diritti e salute, del tempo libero, cultura e sport, del turismo e della mobilità, con particolare riferimento alle*

fasce deboli e disagiate e nello specifico:

3. *attività di ricerca e studio, programmazione di iniziative, pubblicazione di guide specialistiche, realizzazione di programmi e altri materiali finalizzati alle attività di informazione;*
4. *programmazione delle attività e iniziative di informazione a livello provinciale, partecipazione ad iniziative nel settore a livello regionale, nazionale ed europeo. Agisce da supporto alle iniziative promosse da soggetti pubblici e privati. Obiettivo dell'Informagiovani è l'armonizzazione del complesso degli interventi nel settore condotti in prima persona e da altri soggetti presenti nel territorio;*
5. *progettazione e realizzazione di attività di formazione degli operatori del settore . L'Informagiovani organizza attività di informazione e aggiornamento in collaborazione o dietro richiesta degli Enti, delle scuole e di altri soggetti del pubblico e del privato;*
6. *progettazione e realizzazione di iniziative di orientamento e informazione rivolte ai genitori, ai giovani e alle persone in situazione di difficoltà. È prevista l'organizzazione di manifestazioni e iniziative pubbliche quali in particolare: seminari, conferenze, fiere, mostre, corsi, stages, ecc.;*

- continua

organizzazione di attività e servizi decentrati di informazione. È prevista la collaborazione con altri enti pubblici e privati sia per quanto riguarda aspetti progettuali - consulenziali, sia per le attività di formazione e aggiornamento.

consulenze individuali e di gruppo a supporto delle scelte individuali. L'Informagiovani offre la possibilità di svolgere colloqui individuali di consulenza con operatori specializzati su specifiche problematiche (lavoro, scelta scolastica, difficoltà scolastiche, ecc.).

Per il raggiungimento degli finalità di cui sopra l'Informagiovani si avvale di personale(proprio/in appalto/ecc.)..... nonché di consulenti esterni, professionisti, eventuali volontari e stagisti.

L'Informagiovani interviene prioritariamente all'interno del territorio provinciale di, con propri progetti o in convenzione con enti e organizzazioni sia pubbliche che private

Gli Enti costituenti si impegnano a concorrere nella seguente misura alle spese occorrenti per le attività di gestione dell'Informagiovani sulla base del programma annuale proposto dal Comitato di Promozione e Verifica:

.....
.....
.

La partecipazione non onerosa, o in percentuali minoritarie di soggetti pubblici o privati, saranno possibili previo unanime assenso degli Enti Promotori. Gli Enti costituenti potranno assumere e svolgere autonome iniziative sui temi di competenza dell'Informagiovani nel quadro degli obiettivi richiamati in premessa. La relativa spesa sarà esclusivamente a carico dell'Ente gestore dell'iniziativa.

La gestione delle quote stanziata in conformità al bilancio annuale viene assunta da

.....
.....
*Pertanto gli Enti firmatari la presente convenzione delegano
.....per ogni incombenza e/o adempimento di
carattere contabile e amministrativo connesso alla gestione
dell'Informagiovani*

*Spetta tra l'altro a..... provvedere:
alla stipula di eventuali convenzioni per contratti sulla base delle
indicazioni formulate dal Comitato di Promozione e verifica
ad approvare e liquidare ogni spesa connessa alla gestione
dell'Informagiovani.
a elaborare un rendiconto annuale che il Comitato di Promozione e
Verifica dovrà approvare*

*Il primo programma annuale viene approvato dagli Enti costituenti
in sede di approvazione della presente convenzione.*

*Trascorso un anno dall'avvio operativo dell'Informagiovani gli
Enti costituenti ne verificheranno l'efficacia ed efficienza
operativa al fine di definire, dopo la fase di sperimentazione,
eventuali nuovi strumenti e forme per una più estesa partecipazione
alla gestione dell'Informagiovani e delle sue funzioni e attività.*

FIRMATO E SOTTOSCRITTO
.....
.....

La localizzazione del servizio

Il luogo fisico dove viene allestito e aperto il servizio è al contempo uno tra gli elementi costitutivi più importanti e maggiormente indeterminabili per il successo dell'Informagiovani. È infatti molto raro nella Pubblica Amministrazione poter scegliere il luogo dove aprire il centro e quasi sempre occorre adattarsi agli spazi che più o meno casualmente vengono resi disponibili.

Può quindi apparire un esercizio retorico, all'interno di una guida metodologica, individuare quelle caratteristiche strutturali ideali per il funzionamento dell'Informagiovani. Tuttavia ci sembra comunque utile individuare alcuni presupposti fondamentali ed alcuni elementi di organizzazione degli spazi che si possono gestire con semplici scelte architettoniche e con normali componenti di arredo.

Dove aprire?

Come abbiamo più volte ripetuto l'Informagiovani è per sua natura e per il tipo di utenza un servizio in antitesi con tutto ciò che è o che appare una struttura burocratica/amministrativa. È quindi evidente che la sua collocazione all'interno di strutture e spazi che per loro natura seguono rigide regole organizzative e di

funzionamento (per orari di apertura e chiusura, per le modalità di accesso del pubblico, per il silenzio, ecc.) limita fortemente le possibilità di sviluppo e le capacità di comunicazione.

Generalmente il luogo migliore per aprire un Informagiovani è uno spazio - negozio con accesso diretto dalla strada e con disponibilità di almeno una o due vetrine esterne. Naturalmente questo spazio può essere una parte di una sede comunale, ma in tal caso è importante che abbia spazi e ingressi indipendenti.

Il modello negozio significa rispettare un codice di comunicazione spaziale riconosciuto dai giovani. Esistono negozi ad ingresso libero e negozi dove entrando si è subito accolti da un commesso; nel primo ci si reca molte volte anche solo per curiosare, nel secondo si va con una idea sufficientemente precisa di cosa comprare.

I primi tendono a mostrare prevalentemente la struttura e organizzazione interna (la merce esposta), la vetrina e la porta non impediscono la visuale ma invitano ad entrare ed in quanto tale tendono a scomparire come barriera.

I secondi allestiscono molto bene e frequentemente le proprie vetrine, perché sono gli oggetti esposti che spingono ad entrare e comprare, gli utenti cioè si selezionano da soli.

È evidente che per tutte le motivazioni esposte in questa guida, l'Informagiovani è un negozio ad ingresso libero, il pubblico deve poter entrare anche per semplice curiosità e deve poter vedere da fuori l'organizzazione e la struttura interna; si eviti quindi di addobbare in modo spropositato le eventuali vetrine con manifesti, biglietti, avvisi vari.

Rimanendo legati all'esempio del negozio si può sviluppare di conseguenza il ragionamento relativo alla collocazione del servizio nel centro dell'area urbana. Il centro cittadino è in Italia universalmente considerato il luogo più prestigioso, il punto di incontro per eccellenza, l'area dove si passa buona parte del proprio tempo sia per motivi di lavoro sia per il tempo libero. Questo è un criterio universalmente valido, anche per le grandi città, dove anche se è necessario pensare ad un sistema di decentramento del servizio, è comunque importante mantenere una collocazione centrale.

Una valida alternativa al modello negozio sulla strada è data dalla collocazione all'interno di luoghi già normalmente frequentati da grandi numeri di persone (centri sociali, biblioteche, centri commerciali ecc.). È questa una buona idea soprattutto per attivare un sistema di decentramento o presenza diffusa del servizio Informagiovani in un'area urbana o per garantirne la presenza in una rete di piccoli comuni o in un sistema metropolitano. La collocazione all'interno di strutture esistenti e funzionanti comporta indubbiamente una serie di economie di scala; è tuttavia bene ricordare che per quanto molto frequentati, questi luoghi hanno già sviluppato una propria identità che ha portato ad una selezione del pubblico (vi sono utenti degli Informagiovani che probabilmente non andranno mai in una biblioteca o in un centro sociale) e pertanto l'approccio con l'universo giovanile nasce già piuttosto condizionato.

Si suggerisce comunque di aprire un Informagiovani, anche se sussistono soltanto le condizioni minime per garantire l'accoglienza dell'utenza, perché in ogni caso è meglio offrire un'opportunità che non offrirla affatto.

Riassumendo:

la collocazione ottimale per l'Informagiovani e' quella al livello stradale, con ingresso indipendente e la dotazione di alcune vetrine; in alternativa si può considerare l'inserimento in strutture già normalmente frequentate dal pubblico

Le modalità di fruizione del servizio

Le diverse metodologie di approccio al pubblico analizzate in precedenza (dai servizi con percorsi in autoinformazione; ai servizi con contatto operatore/utente, in cui l'operatore fornisce una prima informazione orientativa; alle soluzioni miste, che prevedono anche la consulenza personale) richiedono lay-out interni differenti.

L'allestimento interno deve rispettare le esigenze di fruizione delle informazioni da parte del pubblico ed essere coerente con le finalità informative del servizio. Seguendo il criterio delle tre metodologie di approccio al pubblico (e quindi dei tre livelli informativi che esse determinano - auto-informazione, prima informazione orientativa, consulenza personale -), si potranno strutturare in modo chiaro i percorsi di ingresso e di utilizzo per il pubblico.

Oltre all'allestimento degli spazi, è importante progettare l'orario settimanale di apertura del servizio e la segnaletica che ne consenta la localizzazione.

Di seguito vengono riportati una serie di criteri guida per allestire un servizio che preveda i tre livelli informativi, per definire gli orari di apertura e per progettare la segnaletica di identificazione del centro.

L'allestimento interno

L'ingresso al servizio deve essere il più possibile libero da ostacoli e barriere. L'utente deve poter individuare il percorso che lo porta alle *zone informative in auto-consultazione* (dossier, bacheche, video e computer) in modo semplice e intuitivo.

È quindi utile che l'utente, entrando nel servizio, possa individuare in linea diretta la zona informativa self-service.

Questa zona sarà attrezzata con sistemi di scaffalature, bacheche, punti d'appoggio che contengono il materiale informativo secondo i criteri documentari individuati nel capitolo relativo. La zona per auto-consultazione deve essere attrezzata con ampie superfici d'appoggio (tavoli, mensole, sistemi modulari ecc.) e sedie, in modo da permettere la permanenza all'interno del servizio e la possibilità di consultare in piccoli gruppi i materiali informativi.

Scaffalature e bacheche saranno organizzate per aree o tipologie informative; la segnaletica deve essere chiara ed evidente; molto importante è anche l'uso dei colori per differenziare le diverse

zone o aree.

È opportuno che la *zona di prima informazione orientativa* sia attrezzata sul modello di una reception informale. Essendo questo uno spazio dove l'informazione si risolve in un tempo breve è opportuno che l'utente non sia costretto a stare in piedi davanti ad una scrivania o a doversi per forza sedere (atto che implica un maggior impegno relazionale). Il modello reception permette all'utente ed all'operatore di parlarsi allo stesso livello fisico senza costringere l'uno o l'altro ad assumere una specifica posizione; è tuttavia opportuno evitare il bancone chiuso, modello muro divisorio, per adottare una struttura più flessibile e articolata in spazi pieni e spazi vuoti.

La reception deve essere organizzata in modo che l'operatore possa svolgere buona parte della sua attività informativa senza doversi spostare ogni volta; dovrà quindi prevedere lo spazio per computer e stampante e diversi altri materiali informativi.

Un problema da tenere in considerazione riguarda l'accesso ai materiali informativi di valore (guide, manuali, cd rom); l'utilizzo di questi materiali da parte del pubblico deve essere controllato. Al di là delle forme di sorveglianza specifiche adottate è bene collocare bene in vista le pubblicazioni, frapponendo qualche ostacolo alla possibilità di presa diretta come ad esempio l'operatore addetto all'informazione. In genere, una buona soluzione consiste nel posizionare questi materiali in un espositore alle spalle della reception.

La *zona di consulenza individuale* deve essere posta in una zona riservata del servizio, dove non sia possibile essere ascoltati. Per quanto riguarda l'arredamento si consiglia la normale scrivania, purché sia adibita esplicitamente e solamente a questo scopo; non deve cioè presentarsi in disordine o con qualcuno che vi sta svolgendo altre attività: strutturare il servizio di consulenza con un sistema di appuntamenti, aiuta ad evitare questi inconvenienti. Se si vuole stabilire un rapporto più informale, una buona soluzione è adottare un tavolo rotondo. Anche questo spazio dovrà essere attrezzato con computer e altri materiali informativi in modo da evitare inutili spostamenti dell'operatore che rendono più difficoltoso il colloquio di consulenza.

In generale il servizio dovrà essere attrezzato con diversi espositori - distributori di depliant e altri materiali informativi, così come di spazi in cui affiggere i numerosi manifesti e locandine; queste attrezzature saranno fruibili direttamente dagli utenti.

Si consiglia di adottare colori e tinte naturali e rilassanti per la struttura di base, mentre si può scegliere un colore ricorrente (in genere quello del marchio o logotipo del servizio) per i vari componenti di arredo. Se possibile bisogna evitare le luci al neon per scegliere una luce più calda e diffusa; in ogni caso deve essere garantita una buona illuminazione che segnali il servizio anche all'esterno.

Le modalità di accesso per il pubblico

L'Informagiovani deve avere un orario di apertura al pubblico esteso ed articolato sull'intero arco della settimana: si è visto in precedenza che la media per un centro Informagiovani si aggira attorno alle 15 ore, mentre per un punto informativo è più bassa, attorno alle 8 ore settimanali.

È opportuno che l'orario giornaliero sia suddiviso in due fasce, con preferenza per le ore terminali del mattino e del pomeriggio (ad es. 11.00-13.00 e 17.00-19.00). Occorre inoltre prevedere un giorno infrasettimanale di chiusura per le attività di coordinamento, formazione ecc.

La semplicità e la continuità dell'articolazione dell'orario sono due fattori importanti, non costringendo il pubblico a ricordarsi orari complicati che creano tensioni e malcontento in caso di errore. Un orario ricorrente è inoltre molto più semplice da promuovere e da comunicare

Negli orari di apertura, il pubblico deve potere accedere liberamente al servizio ed alla sua struttura informativa (informatizzata o cartacea) dove avviene l'autoconsultazione; le esigenze informative più complesse verranno affrontate con l'aiuto dell'operatore sempre presente in sala durante gli orari di apertura.

In ogni caso l'interpellazione dell'operatore avviene sempre da parte dell'utente.

Oltre alla struttura informativa di base - dossier cartacei e banche dati -, è necessario mantenere anche altri spazi informativi dal carattere maggiormente informale: le bacheche dei piccoli annunci (domanda e offerta di lavoro, lezioni, cerco - compro - scambio - alloggio ecc.), spazi per l'esposizione di manifesti, di depliant, di locandine.

La progettazione dei segni grafici

Oltre al solito marchio e logotipo (è fondamentale tenere come base il nome Informagiovani che ormai identifica il servizio a livello nazionale), è bene progettare complessivamente la segnaletica del servizio.

In particolare è opportuno curare la segnaletica esterna che porta all'Informagiovani, anche utilizzando la normale segnaletica stradale.

Al di fuori del servizio si può posizionare un totem di segnalazione dell'ingresso e degli orari di apertura che andranno riportati anche sull'ingresso effettivo.

All'interno dell'Informagiovani occorre individuare con specifica segnaletica la funzione prevalente delle diverse aree e all'interno di queste posizionare le specifiche informazioni di utilizzo dei vari mezzi a disposizione (cartacei, informatici, ecc.). Infine su tutti gli strumenti informativi prodotti o in uso al pubblico andranno riportati marchio del servizio, colore identificativo, specifica del contenuto informativo.

Riassumendo:

i diversi spazi informativi devono essere identificati in modo intuitivo dal pubblico e devono essere arredati in modo coerente alla finalità prevista: auto-consultazione, prima informazione e consulenza individuale

L'analisi dell'utenza e valutazione del servizio

Al momento della progettazione di un servizio Informagiovani é opportuno mettere a punto una scheda di rilevazione dell'utenza che, utilizzata sistematicamente, fornisca preziose informazioni per "tarare" correttamente la politica del centro.

L'Informagiovani infatti é tenuto a realizzare annualmente uno *studio/analisi della propria utenza*, basato su due parametri fondamentali:

- uno *quantitativo*, costituito dalla somma complessiva delle presenze giornaliera;
- uno *qualitativo* basato su strumenti strutturati (interviste, questionari, focus group) somministrati agli utenti con cadenze regolari da un ricercatore incaricato (ad es. mensilmente durante l'arco di tre giornate a rotazione, o settimanalmente in una giornata a rotazione).

Naturalmente é possibile anche una somministrazione giornaliera di un questionario, modalit  particolarmente indicata nel primo anno di apertura del centro. Le modalit  di ricerca basate sul rapporto ricercatore/campione di utenti risultano particolarmente utili per approfondire specifiche tematiche (ad es. aspettative, gradimento rispetto agli strumenti informativi ecc.).   evidente che il campione risulta essere abbastanza casuale anche se l'operatore addetto alla rilevazione intervister  persone di et  e sesso differente. La scelta della periodicit  mensile   dovuta alla constatazione che nel corso dell'anno e a seconda delle scadenze (vacanze, scelta della scuola o dell'Universit , attivit  del tempo libero ecc.) cambiano le tipologie di utenti.

  di seguito presentato un esempio di scheda di rivelazione dell'utenza (indicativa e da adeguare alle singole realt  ed esigenze), che pu  essere compilata dall'utente o costituire la base di una intervista strutturata condotta da un ricercatore.

ESEMPIO DI SCHEDA DI RILEVAZIONE DELL'UTENZA

La parte anagrafica   nella seconda parte della scheda per evitare una impressione troppo indagatrice sulla persona.

Data ___ / ___ / ___ Ora ---- , ----				
Che genere di informazioni hai cercato? Formazione e orientamento scolastico Lavoro e professioni Educazione permanente Vita sociale e	----- ----- ----- ----- ----- ----- -----			

salute Attività culturali e del tempo libero Viaggi e vacanze Studio e lavoro all'estero	----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----			
In che modo hai cercato le informazioni che ti occorrevano? Operatore Operatore banca dati Operatore dossier Operatore bacheca Dossier/cartaceo o Bacheca Computer/autoc onsultazione Curriculum				
Valutazione della facilità all'uso degli strumenti per ricercare le informazioni Dossier : reperibilità delle informazioni esaustività delle informazioni facilità di impiego Computer: reperibilità delle informazioni esaustività delle informazioni facilità di impiego Operatori: reperibilità delle informazioni esaustività delle informazioni facilità di impiego	per nulla per nulla per nulla per nulla per nulla per nulla per nulla per nulla per nulla	poco poco poco poco poco poco poco poco poco	abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza	molto molto molto molto molto molto molto molto molto

<p>Ritieni indispensabile la presenza degli operatori o potresti farne a meno?</p> <p>----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----</p>				
<p>Avendo la possibilità di potenziare il servizio tu cosa suggeriresti?</p> <p>Un maggior numero di dossier cartacei</p> <p>Un maggior numero di computer in autoconsultazione con possibilità di stampa</p> <p>Un maggior numero di operatori</p> <p>----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- ----- -----</p>				
<p>Come sei venuto a conoscenza del servizio Informagiovani?</p>				
<p>Amici</p>	<p>Scuola</p>	<p>Giornale</p>	<p>Televisione</p>	<p>Altro</p> <p>- continua</p>

Età					
14/18	19/24	25/29	Oltr e i 30		
Sesso					
Maschio	Femmina				
Occupazione o condizione attuale					
Studente	Studente lavoratore	Lavoratore dipendente	In cerca di prima occupazione		
Disoccupato	Casalinga	Autonomo	Servizio militare o civile		
Altro -----					
Titolo di studio					
Nessuno	Elementare	Medio	Superiore	Laurea	Altro ----- ----- --
Frequenza Per la prima volta Saltuariamen te (3/4 volte l'anno) Regolarment e (2 volte al mese circa)					
Provenienza (intesa come domicilio)					
Città	Altra provincia	Estero	Altro comune della provincia		

Per cortesia, indica per ogni voce il tuo interesse personale					
Formazione professionale	per nulla per nulla per nulla	poco poco poco	abbastanza abbastanza abbastanza	molto molto molto	
Imprenditori a giovanile	per nulla per nulla per nulla	poco poco poco	abbastanza abbastanza abbastanza	molto molto molto	
Organizzazioni sindacali	per nulla per nulla per nulla per nulla	poco poco poco poco	abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza	molto molto molto molto	
Formazione per i lavoratori	per nulla per nulla per nulla per nulla	poco poco poco poco	abbastanza abbastanza abbastanza abbastanza	molto molto molto molto	
Scuole serali	per nulla per nulla	poco poco	abbastanza abbastanza	molto molto	
Corsi per il tempo libero					
Organizzazioni di volontariato					
Associazioni , centri, circoli Attività culturali					
Organizzare un viaggio					
Vacanze finalizzate ad attività di volontariato e di studio					
Mezzi di trasporto					
Lavorare e studiare all'estero					
Dove e come praticare sport					

GESTIRE UN INFORMAGIOVANI

La gestione tecnica

La gestione tecnica riguarda il funzionamento ordinario del servizio e prevede:

13. l'individuazione ed il contatto con le fonti ed il conseguente recupero ed organizzazione delle informazioni sui settori fondamentali dell'Informagiovani: *formazione scolastica e professionale, lavoro, professioni, educazione permanente, vita sociale e salute, attività culturali e del tempo libero, viaggi e vacanze, studiare e lavorare all'estero, sport;*
5. l'apertura dello sportello informativo e la gestione del rapporto con l'utenza;
5. il sostegno informativo per la rete delle collaborazioni attivate ed eventualmente per la rete provinciale degli Informagiovani;
6. la progettazione e realizzazione di materiali e strumenti informativi a favore dell'utenza ed in collaborazione con i mezzi di comunicazione.

Compito primario della gestione tecnica è il mantenimento e la corretta implementazione e organizzazione degli strumenti informativi, la gestione dei rapporti con l'utenza e con le diverse realtà territoriali. Molta importanza riveste l'adozione di strumenti informatici per il trattamento documentario dell'informazione, al fine di garantire una maggiore efficacia nel funzionamento del servizio

L'organizzazione

L'organizzazione interna dell'Informagiovani si articola su *tre funzioni fondamentali*:

8. *ricerca;*
9. *documentazione;*
10. *informazione - comunicazione.*

Questi tre sottosistemi, che insieme costituiscono la base operativa e tecnica del sistema informativo sono allo stesso tempo autonomi e interdipendenti. La loro connessione è di tipo circolare in quanto l'efficacia - efficienza di ognuno di essi condiziona l'altro e di conseguenza il sistema informativo nel suo complesso.

Non esiste quindi un primato di un sottosistema o di una funzione rispetto all'altra: *l'ottimizzazione della relazione circolare è l'ottimizzazione del servizio Informagiovani è quindi la produzione di risposte corrette alle domande poste dall'utenza.*

Tutti i sottosistemi hanno quindi un'attività finalizzata alla relazione con il pubblico e quindi un rapporto attivo nella caratterizzazione del servizio rispetto all'ambiente esterno. *È l'ambiente esterno, ovvero il soddisfacimento dei bisogni reali o potenziali dell'utenza giovanile, il metro di paragone della funzionalità della struttura organizzativa e tecnica.*

Infatti:

4. la ricerca attiva, mantiene ed incrementa il flusso di

- informazione in ingresso nell'Informagiovani;
5. la documentazione elabora le informazioni "grezze" ricevute dalla ricerca trattandole in modo tale da renderle fruibili per l'utenza;
 6. l'informazione e comunicazione promuove il patrimonio informativo capitalizzato dall'Informagiovani e agevola gli utenti nella fruizione dello stesso ricavandone, al contempo, una serie di feed-back utili ad orientare l'attività di ricerca e di documentazione.

Per capire meglio come questi tre sottosistemi sono organizzati al loro interno è utile recuperare alcuni spunti dal Decalogo dei Centri Informagiovani Italiani che aiutano a definire gli standard che il prodotto/servizio offerto dagli Informagiovani deve garantire; il Decalogo delinea infatti:

3. alcune caratteristiche del prodotto "informazione" che deve essere:
 2. affidabile
 3. aggiornata
 4. completa
 5. pluralistica
 6. verificabile (trasparente)
 7. interleggibile
 8. appropriata
 9. trattata in modo sistematico cosicché sia facilmente reperibile;
5. alcune caratteristiche del servizio erogato da un Informagiovani che deve:
 12. essere a disposizione
 13. non porre discriminazioni o erigere barriere fisiche, culturali, psicologiche
 14. non favorire esclusivamente un particolare tipo di pubblico;
 15. rispondere all'evoluzione dei bisogni giovanili in modo dinamico, verificando con continuità la corrispondenza tra offerta e domanda informativa, le esigenze degli utilizzatori finali, i supporti, i canali e i metodi comunicazionali adottati, l'emergere di zone di silenzio informativo e tendere a un possibile superamento delle cause di tale silenzio.

Questi punti del Decalogo di fatto orientano l'attività della ricerca, della documentazione e della informazione e comunicazione che organizzano il proprio lavoro in modo da garantire un prodotto/servizio corrispondente a questi standard. Vediamo come.

Due strumenti di riferimento per tutte le attività

Il piano di classificazione

Esiste uno strumento di riferimento per tutte le attività di ricerca, documentazione e comunicazione con il pubblico che è il piano di classificazione.

Il piano di classificazione:

3. regola l'attività di ricerca delimitando gli ambiti tematici entro cui i ricercatori si attivano per ottenere informazioni;

4. guida il trattamento delle informazioni ad opera dei documentalisti che vi trovano gli elementi per collocare le informazioni;

5. supporta il lavoro dei comunicatori nella relazione con l'utenza. Infatti per consentire un facile accesso alle informazioni, sia all'utente in fase di consultazione, sia agli operatori in fase di riordino, cambiamento, aggiornamento ed eliminazione, le informazioni presenti nelle banche dati (sia cartacee sia informatizzate) devono essere classificate.

Classificare significa, in generale, raggruppare in un insieme idee od oggetti simili tra loro per certi aspetti separandoli da altri. In un Informagiovani classificare significa organizzare i materiali documentari in un ordine sistematico in base al loro contenuto. Per fare questo occorre uno strumento che consenta un'omogeneità di collocazione del documento, una sorta di vocabolario ad uso interno che riporti le voci di tutti gli argomenti trattati nel centro di documentazione.

Questo strumento è il sistema di classificazione che permette di raggruppare tutti i documenti posseduti in base all'argomento trattato.

In genere, il criterio di costruzione dei sistemi di classificazione, che devono organizzare lo scibile umano, è il partire dal generale (materia) per arrivare al particolare (argomento specifico); inoltre ogni sistema prevede un ordinamento secondo una sequenza di numeri, che rappresentano contemporaneamente una materia ed un soggetto.

I principali sistemi di classificazione sono tre:

1. *la classificazione Decimale Dewey*
2. *la classificazione Decimale Universale*
3. *la classificazione della Biblioteca del Congresso*

A questi tre sistemi di classificazione, in particolare alla Classificazione Decimale Dewey, si ispira il sistema di classificazione in uso negli Informagiovani che si articola in 9 classi relative ai 9 settori tematici di competenza di un centro all'interno dei quali organizza tutte le informazioni:

3. formazione scolastica e professionale
4. lavoro
5. professioni
6. educazione permanente
7. vita sociale e salute
8. attività culturali e del tempo libero
9. viaggi e vacanze
10. studiare e lavorare all'estero
11. sport

Ognuno di questi settori è suddiviso in sottoclassi che identificano, con livelli di dettaglio sempre più spinti, precisi ambiti contenutistici. Ogni sottoclasse ha un codice numerico.

Il piano di lavoro generale

Il principale strumento di organizzazione del lavoro per il funzionamento del centro è il "piano di lavoro generale" che é

realizzato su base annua.

Il piano di lavoro generale si concretizza in progetti che coinvolgono le attività di ricerca, documentazione e informazione/comunicazione.

Di ogni progetto contenuto all'interno del piano generale devono essere specificati:

1. obiettivi;
2. azioni da intraprendere per raggiungerli;
3. suddivisione dei compiti tra la ricerca, la documentazione e la comunicazione/informazione;
4. vincoli;
5. calcolo dei tempi di realizzazione.

Prima di verificare come i due strumenti descritti orientano e regolano l'attività, vediamo meglio cosa significa occuparsi di ricerca, documentazione e comunicazione in un centro Informagiovani.

Riassumendo:

- 3. il piano di classificazione è uno strumento di lavoro comune a tutti gli operatori: serve in fase di ricerca per compiere l'analisi dei settori, serve in fase di documentazione per classificare le informazioni, serve in fase di comunicazione con il pubblico per facilitare il reperimento**
- 4. il piano di lavoro annuale organizza l'attività delle tre funzioni**

La ricerca

La Ricerca permette di recuperare tutte le informazioni ritenute utili per il corretto funzionamento del servizio: in questo sottosistema si svolge l'attività di individuazione e contatto con tutte le fonti che producono o in cui risiedono le informazioni.

Questa funzione detta i tempi informativi dell'intero servizio in quanto è suo compito anticipare le richieste e i tempi di informazione dell'utenza recuperando con l'opportuno anticipo (considerando anche i tempi della documentazione) le notizie riguardanti i vari settori.

La ricerca si muove sulla base del piano di lavoro annuale basato sulle esigenze dell'utenza e sulle scadenze naturali degli avvenimenti.

La verifica operativa immediata per la Ricerca sono le funzioni Documentazione e Informazione/Comunicazione in particolare per quanto riguarda la completezza e la tempestività dei materiali recuperati.

Fare ricerca significa innanzitutto attivare, mantenere ed incrementare il flusso di informazione in ingresso, relativo ai settori di competenza dell'Informagiovani.

Per capire come svolgere queste attività, occorre ragionare sul profilo professionale del ricercatore.

Il ricercatore

Proviamo ad analizzarne il profilo seguendo la classica tripartizione in sapere, sapere fare, sapere essere.

sapere

2. conoscere le metodologie di ricerca delle informazioni;
3. conoscere approfonditamente il contesto territoriale in cui agisce l'Informagiovani;
4. conoscere la struttura organizzativa del centro in cui è inserito;
5. conoscere il sistema di riferimento dei singoli settori;

saper fare

7. individuare fonti o referenti che producono o detengono informazioni;
8. instaurare e mantenere un rapporto collaborativo con le fonti di informazione individuate;
9. individuare le informazioni utili;
10. raccogliere ed aggiornare le informazioni presso le fonti in modo organizzato;
11. elaborare ed ottimizzare strumenti per l'organizzazione di strategie e tecniche di ricerca;
12. rifornire documentalisti e comunicatori di materiale e contributi nuovi, cioè garantire continuità al flusso informativo in ingresso;
13. analizzare e verificare le carenze conoscitive del centro;
14. utilizzare personal computer ed i principali programmi di videoscrittura;
15. utilizzare le principali apparecchiature di ufficio;
16. gestire l'indirizzario ed il protocollo;
17. organizzare il proprio lavoro in base alle priorità individuate;

saper essere

7. dimostrare sensibilità e attenzione alle tematiche giovanili;
8. essere collaborativi con i colleghi della documentazione, dell'informazione e comunicazione e possedere attitudine alla relazione interpersonale.

I ricercatori per potere iniziare la propria attività devono aver definito:

0. che tipo di informazione cercare, cioè su quali temi fare ricerca
1. dove cercare le informazioni, cioè presso quali fonti informative
2. come cercare le informazioni, cioè con quali strumenti e con quali tecniche
3. quando attivarsi, cioè con quale calendario di ricerca
4. chi se ne occupa, cioè qual è l'operatore incaricato.

Devono cioè avere programmato, in parte in concorso con le altre funzioni, in parte in autonomia il proprio piano di lavoro.

L'attività complessiva dell'Informagiovani (quindi non solo per la funzione Ricerca) non può essere infatti casuale.

Affinché il servizio sia al contempo efficace ed efficiente, gli operatori devono dotarsi di una programmazione/pianificazione che organizzi il lavoro in tutte le sue fasi. D'altro canto, per coloro che si apprestano ad aprire un Informagiovani, può risultare difficile programmare il proprio lavoro prima di avere capito esattamente in che cosa consiste.

Vediamo quindi di rispondere a queste domande.

L'analisi dei settori della classificazione

L'attività di ricerca inizia con un'analisi dei settori della classificazione ritenuti di maggior interesse per l'Informagiovani. Analizzare il piano di classificazione significa: entrare nel merito di ciascun settore, definire le priorità e stabilire per ogni argomento l'ambito di ricerca (locale, provinciale, regionale ecc.) ed il grado di approfondimento.

Dove cercare le informazioni: le fonti di informazione

Dopo aver effettuato l'analisi dei settori di classificazione, la Ricerca si attiva per individuare le informazioni e costruire una mappa delle fonti.

La fonte di informazione è il luogo in cui l'informazione risiede; questa può essere di tipo primario o secondario: le fonti primarie sono rappresentate da enti, associazioni, gruppi ecc., che organizzano o gestiscono direttamente l'attività in esame; le fonti secondarie invece, sono rappresentate da banche dati, stampa, riviste, guide ecc. che organizzano l'informazione proveniente dalla fonte primaria.

Le fonti di informazione possono essere ulteriormente distinte in:

0. internazionali;

1. nazionali;

2. locali;

e ancora in:

0. pubbliche

1. private.

Esempi di fonti informative nell'ambito delle opportunità di formazione, sono:

assessorato provinciale e regionale alla formazione professionale;

enti di formazione privati;

centri di formazione professionale pubblici;

Le segnalazioni degli utenti

Ulteriori indicazioni rispetto a cosa cercare si ricavano anche dalle segnalazioni dell'utenza che possono indirizzare verso ricerche mirate.

Tali segnalazioni vengono raccolte su il "modulo di richiesta utente" dal comunicatore che le trasmette alla ricerca. Il ricercatore che riceve il modulo attiverà la ricerca sull'oggetto e fornirà le informazioni di risposta alla comunicazione/informazione rispettando i tempi stabiliti.

Come attivarsi: quali tecniche e strumenti utilizzare

La mappa delle fonti

La mappa è un elenco dettagliato e strutturato delle singole fonti di informazione suddivise per settore.

La funzione della mappa è quella di consentire ai ricercatori di avere sempre, in ogni momento, il quadro aggiornato delle fonti di informazione primarie e secondarie.

La mappa si struttura:

individuando le fonti da contattare;

predisponendo una scheda di rilevazione per le fonti di ogni settore informativo;

contattando la singola fonte per verificarne la valenza ed individuare uno o più referenti per i contatti successivi;

costruendo un indirizzario cartaceo o informatizzato che faciliti il successivo reperimento delle informazioni.

La scheda di rilevazione delle fonti

La scheda di rilevazione delle fonti consiste in un questionario strutturato, utile per effettuare un primo censimento di fonti con le quali è opportuno avviare un rapporto di collaborazione e instaurare, quindi un contratto informativo; la scheda deve inoltre essere funzionale alla costruzione di un indirizzario.

Infatti per non correre il rischio di ottenere dalle fonti informazione parziali, incomplete o inesatte, occorre strutturare una scheda di rilevazione standard; nella scheda devono ricorrere: una serie di domande fisse, e cioè: denominazione, indirizzo, telefono e fax, referente (cognome e nome), ruolo del referente; una serie di domande variabili che mutano a seconda del settore di attività e del tipo di richiesta o esigenza di approfondimento.

L'indirizzario cartaceo

L'indirizzario ha la funzione di contenitore di schede di rilevazione delle fonti. Può essere cartaceo o informatizzato e, in entrambi i casi, deve riportare/prevedere almeno le seguenti voci:

denominazione;

indirizzo;

telefono;

fax;

nominativo e ruolo del referente;

tipologia di attività;

periodo di ricerca.

L'indirizzario informatizzato

Un indirizzario informatizzato, rispetto ad uno cartaceo presenta il principale vantaggio di poter essere agevolmente condiviso da tutti gli operatori della ricerca; consente inoltre di:

impostare ricerche incrociate tra enti che organizzano e/o gestiscono più attività attribuendo loro più tipologie di attività;

assegnare ad ogni tipologia di attività uno o più periodi di ricerca;

gestire il protocollo di ricerca per ogni ente (richieste effettuate e risposte ottenute);

verificare in tempo reale lo stato ed il ritorno delle ricerche attivate;

inserire note, segnalazioni ed indicazioni per facilitare il lavoro dei ricercatori.

L'indirizzario in definitiva costituisce lo strumento basilare per la gestione dell'attività di ricerca e diventa una sorta di memoria storica dei rapporti degli Informagiovani con i referenti individuati.

Strumenti e tecniche di ricerca

Ma come si effettua una ricerca presso le fonti informative primarie e secondarie e quali tecniche e strumenti di ricerca si utilizzano? Quali altri strumenti può predisporre o utilizzare il ricercatore dopo avere realizzato la mappa delle fonti, la scheda di rilevazione e l'indirizzario?

Innanzitutto il ricercatore deve utilizzare strumenti quali:

lettera;

fax;

telefono;

colloquio personale;

rassegna stampa;

consultazione di altri strumenti (guide, banche dati);

partecipazione ad eventi quali fiere, convegni, seminari, congressi.

Proviamo ad analizzarli uno per volta.

Lettera e fax

Con la lettera di primo contatto si avvia, per la prima volta, il rapporto informativo diretto con l'ente a cui ci si vuole rivolgere; questa deve contenere:

un'intestazione chiara che riporti l'indicazione degli enti promotori del servizio

(comune, provincia ecc.);

la data di redazione;

l'indirizzo completo del destinatario con l'indicazione dell'eventuale referente;

il testo;

la firma del responsabile del centro o dell'assessore competente.

In particolare, il testo della lettera deve a sua volta contenere:

l'indicazione degli enti promotori del servizio;

la presentazione delle attività svolte dall'Informagiovani;

le finalità dell'Informagiovani;

la precisa richiesta dell'informazione che si desidera ottenere;

la richiesta di inserimento nella mailing list dell'ente destinatario;

la proposta di collaborazione informativa;

l'indicazione del luogo in cui inviare il materiale informativo e all'attenzione di chi;

i ringraziamenti ed i saluti.

Telefonata

In alternativa o congiuntamente alla lettera può essere utilizzato il telefono per instaurare un primo contatto con l'ente; per utilizzare al meglio questo strumento occorre sapere in primo luogo che, per ottenere un'informazione o una risposta positiva ad una nostra richiesta, molto dipende dall'impostazione della telefonata che quindi è la chiave per ottenere le informazioni che desideriamo.

Impostare una telefonata significa soprattutto rispettare un ordine logico nella presentazione propria, del centro, dell'informazione.

In dettaglio occorre:

stabilire, prima di comporre il numero, una scaletta e chiarire le cose da chiedere e da dire;

salutare e presentarsi;

comunicare lo scopo della telefonata;

rispondere in modo adeguato alle obiezioni o alle domande che vengono poste;

prendere appunti per non dover richiamare perché abbiamo dimenticato di chiedere una cosa importante, correndo così il rischio di generare una pessima impressione;
chiedere con chi abbiamo parlato e di un eventuale altro referente da ricontattare, riportando sempre il nome della persona;
comunicare l'indirizzo ed il referente dell'Informagiovani in caso di richiesta materiali;
essere concisi ed utilizzare al meglio il tempo senza abusarne;
ringraziare sempre.
Tutto questo prestando attenzione a:
parlare lentamente e scandire bene le parole;
prestare attenzione e dimostrare disponibilità all'ascolto;
non concludere mai la telefonata in maniera affrettata, soprattutto dopo aver ottenuto le informazioni che desideriamo.

Rassegna stampa

Affinché la rassegna stampa sia utile e funzionale al servizio occorre che i ricercatori:

definiscano in modo chiaro il tipo di informazioni che occorrono, per poter decidere quali quotidiani e quali riviste acquistare; su questi, quali informazioni selezionare.

Per evitare sprechi di tempo e di risorse è importante per il centro attrezzarsi con sistemi di lettura veloce dei giornali e annotare in calce ad ogni articolo ritenuto interessante la data, la testata e la sigla dell'operatore.

Vista la possibilità di deperimento delle informazioni è fondamentale dividere e smistare gli articoli selezionati in quattro categorie:

informazioni che costituiscono la base per nuove ricerche complete o incomplete. Un esempio di questa categoria sono le notizie su proposte di modifica delle regole del mercato del lavoro e che rimandano all'approvazione successiva della proposta;

informazioni utili per il lavoro degli operatori (ad es. informazioni circa nuovi strumenti, Internet ecc.);

informazioni complete da appendere in bacheca o in altro spazio espositivo (ad es. gli annunci di richiesta e di offerta di lavoro);

informazioni di supporto a schede già esistenti da inserire nei dossier per gli utenti (ad es. gli eventuali e possibili approfondimenti e sviluppi di una notizia già presente in banca dati).

Questo strumento di ricerca, che è di fatto una vera e propria attività, deve essere pianificato.

Occorre cioè:

affidare il compito ad un operatore o ad un gruppo di operatori;
assegnare ad ogni operatore quotidiani e riviste da presidiare;
stabilire quanto/quale tempo dedicare a questo compito;
intercambiare gli operatori sulle riviste e quotidiani da consultare.

Colloquio personale

Per il reperimento di informazioni e per il contatto con una fonte può essere necessario un colloquio; anche in questo caso, per ottenere il risultato che ci aspettiamo, e cioè per ottenere le informazioni, occorre rispettare una sequenza logica ed avere un comportamento corretto. In dettaglio occorre:

segnare ora e luogo dell'appuntamento;
presentarsi puntuali;
presentare l'iniziativa e portare con sé materiale informativo sull'Informagiovani;
informarsi su tutte le attività svolte dall'ente e chiedere a nostra volta materiale informativo (brochure, pubblicazioni, news letter ecc.);
chiedere collaborazione fissando con precisione i termini del contratto informativo;
restare in contatto una volta avviato il rapporto.

Consultazione di altri strumenti

Gli strumenti già strutturati, quali guide, banche dati ecc., prodotti da altri enti, costituiscono una fonte secondaria molto rilevante per i ricercatori; la loro consultazione permette infatti di approfondire gli argomenti di ricerca ed eventualmente di ampliare la mappa delle fonti di riferimento.

Le fiere, i seminari, i workshop

La partecipazione a questi eventi è per il ricercatore un'opportunità di aggiornamento e reperimento di nuovi materiali informativi coerenti con i settori di interessi del centro.

Per consentire la partecipazione a questi eventi, è opportuno stilare ad ogni inizio anno un calendario degli eventi a cui si vuole partecipare per raccogliere ed implementare materiale, individuando gli operatori più adatti ad ogni evento e affidandone loro la responsabilità.

Visitare con profitto tali eventi significa prepararli e cioè:

pianificare i tempi da dedicare alla visita;
effettuare la visita nelle date più favorevoli alla raccolta del materiale (ad esempio le date riservate agli operatori);
predeterminare gli itinerari da percorrere (stand, persone ed enti da contattare);
affidare ad ogni singolo operatore la responsabilità delle informazioni e dei materiali da richiedere.

Al termine della visita e della raccolta materiali è opportuno, inoltre, redigere una relazione scritta per gli altri ricercatori sui nuovi contenuti appresi, onde garantire la circolazione interna delle informazioni.

Inoltre la parte di materiale che non viene immediatamente utilizzata dovrebbe essere archiviata in modo da poterla reperire in qualsiasi momento.

Quando attivarsi: il calendario di ricerca

Programmare l'attività di ricerca è un'importante attività del ricercatore; dopo avere definito che cosa cercare, dove e come, diventa fondamentale capire in quale momento è opportuno attivarsi.

Nella ricerca è fondamentale tener conto dell'elevato grado di deperibilità della informazioni ed occorre quindi prevedere un continuo aggiornamento delle stesse.

Poiché il fine è rendere l'informazione fruibile dall'utente, quindi disponibile al momento opportuno (il che significa quando

effettivamente serve, quando è utile), il ricercatore, nello stabilire quando cercare deve:

calcolare i tempi di ricerca;

valutare i tempi di risposta e di ritorno dei materiali;

considerare insieme al documentalista i tempi di trattamento delle informazioni;

fare in modo che l'informazione sia spendibile nei tempi dovuti e sia quindi disponibile.

Questa attività si concretizza nell'elaborazione del calendario di ricerca, un documento nel quale si programmano le fasi suddette, esplicitando per ogni argomento il periodo o i periodi in cui attivare le ricerche.

È importante riportare il calendario di ricerca nell'indirizzario informatizzato attribuendo ad ogni tipologia di attività uno o più periodi di ricerca.

Chi se ne occupa

Chi effettua la ricerca?

A questa domanda rispondono:

il piano di lavoro annuale generale del centro;

il piano di lavoro mensile della ricerca;

i piani di lavoro individuali degli operatori.

Dal piano generale annuale, già considerato nelle pagine introduttive, scaturisce il piano mensile della ricerca ed i piani individuali.

Il piano mensile stabilisce le priorità individuate mese per mese: tiene conto dei progetti del piano generale e del calendario di ricerca.

Il piano di lavoro individuale invece, stabilisce settimanalmente chi fa che cosa e come, con precise indicazioni riguardanti:

cosa cercare;

quali fonti contattare;

con quali strumenti;

in quanto tempo.

Altre attività

Oltre alle attività di attivazione e gestione della ricerca, quindi il lavoro realizzato verso l'esterno, vi sono una serie di altre operazioni di competenza del ricercatore.

L'attività di ricerca va infatti presidiata; lo si può fare attraverso l'ausilio di alcuni strumenti:

l'indirizzario informatizzato (precedentemente descritto) che consente di tenere sotto controllo le ricerche attivate, di caratterizzare ogni ente in base ad una o più tipologie di informazioni di cui può essere fornitore, di associare ad ogni tipologia uno o più periodi di ricerca;

il protocollo , che permette di registrare tutte le informazioni pervenute al centro; consente di annotare tutte le richieste effettuate; indica, tra queste ultime, quali sono quelle non evase e quindi gli enti da ricontattare;

le richieste degli utenti che, come abbiamo visto, possono chiedere

di attivare ricerche specifiche. Le richieste degli utenti che non possono essere evase immediatamente per mancanza dell'informazione, meritano un'attenzione particolare perché orientano le successive attività di ricerche su argomenti specifici. Raccolte sull'apposito modulo di richiesta utenti, istituiscono un collegamento tra l'addetto alla comunicazione/informazione e il ricercatore.

L'attività di presidio e di aggiornamento comporta altre attività quali:

il riordino dell'indirizzario

gli approfondimenti

la preparazione di ricerche da attivare successivamente.

Per queste operazioni è opportuno utilizzare i tempi morti di risposta e di attesa dei materiali informativi.

Infine, una volta che le informazioni sono tutte costantemente aggiornate, è necessario procedere ad una verifica di efficacia dell'attività svolta. Tale verifica deve consentire di capire la validità delle scelte effettuate all'inizio del percorso di ricerca. Il modo migliore per farlo è avvalersi di uno strumento standard: il questionario di rilevazione dell'utenza che consente di raccogliere informazioni sui settori maggiormente consultati e su quelli ritenuti carenti; inutile dire che questa analisi permette al centro la verifica della congruità e dell'adeguatezza del servizio rispetto alle esigenze dell'utenza. La verifica degli scostamenti in questo caso deve far attivare i ricercatori per calibrare meglio il livello informativo in relazione alle aspettative degli utenti e fornire un servizio e delle risposte coerenti con queste.

Riassumendo:

la Ricerca deve individuare tutte le fonti informative primarie e secondarie distribuite sul territorio locale, nazionale, internazionale

la Ricerca deve inoltre attribuire priorità per il reperimento delle informazioni analizzando i settori della classificazione e le segnalazioni degli utenti

dopo avere individuato le fonti informative è necessario "mapparle", creare schede informative sintetiche e un indirizzario preferibilmente informatizzato

l'attività di ricerca è più efficace se gestita attraverso strumenti quali lettere/ fax di primo contatto, telefonate, rassegna stampa, colloqui; le informazioni possono inoltre essere reperite o aggiornate partecipando a fiere, seminari, workshop e consultando guide, Internet ecc.

stilare un calendario di ricerca aiuta a tener conto della stagionalità di alcune informazioni

il piano di lavoro generale è il punto di partenza per realizzare piani mensili e settimanali

l'attività della ricerca si compone anche di operazioni quali l'aggiornamento dell'indirizzario e del protocollo, le ricerche mirate su segnalazioni degli utenti, la preparazione di ricerche future

tutta l'attività svolta va sottoposta ad una verifica di efficacia:

lo si può fare avvalendosi dei questionari di rilevazione dell'utenza

La documentazione

Come abbiamo visto ogni centro Informagiovani ha la sua ragion d'essere nella fornitura di informazioni all'utenza giovanile. Compito della Documentazione é pianificare e organizzare la struttura informativa del servizio in modo da rendere raggiungibili, comprensibili e coerenti i messaggi e le informazioni formulate altrove (le fonti) e prodotte su strumenti di tipo e natura diversa (carta, computers, video, cd-rom, ecc.). La Documentazione analizza ed elabora i diversi materiali recuperati dalla ricerca producendo nuovi materiali ed una informazione organizzata che consenta al pubblico di orientarsi in modo adeguato nella ricerca delle notizie che gli interessano. Elabora inoltre il piano generale del posseduto informativo e rileva le carenze di implementazione da parte della ricerca: governa inoltre gli indici, gli strumenti e le modalità più semplici e complete per il recupero delle informazioni.

La Documentazione, quindi, costruisce e fornisce tutta la struttura informativa di supporto alla attività d'informazione.

Al fine di garantire questa funzione, risulta di fondamentale importanza una figura back line che si occupi del trattamento delle informazioni in entrata per renderne possibile la fruizione da parte degli utenti e degli operatori front line del centro Informagiovani. Questa figura è quella del documentalista.

Il documentalista

Il documentalista elabora le informazioni "grezze" ricevute dalla ricerca confezionandole in modo tale da renderle fruibili.

Analizziamone il profilo seguendo la suddivisione tra sapere, saper fare e saper essere:

sapere

saper leggere in maniera veloce e corretta le informazioni in entrata;

saper interpretare correttamente le informazioni;

saper distinguere le informazioni in base alle fonti, al bacino di utenza a cui sono rivolte ed alla loro durata;

saper fare

produrre gli abstract/schede di sintesi delle informazioni utilizzando un linguaggio chiaro, semplice e preciso;

classificare correttamente le informazioni collocandole nella giusta sezione di appartenenza del piano di classificazione (viaggi, lavoro ecc.);

mantenere aggiornate le banche dati cartacee e informatizzate;

utilizzare i principali programmi di videoscrittura;

utilizzare i programmi di gestione delle informazioni;

utilizzare correttamente personal computer e periferiche informatiche;

utilizzare correttamente fax, modem e le altre apparecchiature di

ufficio utili per il recepimento, la raccolta e l'invio di informazioni;
organizzare il proprio lavoro in base alle priorità individuate;
saper essere
essere precisi e puntuali nello svolgimento del proprio lavoro e nella traduzione delle informazioni in entrata;
essere collaborativi con i colleghi della ricerca e dell'informazione e comunicazione.

Le tipologie dei documenti in ingresso

All'interno di ogni Informagiovani provengono diverse tipologie di informazioni e notizie sui più svariati supporti. La mission, lo scopo del centro è quella di rendere queste informazioni fruibili agli utenti e un ruolo fondamentale per garantire questo servizio lo svolgono i documentalisti impegnati nel back line. Infatti sono i documentalisti che traducono le informazioni. Per farlo devono anche tenere conto del supporto in cui queste sono contenute.

Esistono varie tipologie di supporti:

manifesti;
volantini;
opuscoli;
guide;
atti di convegno;
letteratura grigia;
cataloghi;
libri.

Per ognuno di questi supporti esiste un trattamento adatto e particolare, che rende l'informazione fruibile. Nelle pagine seguenti vedremo come trattare le informazioni e le domande che il documentalista deve porsi per svolgere al meglio il proprio lavoro.

Il tipo di trattamento per ciascun documento

Le principali domande che bisogna porsi per il trattamento delle informazioni sono:

quanto dura l'informazione?
potrò riutilizzare il documento in futuro?
a che è destinato il documento?
su quale supporto si presenta il documento?
quali sono le vie d'accesso al documento?
il documento necessita di integrazioni?

Il rispondere a queste domande aiuta a scegliere in merito al tipo di trattamento che può essere:

informatico;
cartaceo.

Analizziamo queste domande una alla volta.

Quanto dura l'informazione?

Questa è la principale domanda da porsi per stabilire il tipo di trattamento da seguire. Infatti, la validità temporale dell'informazione consente di definire per quanto tempo questa informazione vivrà nella banca dati locale o nazionale e quindi di stabilire quando rimuoverla dalle stesse.

A questa domanda è strettamente connessa la seconda.

Potrò riutilizzare il documento in futuro?

Alcune informazioni infatti sopravvivono con piccole modifiche.

Andrà scelto allora:

TRATTAMENTO INFORMATICO	TRATTAMENTO CARTACEO
Se l'informazione è valida nel corso di più anni e si potrà riutilizzare il documento aggiornandone alcune parti. <i>È il caso di informazioni con validità temporale più ampia quali, ad es., l'indirizzo di un ente, le sezioni permanenti di un museo ecc.</i>	Se la scadenza dell'informazione è limitata a pochi giorni e il documento non sarà riutilizzabile nel corso degli anni. <i>È il caso di informazioni di breve durata relative ad eventi quali le mostre, le rassegne, i convegni.</i>

Passiamo alla seconda domanda.

A chi è destinato il documento?

Occorre verificare il target di riferimento dell'informazione affinché il linguaggio possa essere interpretabile senza equivoci dall'utenza di riferimento. Andrà scelto:

TRATTAMENTO INFORMATICO	TRATTAMENTO CARTACEO
Se l'informazione è destinata ad un pubblico eterogeneo ed il documento originale che la contiene utilizza un linguaggio troppo tecnico che richiede una interpretazione da parte di chi lo legge. <i>È il caso, ad es., dell'informazione di una conferenza rivolta al grande pubblico ma riportata su un documento che utilizza un linguaggio specialistico; occorrerà tradurre il linguaggio affinché tutto il pubblico possa interpretarlo.</i>	Se l'informazione è destinata ad un target ben identificato ed il linguaggio del documento originale è conforme a quello del destinatario. <i>È questo il caso, ad es., di un articolo di rivista specializzata che segnala un convegno aperto ad addetti ai lavori.</i>

Analizziamo la terza e la quarta domanda insieme.

Su quale supporto si presenta l'informazione e quali sono le vie d'accesso?

Il supporto, così come accennato nella sezione precedente, è di fondamentale importanza per la reperibilità dell'informazione oltre che per decidere il tipo di trattamento a cui deve essere sottoposta l'informazione. Questa può essere infatti distribuita su più supporti e prestarsi a più modalità di ricerca. Andrà scelto:

TRATTAMENTO INFORMATICO	TRATTAMENTO CARTACEO
--------------------------------	-----------------------------

<p>Se l'informazione è frammentata su diversi supporti e se i destinatari che possono essere interessati sono diversi ed occorre quindi consentire l'accesso alla informazione con diverse chiavi di ricerca <i>È il caso, ad es., dell'informazione relativa ad una mostra che si tiene a Bologna di cui si hanno articoli di giornale, manifesti, catalogo e a cui deve essere possibile risalire sia cercando le iniziative culturali che si tengono in quella città (ricerca per luogo) sia cercando l'elenco di tutte le mostre aperte (ricerca per tipologia)</i></p>	<p>Se l'informazione è contenuta su un unico supporto; se l'informazione contenuta si presta ad un'unica interpretazione e la chiave per ricercarla è quindi una sola. <i>È l'esempio delle informazioni turistiche riportate su opuscoli monografici</i></p>
--	--

Vediamo l'ultima domanda.

Il documento necessita di integrazioni?

Occorre cioè chiedersi se le informazioni presenti sul documento sono esaustive per il pubblico a cui si riferiscono. Andrà scelto:

TRATTAMENTO INFORMATICO	TRATTAMENTO CARTACEO
<p>Se il documento che riporta l'informazione non è completo e necessita di integrazioni sostanziali. <i>Ad es., si dispone di un ritaglio di giornale da integrarsi con le informazioni ottenute dopo una conversazione telefonica.</i></p>	<p>Se l'informazione contenuta nel documento è completa delle notizie indispensabili. <i>Ad es., si dispone di una brochure di presentazione di un'iniziativa che fornisce tutte le informazioni per potervi aderire/accedere.</i></p>

Dopo aver definito il tipo di trattamento è necessario procedere alla rielaborazione.

Se si è optato per un trattamento informatico occorre definire il programma con cui procedere all'elaborazione.

Il trattamento cartaceo

Per quel che riguarda il trattamento cartaceo delle informazioni, occorre prevedere la creazione di schede per consentirne una lettura agevole da parte dell'utente.

Queste schede possono essere ottenute scrivendole/rielaborandole

con un word processing semplice.

Indipendentemente da come sono ottenute, le schede devono comunque evidenziare le seguenti informazioni:

oggetto dell'informazione;

scadenza;

destinatari;

durata/periodo;

luogo di svolgimento;

costo;

e tutte le eventuali altre notizie indispensabili per l'utilizzo dell'informazione.

Il trattamento informatico: la scelta dello strumento

Il programma adottato deve consentire:

la gestione di un vocabolario controllato (thesaurus, classificazione);

la creazione di campi predefiniti per consentire una omogeneità di trattamento di tutte la informazione da parte di operatori diversi;

la gestione di una parte riservata al testo libero, per consentire l'inserimento di informazioni aggiuntive ma non indispensabili (solo se è il caso);

la ricerca di tutte le parole inserite (numeri, sigle, vocaboli), permettendo l'adozione del linguaggio operatore;

la possibilità di effettuare ricerche combinate e complesse;

un buon interfaccia macchina - utente.

L'utilizzo del piano di classificazione

Abbiamo visto nelle pagine introduttive come il piano di classificazione sia uno strumento di lavoro comune a tutti gli operatori del centro.

In fase di documentazione, avvalendosi della classificazione, ad ogni informazione di cui il centro entra in possesso viene attribuito il codice numerico identificativo del settore e della sottoclasse a cui è riconducibile.

Procedendo sistematicamente con questa logica si ottiene un accorpamento tematico delle informazioni che vengono così raggruppate in base al loro contenuto (e quindi al codice numerico corrispondente) nella banca dati, sia essa cartacea o informatizzata.

La collocazione al pubblico

Una volta creata la banca dati cartacea o informatizzata, con tutte le informazioni che possono interessare l'utenza, locali e nazionali, e con le schede completate ed aggiornate, occorre che queste siano rese fruibili.

Solitamente l'accesso alle banche dati informatizzate è mediato, per l'utente, dall'operatore del centro che ne conosce le modalità di consultazione ed è in grado di effettuare una ricerca più veloce. Le banche dati cartacee sono invece a disposizione del pubblico che vi accede direttamente.

Occorre pertanto che le informazioni cartacee siano accorpate oltre

che in maniera tematica anche in ordine cronologico ed alfabetico per facilitarne il reperimento. l'organizzazione più funzionale è quella per dossier.

Affinché il dossier sia facilmente consultabile dagli operatori e, soprattutto, dagli utenti occorre che questo sia:

colorato in maniera diversa in base al tipo di informazioni contenute;

abbia un dorso etichettato in maniera leggibile per l'operatore, come punto di classificazione e per l'utente come descrizione dell'argomento/informazioni contenute;

sia dotato di un indice di contenuto;

rimandi eventualmente ad altri dossier per informazioni più ampie ed approfondite.

Riassumendo:

il profilo della figura dimostra quanto l'attività del documentalista sia sostanzialmente un 'attività back line per la rielaborazione di contenuti apportati al centro dalla ricerca il supporto su cui è contenuta l'informazione ne determina il trattamento

il trattamento va stabilito tenendo conto della validità temporale dell'informazione, dei destinatari, del supporto, delle vie di accesso all'informazione, della completezza della stessa. Può essere cartaceo o informatizzato

classificare significa attribuire un codice identificativo

la collocazione deve consentire un reperimento veloce dell'informazione

L'informazione e comunicazione

Il front line, chi é direttamente a contatto con l'utente, spesso determina il successo o l'insuccesso di molte iniziative imprenditoriali; in un Informagiovani un front line adeguato non garantisce il funzionamento del servizio, se questo non è preceduto dal lavoro di ricercatori, di documentalisti e di coordinamento/direzione, ma se inadeguato provoca sicuramente difficoltà al centro nel rapporto con l'utenza.

Nell'Informagiovani il front line é rappresentato dal sottosistema Informazione e Comunicazione. Compito di questo sottosistema é quello di trasmettere al pubblico le informazioni organizzate dalla Ricerca e dalla Documentazione e di attivare strategie che motivino, permettano, favoriscano l'accesso all'informazione e la comunicazione tra servizio e utente. L'attività di questa funzione si articola in:

contatto con il pubblico, gestione dello sportello informativo, ovvero tutta l'attività di informazione rivolta agli utenti che frequentano il servizio;

aiuto ed orientamento individuale in particolare per quanto riguarda la formazione, il lavoro, la mobilità, con specifico riferimento ai ragazzi/e in condizioni di difficoltà rispetto alle scelte future;

relazioni con gruppi giovanili, associazioni, gruppi ecc. che richiedono supporti e servizi al centro (es. biglietteria, raccolta

firme o iscrizioni, ecc.) o con cui si organizzano attività informative pubbliche (obiettori di coscienza, campi di lavoro volontario internazionale, imprenditoria giovanile, ecc.); gestione dei rapporti con i mass media (quotidiani, radio e televisioni) per la promozione e la pubblicazione di note informative su opportunità, scadenze, iniziative, ecc.
Il front line viene garantito dai comunicatori.

L'informatore/comunicatore

I comunicatori sono coloro che promuovono il patrimonio informativo capitalizzato dall'Informagiovani e garantiscono l'usufruibilità delle informazioni, agevolando gli utenti nella fruizione delle stesse o fornendole direttamente, e ricavandone, al contempo, una serie di feed-back utili ad orientare l'attività di ricerca.

Analizzando, anche per questa figura professionale, i suoi compiti e mansioni in base al sapere, saper fare e saper essere risulta che deve:

sapere

saper leggere i bisogni dell'utenza;

saper gestire i rapporti interpersonali con gli utenti nella trasmissione delle informazioni e con i ricercatori e documentalisti, nello scambio, organizzazione ed aggiornamento delle informazioni;

saper gestire i rapporti con gli altri informatori/comunicatori nell'organizzazione del servizio (lay-out delle informazioni);

conoscere la disposizione delle informazioni all'interno del centro;

conoscere la struttura delle banche dati locali e nazionali;

saper fare

organizzare il servizio di fornitura di informazioni all'utenza;

attivare le strategie per motivare e favorire l'accesso all'informazione e la comunicazione tra il servizio e l'utente;

ricepere le richieste, analizzare e chiarire i problemi, definire con l'utente strategie risolutive e percorsi, trasmettere le informazioni;

fornire risposte puntuali, precise e con un linguaggio adeguato a quello dell'utenza;

comunicare le informazioni a livello di contenuto e di relazione;

garantire le relazioni tra gruppi e associazioni che chiedono supporto e servizi e con cui si promuovono iniziative;

mantenere i rapporti con i media;

trasmettere a ricerca e documentazione feed-back relativi all'eshaustività chiarezza, facilità di consultazione del patrimonio informativo;

saper essere

essere collaborativi con i colleghi e possedere attitudine alla relazione interpersonale.

Come si può notare, alcune competenze sono uguali, o simili a quelle dei ricercatori e dei documentalisti, in particolare per quanto riguarda le competenze collaborative. Se l'Informagiovani: recupera e crea informazione;

costruisce percorsi che permettano l'esatta comprensione delle

informazioni;
attiva motivazioni che motivino all'uso delle informazioni;
attiva meccanismi per motivare l'utenza a comunicare,
le figure che vi lavorano devono per forza saper fornire
informazioni utilizzando tutti gli strumenti adeguati
all'informazione stessa ed all'utenza e saper gestire i rapporti
interpersonali: devono quindi essere in grado sia d informare che
di comunicare. Informare e comunicare sono due azioni distinte:
l'informazione viene trasmessa senza preoccuparsi di mantenere
aperto il "canale" utilizzato per consentire la ricezione di
un'informazione di ritorno; la comunicazione, al contrario, può
ritenersi tale solo se il processo è circolare. Per fare ciò
l'Informagiovani deve porsi in una situazione sia propositiva che
ricettiva. Il comunicatore deve pertanto conoscere le teorie della
comunicazione interpersonale.

La comunicazione verbale e non verbale

Abbiamo visto che i comunicatori devono possedere le competenze
per comunicare con efficienza e con efficacia; ma cos'è la
comunicazione?

Secondo la definizione classica della comunicazione, questa è la
trasmissione di un messaggio da parte di un emittente verso un
ricevente attraverso un canale. A seconda che la comunicazione sia
di natura verbale o non verbale, il canale può essere di natura
diversa: linguistico, gestuale, prossemico, visivo...

Stando a questa definizione, quindi, il processo comunicativo
scaturisce da:

una sorgente, che sceglie il messaggio;
questa lo codifica in segnale;
lo trasmette attraverso un canale;
il ricevitore lo decodifica;
il messaggio è recepito.

Tutto andrebbe bene se la comunicazione fosse un processo statico
ed immobile e se tutto dipendesse solo dalla sorgente.

In realtà le cose non stanno proprio così; infatti, la
comunicazione è un processo mobilissimo ed in cui gli individui
coinvolti sono sempre contemporaneamente emittenti e riceventi.

Inoltre, la mobilità del processo comunicativo e la molteplicità
degli strumenti della comunicazione ci impongono di attivare dei
controlli, feed-back, per verificare che il messaggio sia giunto
correttamente.

Quindi una definizione migliore, più efficace e soprattutto più
realistica della comunicazione risulta essere la seguente: "la
comunicazione è un processo di scambio di informazioni e di
influenzamento reciproco".

Secondo questo approccio:

non si può non comunicare, è cioè possibile comunicare di non
voler comunicare. (quante volte ci è successo, ad esempio, di
rispondere a monosillabi o con un MM MM, convinti di
dimostrare attenzione ma in realtà dimostrando l'esatto
contrario?);

ogni processo comunicativo possiede un aspetto di contenuto, la

notizia/informazione ed un aspetto di relazione, comando/contesto che guida nell'interpretazione; spesso la relazione è definita attraverso modalità non verbali (tono, espressione, postura ecc.) e può essere legata al contesto o deve essere esplicitata attraverso la metacomunicazione (la comunicazione fatta a proposito della comunicazione stessa, che consente di interpretarla correttamente); la natura di una relazione dipende dalla punteggiatura, o successione cronologica delle sequenze comunicative, schematizzabili in stimolo/risposta/rinforzo (ad es.: "io mi chiudo in me stesso perché tu brontoli." "No, io brontolo perché tu ti chiudi in te stesso!" ...la sequenza potrebbe continuare all'infinito); gli uomini comunicano sia con il modulo numerico (basato su un codice convenzionale, ad esempio il linguaggio verbale), sia con il modulo analogico (in sé rappresentativo, ad esempio il linguaggio iconografico). Il primo è efficace per quanto attiene al contenuto, il secondo alla relazione. La comunicazione analogica, più antica ed con una validità più generale, è facilmente fraintendibile (ad es.: "quelle lacrime sono di gioia o di dolore?").

Abbiamo quindi una comunicazione verbale ed una comunicazione non verbale; alcuni esempi di comunicazione non verbale sono: la presenza scenica (postura, look, tono della voce, senso di calma, sorriso ecc.), il silenzio all'inizio di una relazione, il guardare negli occhi l'interlocutore, il gesticolare ecc.

Si tenga presente che in caso di incoerenza o contraddizione tra messaggio verbale e messaggio non verbale, prevale il secondo. Infatti nel processo comunicativo compaiono sempre due aspetti: uno contenutistico ed uno relazionale. In presenza di conflitti, l'aspetto che prevale è quello relazionale.

Gli scambi comunicazionali possono essere inoltre: simmetrici, se tra gli, attori della comunicazione c'è un rapporto di parità, complementari, se tra gli stessi c'è invece un rapporto superiorità/inferiorità.

Comunicare in un servizio Informagiovani

Come si applicano in un Informagiovani queste nozioni? E quindi, come si comunica un servizio? Si è già visto che i messaggi si dividono in verbali e non verbali; i primi possono essere orali o scritti, i secondi invece passano attraverso le modalità di relazione, i beni/servizi offerti, le tecnologie di erogazione, l'ambiente.

Poiché non è possibile non comunicare, occorre farlo con una strategia ben precisa, che tenga conto delle variabili costitutive dell'immagine globale del servizio, cioè: immagine oggettiva, ovvero l'insieme di elementi materiali;

immagine interna, cioè la percezione degli addetti;
immagine esterna, quindi la percezione all'esterno;
immagine proposta, cioè l'immagine da veicolare all'esterno.
La credibilità nell'erogazione del servizio e quindi nelle risposte date, è garantita dalla coerenza tra questi fattori; in definitiva, l'immagine di un servizio dipende da:
le sue modalità di funzionamento;
la qualità e quantità dei servizi offerti;
la modalità di erogazione dei servizi;
la qualità e quantità dei rapporti con l'ambiente.
In un Informagiovani, più che da ogni altra parte, informazione e comunicazione sono strettamente correlate: infatti qui la comunicazione deve essere assolutamente circolare; bisogna comunicare informazioni ai giovani e da loro acquisire informazioni.
Come si è visto l'obiettivo della comunicazione all'interno di un Informagiovani consiste nel contribuire a sviluppare nei giovani le capacità di interagire autonomamente ed in modo funzionale con l'informazione, offrendo un elemento di sviluppo culturale (l'informazione stessa) che accresce le capacità di scambio e consente la partecipazione.
In quest'ottica, i dati acquisiscono la valenza di informazioni soltanto quando è possibile interpretarli e selezionarli tra loro, avendo la possibilità di confrontarli.
La comunicazione da quindi un senso all'informazione e la chiave di volta ne è il controllo o feed-back.

La lettura dei bisogni: il colloquio con l'utente

Il bisogno di informazione nasce nel momento in cui il soggetto che opera deve trovare delle soluzioni ai problemi che incontra nel suo operare.

Nel momento in cui si rivolge ad un Informagiovani, l'utente trova un supporto nei comunicatori che lo aiutano in questa ricerca.

La relazione ha inizio con un colloquio tra operatore e utente.

Con il termine colloquio si intende un primo momento di comunicazione in cui l'operatore individua il problema e, se questo è di immediata soluzione, fornisce all'utente le informazioni necessarie.

Se la richiesta dell'utente necessita invece di un aiuto maggiore, il colloquio assume valenza orientativa.

Il colloquio segue quella che è definita la sequenza informativa, cioè una serie di azioni concrete che vanno dall'espressione del bisogno alla sua soddisfazione; tali azioni sono:

richiesta; questa trasforma il bisogno informativo in un'espressione formale, in un messaggio. In questa fase gli errori possibili sono imputabili alla cattiva/distorta interpretazione del bisogno, di formalizzazione, di decodifica;

ricerca; questa deve interfacciare domanda e offerta informativa. È la fase in cui, dopo avere effettuato l'analisi del bisogno, si passa a delimitare le aree tematiche entro cui cercare una risposta; alla selezione fa seguito l'analisi dell'offerta ed una conseguente selezione ed assemblaggio delle diverse informazioni. Queste diverse attività devono essere effettuate

dopo aver stabilito una strategia di ricerca adeguata che può essere di tipo mirato (dove trovo l'informazione o non trovo nulla) oppure ampia (dove dal rumore informativo iniziale si procede per approfondimenti successivi);

restituzione del risultato; con questa si intende l'informazione immediatamente spendibile o l'elenco di segnalazioni, le indicazioni di percorsi.

Per potere arrivare ad un risultato efficace, il comunicatore deve comprendere bene qual è l'effettiva richiesta che è stata avanzata.

Gli utenti infatti esprimono i loro bisogni formulando, solitamente, una serie di domande che possono essere:

semplici (ad esempio gli orari di apertura di un museo);

complesse (ad esempio la richiesta, non meglio precisata, di recarsi all'estero per un anno);

false (ad esempio la richiesta di indirizzo di una scuola che rilasci un diploma per corrispondenza, quando la reale esigenza è quella di acquisire competenze utili per inserirsi nel mondo del lavoro);

tese ad ottenere consigli/valutazioni (ad esempio la richiesta di un buon corso di informatica o di orientamento scolastico o professionale).

Dietro a queste domande, formulate come richiesta di aiuto per risolvere un problema informativo, talvolta si cela un bisogno di essere rassicurati, appoggiati, incoraggiati.

Il comunicatore deve essere in grado di immedesimarsi nei panni di chi gli sta di fronte e osservare, sul piano della comunicazione verbale e non verbale, le reazioni del suo interlocutore: queste infatti lo aiutano a capire se è necessario apportare modifiche o correzioni al modo con cui sta gestendo la relazione.

Una corretta comunicazione, anche nel caso in cui l'operatore non possa risolvere tutti i problemi dell'utente, può comunque portare a modificare la percezione degli stessi, circoscrivendoli e depersonalizzandoli.

In questo modo l'Informagiovani promuove e sostiene le motivazioni a comunicare dell'individuo, mentre l'utente si rende consapevole della necessità di acquisire informazioni per raggiungere i suoi obiettivi.

La raccolta dei bisogni/segnalazioni degli utenti

Abbiamo accennato al fatto che un in un Informagiovani le informazioni sono circolari: si offrono e si ricevono; e che in una struttura di servizi come questa, al proprio interno, è fondamentale lo scambio di informazioni tra tutti gli operatori.

Un esempio di questo deriva dagli input provenienti dagli utenti circa eventi, manifestazioni, corsi di formazione, opportunità di lavoro ecc. non presenti tra le informazioni del centro ma comunque pertinenti. Abbiamo infatti visto nelle pagine dedicate alla ricerca, che l'utenza può richiedere che vengano effettuate ricerche particolari utilizzando, insieme all'operatore, il "modulo di richiesta utente" e consegnandolo al comunicatore che lo trasmette ai ricercatori. Il ricercatore attiverà la ricerca sull'oggetto e passerà a sua volta le informazioni ai documentalisti

che provvederanno al trattamento ed all'inserimento in banca dati e/o nel dossier.

A questo punto l'informazione, completa ed esaustiva in tutte le sue parti, sarà disponibile all'utente.

In questo caso, il comunicatore funge da volano per la ricerca e la documentazione in un percorso apparentemente inverso rispetto al classico, ma che in realtà pone l'utente in prima persona come primaria fonte di informazioni.

L'organizzazione di momenti e/o strumenti di promozione delle informazioni

L'Informagiovani, oltre ad attrezzarsi per fornire un'informazione di primo livello (e a garantire che l'informazione sia pertinente, adeguata, comprensibile, tempestiva ed aggiornata) deve promuovere e creare informazioni attraverso proprie iniziative o attività svolte in collaborazione con altri "attori sociali", indirizzando l'utenza verso servizi specifici per problemi la cui risoluzione non è di sua competenza.

Promuovere iniziative proprie

Può essere utile organizzare momenti specifici di promozione delle informazioni, soprattutto in caso di eventi straordinari o nel caso in cui l'Informagiovani sia operante da poco tempo; così come può essere opportuno far navigare le informazioni con un camper che giri per la città e sosti davanti alle scuole in coincidenza dell'uscita degli studenti.

Queste operazioni devono avere l'obiettivo di garantire la massima fruibilità delle informazioni da parte dell'utenza a cui ci si riferisce in quello specifico momento; è quindi opportuno, in questi casi, selezionare le informazioni da offrire analizzando attentamente il target di riferimento. Ad esempio, è ipotizzabile che gli studenti medi siano interessati a vacanze studio, lavori stagionali e attività ludiche nel fine settimana e non a come si ottiene la cittadinanza australiana.

In una parola è necessario, anzi indispensabile, avere le informazioni giuste nel momento/periodo giusto.

Promuovere iniziative in collaborazione con altri soggetti sociali

È molto importante, al fine di promuovere attività di sostegno e momenti di consulenza, il costante raccordo con tutte le realtà maggiormente significative e attive e attive sui vari ambiti di informazione di cui si occupa il centro.

In particolare l'Informagiovani deve operare in collaborazione con: osservatori del mercato del lavoro; servizi preposti all'orientamento scolastico e professionale; centri di informazione, studi e ricerca; organizzazioni imprenditoriali, di categoria e sindacali; tutti i soggetti pubblici e privati interessati agli ambiti dell'informazione ed orientamento. I supporti informativi di un Informagiovani devono essere facilmente comprensibili e presentare codici comuni alla cultura giovanile. All'apertura di un nuovo centro, un primo momento promozionale può essere dedicato

ad incontri diretti con l'utenza, iniziative pubbliche, manifestazioni in collaborazione con altri enti, seminari o altre iniziative.

Curare il rapporto con i mass media

I mass media locali (quotidiani, riviste, news letter ecc.) sono un altro canale promozionale. L'Informagiovani, attraverso la figura del comunicatore, deve proporre ed essere disponibile per collaborazioni con stampa, televisioni e radio presenti sul territorio.

La pubblicazione di redazionali informativi proposti dal centro a scadenze fisse è forse il modo migliore per informare i lettori, potenziali utenti, e contemporaneamente promuovere il servizio.

Rendere i giovani protagonisti

Gli operatori, soprattutto quelli di front line, possono inoltre lavorare per valorizzare eventuali disponibilità di giovani, siano essi utenti o fornitori di informazioni, a fornire informazioni o esperienze personali (ad esempio un diario di viaggio di vacanze fatte all'estero, che propone itinerari particolari); questo consente di raggiungere l'obiettivo di avvicinare i giovani al servizio rendendoli protagonisti e di fare circolare le esperienze e le informazioni.

Riassumendo

il comunicatore non si limita ad informare ma cerca di sviluppare nei giovani la capacità di interagire autonomamente ed in modo funzionale con l'informazione

la comunicazione è un processo circolare in cui è importante valorizzare il feed-back: in particolare occorre prestare molta attenzione al codice non verbale

in un Informagiovani va valorizzato il feed-back dell'utenza, che tiene conto delle modalità di funzionamento del centro, della qualità/quantità/modalità di erogazione dei servizi offerti, della capacità di interagire con l'ambiente

leggere i bisogni dell'utenza significa comprendere cosa si cela realmente dietro al problema dichiarato e attivarsi per studiare un percorso risolutivo

le segnalazioni degli utenti aiutano a migliorare la qualità del servizio

è importante promuovere l'attività del centro non solo attraverso il rapporto diretto con l'utenza ma anche relazionando con soggetti sociali e media presenti sul territorio e studiando con questi azioni congiunte

Il raccordo tra le diverse figure professionali

Anche all'interno di un Informagiovani, così come in tutte le società o enti che producono o offrono servizi, è indispensabile e di vitale importanza per il centro consentire la più efficace circolazione delle informazioni e della comunicazione interna. Per un Informagiovani, poi, che ha la sua ragion d'essere nella trasparenza e nella usufruibilità delle informazioni, la comunicazione interna deve essere ancor più curata. A tal fine è opportuno che:

i ricercatori

valorizzino le informazioni ricevute dai comunicatori relative alle segnalazioni e ai questionari compilati dagli utenti;

i documentalisti

conoscano gli strumenti di ricerca: ciò aiuta a capire immediatamente il livello di approfondimento dell'informazione; raccolgano dai comunicatori informazioni relative alla necessità di stabilire nuovi criteri di collocazione delle informazioni qualora il materiale non fosse di facile reperimento e perfezionare e migliorare il linguaggio adottato nel creare le nuove schede esplicative;

i comunicatori facciano pervenire a ricercatori e documentalisti

indicazioni relative alla completezza e correttezza delle informazioni fornite (lacune di segnalazioni, inaffidabilità delle fonti ecc.);

elementi di priorità su cui attivarsi

e facciano pervenire ai documentalisti

informazioni relative alla comprensibilità delle informazioni fornite (problemi di linguaggio/traduzione/interpretazione, strumenti non adeguati ecc.).

Riassumendo :

per innalzare non solo l'efficacia ma anche l'efficienza complessiva del centro è necessario

conoscere il processo di lavoro interno, gli standard e gli strumenti di lavoro delle diverse funzioni

favorire la circolazione delle informazioni che possono migliorare il funzionamento interno del centro

La selezione e la formazione del personale

Il tema della selezione e formazione del personale é stato volutamente affrontato in chiusura, al termine della sezione dedicata alla gestione di un Informagiovani. Si é ritenuto utile illustrare prima il tipo di lavoro che viene svolto in un Informagiovani proprio per agevolare la "messa a fuoco" delle competenze professionali necessarie.

Si ritiene altresì opportuno slegare l'analisi delle diverse figure professionali dal numero effettivo del personale presente all'interno della struttura, che può naturalmente essere molto differente da centro a centro.

Si é visto che le figure professionali presenti in un Informagiovani sono:

ricercatore

documentalista

comunicatore

Come si é visto le prime due si occupano in particolare dell'implementazione e dell'organizzazione della struttura informativa: per questo motivo molto spesso i loro compiti sono esercitati da un unico operatore. Tuttavia l'analisi delle competenze professionali richieste ha consentito di rilevare significative differenze:

il ricercatore infatti svolge la propria attività prevalentemente contattando una pluralità di soggetti e deve possedere buone conoscenze e propensione nel campo delle pubbliche relazioni, nella conoscenza e utilizzo di tecnologie legate alla diffusione della informazione;

il documentalista è prevalentemente un organizzatore - gestore di strutture e strumenti tesi a contenere in modo logico documenti e informazioni anche molto differenti tra loro. Lavora prevalentemente all'interno della struttura e possiede specifiche conoscenze nel campo dei sistemi di documentazione e trattamento dei documenti, dei software di tipo documentario - relazionale ed ipertestuale e dei principali sistemi operativi.

Le aree comuni di conoscenza e competenza riguardano soprattutto la pianificazione e la programmazione operativa, l'analisi valutativa della efficacia ed efficienza degli strumenti e delle metodologie adottate, tecniche progettuali e di lavoro di gruppo.

La terza figura professionale, il comunicatore, non va ridotta al solo contatto con l'utenza ma comprende l'intero complesso delle strategie di comunicazione dell'Informagiovani che come sappiamo sono molto varie e articolate.

Si è visto come il comunicatore si occupi soprattutto della promozione del servizio e della definizione e costruzione della sua immagine; della gestione delle relazioni pubbliche sia verso l'interno (ad es. l'ambiente Comune, il Comitato di indirizzo) sia verso l'esterno (fonti, altri servizi, ecc.); della progettazione e gestione degli spazi di accoglienza dell'utenza all'interno del servizio nonché della predisposizione di percorsi leggibili che favoriscano l'accesso all'informazione all'interno dell'Informagiovani.

Tutte e tre le figure professionali si occupano della relazione con utente che costituisce l'aspetto centrale dell'attività dell'Informagiovani: la gestione della relazione con l'utenza è infatti una competenza diffusa sull'intero gruppo di operatori.

Per potere svolgere un corretto lavoro di relazione occorre conoscere sia le tecniche specifiche che sovrintendono la comunicazione interpersonale e le tecniche di colloquio non direttivo sia gli aspetti caratterizzanti il proprio target di riferimento dal punto di vista culturale, psico-sociale, socio-economico.

Un capitolo a parte merita il lavoro di coordinamento del servizio. Il coordinatore deve possedere sufficienti conoscenze di base su tutti gli aspetti tecnici culturali proposti, in particolare per potersi relazionare in modo produttivo con gli operatori e poter compiere scelte motivate.

È opportuno che sia in grado di assumere direttamente la professionalità del comunicatore per il ruolo che è chiamato a svolgere nell'ambito pubblico.

Deve possedere conoscenze specifiche nel campo della gestione del personale e della conduzione di gruppi di lavoro al fine di sviluppare rapporti positivi e non conflittuali con il personale;

deve, inoltre, sapere gestire metodologie di valutazione sia di tipo qualitativo, sia quantitativo del servizio

In strutture complesse (in particolare le Agenzie Servizi Informagiovani) é opportuno che ad ogni ruolo individuato corrisponda un operatore.

Laddove questo non sia possibile, perché non esistono le condizioni economico - finanziarie per disegnare un gruppo professionale adeguato, é necessario rispettare almeno alcune regole:

realizzare una formazione di base sui seguenti temi:
tecniche di relazione e di colloquio con il pubblico,
criteri per il reperimento e la selezione delle fonti,
tecniche di trattamento documentario delle informazioni,
pubbliche relazioni e rapporto con i media, marketing sociale,
conoscenza delle principali tematiche relative al mondo
adolescenziiale e giovanile,
tecniche di monitoraggio dell'utenza e di valutazione
dell'efficacia ed efficienza;

garantire un numero di operatori non inferiore a:

almeno due operatori nei Comuni fino a 50.000 abitanti

almeno tre operatori nei Comuni da 50a 100.000 abitanti

almeno quattro operatori nei Comuni da 100 a 150.000 abitanti

almeno cinque operatori nei Comuni da 150 a 250.000 abitanti

almeno sei operatori nei Comuni da 250 a 350.000 abitanti

almeno sette da 350.000 abitanti in sù.

Il livello numerico degli operatori é indicativo ed é fortemente condizionato dagli orari di apertura del servizio.

Si ritiene infine opportuno segnalare che al fine di salvaguardare un buon rapporto servizio - utenti potenziali, specifiche strutture Informagiovani si giustificano in centri abitati di almeno 15.000 abitanti in sù. Nei Comuni più piccoli é opportuno attivare punti informativi, integrati a strutture e servizi aventi anche altre finalità aggregative (biblioteche, centri giovanili, centri sportivi, ecc.).

Riassumendo:

Ricerca, Documentazione e Informazione/Comunicazione costituiscono la struttura fondamentale per la costruzione della offerta informativa del centro.

I tre sottosistemi individuano di rimando i ruoli professionali e la base formativa fondamentale del personale impiegato all'Informagiovani.

CONCLUSIONI E SVILUPPI

L'Informagiovani costituisce una esperienza recente nello scenario altrettanto nuovo, almeno in Italia, dei servizi di informazione pubblica alle persone

Una esperienza dal carattere innovativo sotto molti punti di vista per la Pubblica Amministrazione. Per le competenze tecniche e le figure professionali che esige, per le strategie progettuali di breve, medio e lungo periodo che richiede, per le relazioni che crea con il pubblico e gli altri mezzi e servizi di comunicazione, per le forme di gestione mista pubblico - privato.

Tuttavia se molti di questi aspetti innovativi lo rendono un servizio interessante e innovativo essi rappresentano anche la sua debolezza, in quanto spesso si tende a conferire all'Informagiovani compiti e ruoli non propri o di considerarlo permanentemente una semplice sperimentazione.

L'Informagiovani, così come le politiche giovanili sono, a volte considerate un di più o valutate con sufficienza. Così l'Informagiovani come le politiche giovanili quando maturano esperienze significative è più per la volontà e l'intelligenza di alcune realtà locali, che non il frutto di programmazione, risorse, interconnessioni tecniche, culturali e politiche.

Le recenti leggi, la 142 e soprattutto la legge 241, il successivo decreto 29 che regolamentano il nuovo assetto delle pubbliche amministrazioni e impongono un dovere di trasparenza e il diritto dei cittadini ad essere informati hanno disegnato nuovi scenari nel campo dei servizi pubblici d'informazione.

Anche l'Informagiovani si colloca di diritto tra i servizi che garantiscono l'accesso e il diritto all'informazione dei cittadino, anche se si rivolge a un cittadino particolare, di età compresa tra i 14 e i 29 anni. È questo un primo importante punto di riferimento nella prospettiva di un consolidamento di questa esperienza ed una indicazione importante: i nuovi servizi di informazione ai cittadini sono parenti stretti degli Informagiovani ed è pertanto utile e necessario individuare terreni comuni di lavoro e confronto.

L'altro punto di riferimento è rappresentato dallo sviluppo delle politiche sociali territoriali ed in particolare degli interventi per la prevenzione del disagio giovanile. L'informazione e l'orientamento sono reali strumenti di prevenzione, in quanto potenzialmente permettono a tutti di compiere le scelte più opportune rispetto alla propria condizione e alle proprie esigenze, favorendo, al contempo la corretta comprensione di quella condizione e di quelle esigenze.

Occorre quindi trovare un equilibrio e un punto d'incontro tra queste due linee di sviluppo, in quanto non solo perfettamente compatibili, ma foriere di sviluppi positivi per tutto il settore dei servizi d'informazione pubblici.

Per vincere questa scommessa culturale lo sforzo deve partire prima di tutto dagli Informagiovani stessi. Occorre superare il pressapochismo, il localismo e l'isolamento che a volte li contraddistinguono per ricercare e sperimentare processi di integrazione ed interconnessione, progettando modelli di reti di servizi che sviluppino, in una sorta di economia di scala, funzioni, ruoli, attività che li pongano al centro delle dinamiche di sviluppo sociale, culturale ed economico dei territori su cui intervengono. Indicazioni che abbiamo cercato di sottolineare in questo lavoro metodologico per l'apertura e la gestione di servizi Informagiovani prendendo come riferimento alcune esperienze italiane che testimoniano che un corretto lavoro di impostazione teorica, organizzativa ed anche economica garantisce il successo nel rapporto con gli utenti e con le realtà sociali, politiche, culturali ed economiche presenti nel territorio.

Come si può vedere la natura stessa dell'Informagiovani, l'occuparsi di informazione, costringe sempre a rimandare a problemi e scenari via via più complessi e ad aprire nuovi temi e problemi. Con una certezza, sono temi e problemi che incidono profondamente sulla qualità della vita di ognuno di noi, non possiamo dimenticare che gli adolescenti e i giovani rappresentano una parte fondamentale del futuro della nostra società, sarebbe un grave errore, nonché una colpa, dimenticarli.

La raccomandazione n° 7 del Consiglio d'Europa

Recita testualmente:

“Considerato che i giovani hanno diritto di disporre di una informazione completa, comprensibile e affidabile senza riserve, nonché di consulenza su tutti i problemi che li riguardano e in qualsiasi settore senz'eccezione, consentendo loro ogni possibile scelta senz'alcuna discriminazione né influenza ideologica o altro. Ritenendo che un'informazione e una consulenza polivalenti e pluralistiche debbano contribuire a promuovere l'autonomia dei giovani;

Considerato che l'informazione e la consulenza costituiscono un importante fattore d'incentivazione della mobilità giovanile, tanto individuale che collettiva, e che tale mobilità è essenziale al fine di promuovere la comprensione e la pace tra i popoli e sviluppare il senso d'appartenenza all'Europa.

RACCOMANDA ai governi degli stati membri di:

promuovere il coordinamento a livello europeo - nel rispetto della democrazia, dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali - di una politica d'informazione e di consulenza per i giovani e accessibile a tutti i giovani; ciò implica, in particolare, la raccolta di informazioni a livello locale, nazionale e internazionale e la loro diffusione quanto più ampia possibile ai giovani;

promuovere e sostenere la creazione e/o lo sviluppo d'istanze e di servizi appropriati d'informazione e di consulenza nel rispetto dei seguenti principi: polivalenza dei servizi e pluralismo delle fonti, esaustività delle risposte fornite ai giovani, rispetto del diritto dei giovani all'anonimato e affidabilità dell'informazione, accesso senza discriminazione, a carattere non commerciale, promozione dell'autonomia dei giovani, e a tale scopo:

fornire informazioni e consulenza ai giovani in funzione delle loro domande e dei loro bisogni;

promuovere indagini, adattate alle specificità nazionali, che consentano studi comparativi a livello europeo sui problemi dei giovani e di utilizzare i risultati di tali indagini per produrre un adattamento costante dei servizi e delle strutture;

garantire la massima affidabilità possibile delle prestazioni nonché della validità sia delle fonti d'informazione che della sua diffusione;

promuovere una partecipazione effettiva dei giovani alle attività d'informazione e di consulenza che sono loro destinate;

riconoscere la complementarietà e favorire la collaborazione tra le istanze e i servizi d'informazione e di consulenza e le organizzazioni della gioventù associandole per esempio, negli organi statutari di gestione e all'elaborazione dell'informazione e alla sua diffusione;

concertare le questioni relative alla formazione del personale di tali istanze e servizi, al fine di fornirgli la qualificazione necessaria per svolgere i compiti inerenti l'attuazione della presente raccomandazione;

promuovere scambi di personale attraverso programmi di borse, lo scambio e il confronto delle tecniche d'informazione adottate dalle diverse istanze e dai diversi servizi, ovvero mediante periodi di formazione compiuti presso i servizi competenti dei diversi paesi;

rafforzare la mutua collaborazione - soprattutto tra stati vicini che presentano affinità linguistiche e culturali in materia di formazione e di perfezionamento per le categorie di personale sopra menzionate, ovvero favorire tale formazione nell'ambito

del Consiglio d'Europa, in particolare tramite il Centro Europeo della Gioventù, senza che ciò comporti una riduzione delle normali attività svolte in favore o da parte delle organizzazioni della gioventù.

sostenere l'impiego, nelle istanze e nei servizi d'informazione e di consulenza, di nuove tecnologie per facilitare:

l'accesso diretto dei giovani all'informazione e alla consulenza in una prospettiva d'autoinformazione, in ciò avvalendosi di centri, servizi, mezzi di comunicazione di massa e di supporti mobili;

l'immagazzinamento, l'aggiornamento, il trasferimento, la comunicazione, l'edizione e la gestione del prodotto;

il trattamento, la compatibilità, l'utilizzo, e l'elaborazione dei dati a livello locale, regionale, nazionale e internazionale, nonché la creazione d'una rete di banche dati nazionali.

promuovere a livello europeo delle ricerche, sia sui metodi e sulle tecniche d'informazione e di consulenza sia sui metodi di valutazione di tali servizi e favorire a livello europeo la raccolta e lo scambio della documentazione professionale sui metodi e sulle tecniche prodotti dagli operatori e dai ricercatori;

sostenere lo sviluppo di una rete europea d'istanze e/o servizi d'informazione e consulenza per i giovani.

Incarica il Segretario Generale del Consiglio d'Europa di portare il contenuto della presente raccomandazione a conoscenza dei governi degli Stati partecipanti alla Convenzione Culturale Europea non membri del Consiglio d'Europa."

Carta europea dell'informazione per la gioventù

Adottata a Bratislava (Slovacchia) il 3 dicembre 1993 dalla IV^a Assemblea Generale dell'Agenzia europea per l'informazione e la consulenza per la gioventù (ERYICA).

Introduzione

In una società che diviene sempre più complessa, l'informazione e la consulenza per i giovani hanno più che mai un ruolo essenziale nel percorso che i giovani devono compiere verso una vita adulta.

Essi favoriscono la loro crescita professionale e personale e la loro partecipazione in seno alla società come cittadini responsabili.

L'informazione deve far conoscere le possibilità offerte ai giovani, promuovere l'acquisizione della loro autonomia, facilitare la loro mobilità ed aiutarli a vivere ogni giorno l'Europa.

Il rispetto della democrazia, dei diritti dell'uomo e delle libertà fondamentali implica il diritto, per i giovani, di disporre di una informazione completa, comprensibile, affidabile e senza riserve, su tutte le questioni e i bisogni che essi esprimono, permettendo loro tutte le scelte possibili senza discriminazione né influenze ideologiche o altro. Questo diritto all'informazione è, come noto, affermato dalla Dichiarazione Universale dei Diritti dell'Uomo, dalla Convenzione relativa ai Diritti del Bambino, dalla Convenzione Europea dei Diritti dell'Uomo e dalla Raccomandazione N.R. (90) 7 del Consiglio d'Europa concernente l'informazione e la consulenza da fornire ai giovani.

Principi

I seguenti principi guidano i servizi di informazione per la gioventù e contribuiscono a garantire il diritto dei giovani all'informazione:

- 1) i servizi di informazione per la gioventù sono aperti a tutti i giovani, senza eccezioni;
- 2) i servizi di informazione per la gioventù si impegnano a garantire la parità di accesso all'informazione a tutti i giovani, qualunque sia il loro stato, il loro luogo di residenza, la loro classe sociale;
- 3) l'informazione è determinata esclusivamente dalla domanda o dal bisogno espresso dall'utente con l'esclusione di qualunque altro interesse. Essa tratta tutti gli argomenti che interessano i giovani;
- 4) il trattamento è personalizzato e organizzato sulla base della domanda;

- 5) l'accesso ai servizi di informazione è libero;
- 6) l'informazione e la consulenza rispettano la segretezza e l'anonimato dell'utente;
- 7) l'informazione è gratuita;
- 8) l'informazione è completa, imparziale, precisa, pratica e aggiornata;
- 9) l'informazione è elargita professionalmente attraverso del personale appositamente formato;
- 10) dovrà essere compiuto ogni sforzo per assicurare l'obiettività dell'informazione anche attraverso la pluralità delle risorse utilizzate;
- 11) l'informazione deve essere indipendente da qualunque interesse di tipo ideologico, politico o commerciale;
- 12) il ricorso agli sponsor o alla pubblicità pagante deve rispettare l'indipendenza dei servizi e dell'informazione fornita.

Le Banche Dati utilizzate nei centri Informagiovani

La rilevazione È stata condotta inviando apposito questionario ai responsabili dei Centri Informagiovani risultanti attivi alla data del 31 luglio 1995. Dei 296 Centri contattati, 172 hanno risposto entro il termine fissato per la raccolta dei dati.

CiÚ che siamo andati a indagare non era tanto il software di gestione quanto il contenuto informativo delle stesse; va precisato che sono state prese in esame soltanto le banche dati contenenti almeno tre dei nove settori peculiari di un servizio di informazione per i giovani.

Questi i risultati:

7 Centri utilizzano l'informatica soltanto con funzioni di videoscrittura-segreteria, gestendo a cartaceo l'informazione locale e nazionale sui nove settori definiti dal CNSIG;

15 Centri dispongono di banche dati tematiche (*Noopolis, Filo d'Arianna, banca dati OSMEG*), commercializzate o distribuite gratuitamente, che non rientrano nell'indagine poichÈ non sono propriamente strumento di gestione del patrimonio informativo del Centro ma supporto nell'informazione al pubblico delle informazioni;

42 Centri utilizzano uno strumento informatizzato per la consultazione delle informazioni a carattere nazionale (*Telemaco o Idea*) e gestiscono il livello locale semplicemente a cartaceo;

6 Centri utilizzano una propria banca dati prodotta autonomamente per l'archiviazione delle informazioni;

6 Centri utilizzano *MEMOGIOI*, software per l'archiviazione delle informazioni prodotto da SYNERGON di Verona, che non contiene informazioni, ma È utilizzato autonomamente dai singoli Centri per la gestione della propria base dati.

Le esperienze piÙ significative per l'indagine condotta risultano invece essere quelle di Modena e Venezia, Torino, Ravenna e Monza, produttori di banche dati distribuite a diversi Centri, ed in particolare:

- *BANCA DATI* prodotta dal Consorzio IN&CO (Modena e Venezia), in uso presso 102 Centri Informagiovani in tutto il territorio nazionale. La banca dati, che contiene circa 15.000 schede a carattere nazionale sui settori Formazione, Lavoro, Cultura e Tempo Libero, Mobilitá Giovanile, Diritti e Salute, È realizzata sull'applicazione Spring, sviluppata in ambiente Windows. Gli aggiornamenti quindicinali sono forniti mediante floppy. Disponibile anche nelle versioni in autoconsultazione Telemaco e Idea.
- *C.I.G.* - banca dati prodotta da Ravenna Software, in uso presso

15 Centri dislocati in ambito comunale, contenente informazioni a carattere nazionale sui settori Formazione, Lavoro, Salute e diritti, Attività culturali. L'applicazione È sviluppata in ambiente DOS, e gli aggiornamenti vengono forniti settimanalmente a mezzo modem.

- *SPAZIO GIOVANI* - banca dati dell'omonima Cooperativa di Monza, specializzata nei settori Lavoro, Associazionismo e Sport - a carattere locale - e Mobilità Giovanile. Viene aggiornata costantemente e distribuita a 4 Centri della zona.

- *BANCA DATI* prodotta dal Centro Informagiovani di Torino, contenente informazioni sui settori Lavoro, Formazione, Associazionismo, Cultura e Sport - a carattere regionale - e sulla Mobilità Giovanile. La banca dati È realizzata sull'applicazione Spring, viene aggiornata costantemente e fornita a 26 centri delle Regioni Piemonte, Valle d'Aosta e Liguria.