

# Los programas para jóvenes desde la Obra Social

La visión y la experiencia de Caixa Catalunya

JOSEP MARIA LOZA XURIACH\*

Los jóvenes representan uno de los colectivos protagonistas en la intervención de la Obra Social de las cajas de ahorros. Sin embargo, lograr acercarse a la juventud con eficacia entraña dificultades adicionales a las de cualquier otra iniciativa, dificultades marcadas por la propia idiosincrasia del colectivo. Tras unas breves consideraciones sobre el concepto de la juventud, las características del colectivo que integra y su importancia para la Obra Social de las cajas, este artículo pretende apuntar algunos elementos de reflexión y orientación a partir de la experiencia de la Obra Social de Caixa Catalunya con los jóvenes.

## 1. LOS JÓVENES: PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO Y FACTORES DE RIESGO

Son muchos los expertos y mucha la bibliografía existente que ofrecen aproximaciones conceptuales al tema de la juventud y, aunque no es objeto de este artículo entrar a reflexionar en profundidad sobre el concepto de "juventud" o sobre lo que, sociológicamente, se entiende que es y conforma el "ser joven", resulta pertinente una pequeña aclaración terminológica para acotar de qué estamos hablando. Conviene, en todo caso, tener en cuenta que el concepto de "juventud" es una construcción histórica y, como tal, responde a diferentes concepciones en diversos momentos. En el siglo XIX la juventud prácticamente no existía, en la medida en que el paso de la infancia a la edad adulta era casi inmediato. Sólo con

\* Director General de Caixa Catalunya.

la consolidación de las sociedades industriales comienza a ganar peso y cuerpo el concepto de juventud.

Actualmente, la juventud se percibe como un camino hacia la vida adulta; un tiempo de espera en el que el/la joven ocupa una posición que le conducirá a integrarse, antes o después, en el universo simbólico de las responsabilidades y la madurez. Por otra parte, la condición juvenil se entiende como una etapa de la vida que tiene sentido en sí misma, y que debe ser vivida en plenitud de derechos, situando a los jóvenes como sujetos y no como objetos, desde el reconocimiento de su papel y su aportación a la vida política, social, cultural y económica de la sociedad. Por ello, la juventud requiere nuevas perspectivas y aproximaciones.

Cuando se trata de concretar el colectivo de personas incluidas hoy día dentro de este concepto, el tema se complica un poco más; sobre todo, porque la juventud es en nuestra sociedad y otras muchas de su entorno un período vital que tiende a alargarse en el tiempo como consecuencia de la crisis del modelo social vigente durante décadas: períodos de formación que se extienden, problemas laborales que afectan en exceso a este colectivo, dificultades de acceso a la vivienda e incluso, por qué no decirlo, la sobreprotección de las anteriores generaciones y el acomodo de las nuevas.

A efectos de este artículo, y en coherencia con la mayoría de aproximaciones a este colectivo y con nuestra propia evolución histórica, consideramos jóvenes a las personas con edades comprendidas entre los 12 y los 30 años. En España, hay más de 10 millones de personas entre los 12 y los 30 años, lo que supone el 26% del total de la

población. La distribución por sexos de este colectivo es muy estable y equilibrada, un 50-51% de varones y un 49-50% de mujeres. No lo es tanto la distribución por grupos de edad, 4 millones por debajo de los 20 años y 7 millones por encima.

La práctica totalidad de los menores de 15 años se encuentra escolarizada; entre los 16 y los 20 años todavía hay cerca de un 60% de jóvenes que cursan algún tipo de estudios y de los 21 a los 24 años, la tasa de personas estudiando decrece hasta el 30%.

A partir de los 16 años son muchos los jóvenes que se van incorporando al mercado laboral, actualmente alrededor de 5 millones. Según los últimos datos de la Encuesta de Población Activa, hay más de 370.000 menores de 19 años ocupados, casi 1,7 millones de personas entre 20 y 24 años y aproximadamente 3 millones entre los 25 y los 29 años. A estos datos hay que añadir cerca de medio millón de jóvenes que se encuentran en paro.

En cuanto al perfil sociodemográfico, estructural e ideológico de los jóvenes, importa destacar que cada generación concreta su propia identidad atendiendo a los problemas que le son comunes, su situación socioeconómica, el nivel de satisfacción, la comparación con la generación anterior, etc. Sobre estos y otros aspectos se conforma la visión que la sociedad tiene de la juventud, y ésta tiene de sí misma. En nuestros días, a tenor de los resultados de las encuestas, los jóvenes se definen como tolerantes y solidarios, aunque inmaduros y dependientes. Por otra parte, mantienen un alto nivel de satisfacción general con su vida, especialmente en lo que se refiere a las relaciones familiares, que, junto a la salud y la relación con los amigos, se encuentran entre sus máximas prioridades.

Pero, pese a su satisfacción general, no son un colectivo exento de preocupaciones que, con frecuencia, coinciden con las preocupaciones generales del resto de la población. De hecho, según los sondeos de opinión que viene desarrollando regularmente el Instituto de la Juventud (INJUVE, adscrito al Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales)<sup>1</sup>, el paro es el problema personal más importante del 41% de los jóvenes españoles, la vivienda es el segundo, seguido por los estudios y los problemas económicos. Por otra parte, existen una serie de riesgos comunes a los jóvenes, en general, entre los

<sup>1</sup> Los resultados de los sondeos de opinión que lleva a cabo el INJUVE pueden ser consultados en su página web ([www.injuve.mtas.es/injuve](http://www.injuve.mtas.es/injuve)).

que despuntan, por la alarma social que generan y por su gravedad, el consumo de alcohol y de drogas, las prácticas sexuales de riesgo, la violencia y los trastornos alimenticios.

El consumo de alcohol está presente entre nuestros jóvenes, independientemente de su perfil socioeconómico. Las diferencias observables vienen marcadas por la cantidad y por el patrón de consumo. El mayor consumo se produce los sábados y, con frecuencia, en el marco del fenómeno conocido como el "botellón", experiencia que, en la España urbana, llegan a practicar entre el 1,5 y el 2% de los jóvenes de 15 a 24 años durante los fines de semana.

El consumo de drogas ilegales tampoco es desconocido para nuestros jóvenes: sólo un 54% del colectivo no ha probado nunca estas sustancias. El cannabis es la sustancia más popular: un 44,5% de los jóvenes la ha probado alguna vez y un 17% lo hace de forma habitual. Las anfetaminas son conocidas para más de un 13% y la cocaína para más de un 12%. Afortunadamente, el consumo habitual de estas sustancias es mucho más reducido y no llega al 1,5% de los jóvenes.

Otras conductas de riesgo destacadas arrojan cifras preocupantes entre nuestra juventud: cerca del 10% admite la práctica de sexo sin métodos anticonceptivos, algo menos del 15% está implicada en los accidentes de tráfico, y un 23% de los jóvenes ha participado en peleas callejeras o actos de violencia. Tampoco hay que olvidar los trastornos de conductas alimenticias (TCA): en España, los casos diagnosticados de obesidad alcanzan el 15% de la población infantil, mientras que la anorexia y la bulimia llegan a afectar al 4%.

## 2. EL COMPROMISO SOCIAL DE LAS CAJAS DE AHORROS CON LOS JÓVENES

En tanto entidades de crédito, las cajas de ahorros tienen la misión de movilizar el ahorro para la inversión en proyectos rentables para toda la sociedad, con los objetivos fundamentales de impulsar el desarrollo económico y financiero en sus ámbitos de intervención, evitando la exclusión social y financiera y retornando los beneficios obtenidos a la sociedad de la que forman parte. Es decir, la finalidad principal de las cajas de ahorro consiste en extender a toda la sociedad los beneficios de su

actividad como empresa, ya sea en su versión estrictamente mercantil o en cuanto a la distribución social de los resultados obtenidos.

En coherencia con todo ello, la misión de la Obra Social de Caixa Catalunya es devolver a la sociedad los beneficios conseguidos por el negocio que ésta le genera después de la dotación a reservas e impuestos, respondiendo de forma eficiente e innovadora a las necesidades sociales del momento.

Plantearse una intervención específica con el colectivo de jóvenes desde la Obra Social, es, por tanto, una consecuencia lógica de la propia definición de las cajas de ahorro. De ahí que todas las obras sociales de las entidades de ahorro contemplen a los jóvenes como un colectivo crítico de actuación. De hecho, en los distintos informes anuales de todas ellas, las iniciativas desarrolladas por y para los jóvenes se encuentran con frecuencia entre las más destacadas por su importancia y carácter innovador.

Para contribuir al bienestar y al progreso de nuestros jóvenes, desde la Obra Social de Caixa Catalunya trabajamos en diferentes líneas, ayudando a su formación e inserción laboral y facilitando su acceso a la cultura, el deporte o el ocio. Pero, sobre todo, hemos abordado una línea de acción dirigida a los más jóvenes, aquellos que se encuentran en una etapa vital especialmente vulnerable y que agudiza su susceptibilidad al entorno, dirigiendo una importante parte de nuestros esfuerzos a prevenir situaciones de riesgo y fomentar valores positivos entre los chicos y las chicas de entre 12 y 16 años.

### 3. LA INTERVENCIÓN DE LA OBRA SOCIAL DE CAIXA CATALUNYA DIRIGIDA A LOS JÓVENES

Nuestro primer programa dirigido directamente a los más jóvenes nació en el año 2001. Fue el programa de prevención del consumo de riesgo de alcohol *Quina canya!* (¡Qué caña!) y lo desarrollamos en colaboración con el Instituto Municipal de Salud Pública de Barcelona. El programa se hallaba, en un principio, dirigido a jóvenes estudiantes de Barcelona y su área metropolitana, aunque después se fue extendiendo debido a las demandas formuladas desde otras zonas. A lo largo de su existencia se recibieron solicitudes de diversas comunidades autónomas; la última cam-

paña oficial de esta iniciativa, en el curso 2004-2005, abarcó toda Catalunya.

El programa *Quina canya!* consta (cabe utilizar el tiempo presente porque, aunque actualmente no está entre los programas continuos de Caixa Catalunya, se sigue procurando atender a esta demanda) de una guía didáctica audiovisual y de material educativo de apoyo. Durante el curso 2001-2002 se distribuyeron más de 200 copias de la guía audiovisual y se evaluó el grado de satisfacción de los educadores y los alumnos que participaron en la experiencia. También se realizó una evaluación cualitativa de la aplicación en clase y del impacto en los alumnos. En total participaron en esta evaluación 2.345 alumnos y 66 profesores de 59 centros, con una valoración global por parte de los profesores considerada "buena" o "muy buena".

En este momento nos encontramos en plena fase de desarrollo del programa de prevención del consumo de cannabis *xklolias.com*, un proyecto de la Fundació Viure i Conviure de la Obra Social de Caixa Catalunya, en colaboración con la Agencia de Salud Pública de Barcelona. Se dirige a escolares de 14 a 16 años, con el objetivo de aumentar sus conocimientos sobre los efectos y las consecuencias del consumo de cannabis, identificar la presión social para consumir que hay en su entorno y promover habilidades personales que permitan rehusar el consumo. El programa consta de diversos materiales para trabajar en el ámbito escolar y en los espacios de ocio, así como también para orientar a los padres: una sesión didáctica audiovisual, una guía del educador, un manual para los padres y una página web dirigida a los jóvenes.

El desarrollo de este programa tiene previstas tres fases:

1. Fase de elaboración y diseño de los materiales, ya finalizada, que se desplegó durante los años 2004 y 2005.
2. Fase piloto de intervención y evaluación, que se está llevando a cabo en un grupo de escuelas de la ciudad de Barcelona, de manera absolutamente controlada y restringida, con el objetivo final de poder evaluar la efectividad de las estrategias que el programa propone. La evaluación se está desarrollando durante el actual curso escolar 2005-2006.
3. Fase de difusión y diseminación, que se iniciará cuando finalice la evaluación del programa y supondrá la oferta de los materiales al resto de la

ciudad de Barcelona, Catalunya y España. Esta fase arrancará con el curso escolar 2006-2007.

Entre los proyectos que desde la Obra Social de Caixa Catalunya se iniciarán a corto plazo, cabe resaltar el programa *¡Cómo como!*, que nace con el objetivo de educar a los niños y las niñas en los hábitos, las actitudes y los comportamientos que los ayudarán a llevar una alimentación equilibrada. *¡Cómo como!* es un programa de prevención y, por tanto, de fomento de hábitos de alimentación saludable, que consta de dos partes, una puramente pedagógica y otra, más lúdica, en forma de concurso.

Junto a los programas descritos, cuyo ámbito de actuación predominante es la prevención de conductas de riesgo, la Obra Social de Caixa Catalunya impulsa otras iniciativas con el propósito de promover determinados valores entre nuestros jóvenes. En este sentido cabe destacar el programa *Vive y Convive* y el concurso *Tienes una historia que contar*, ambos enfocados al encuentro intergeneracional y al fomento de valores tales como la solidaridad o el compromiso.

El programa *Vive y Convive* da una respuesta solidaria a las necesidades de compañía de las personas mayores que viven solas y a las necesidades de alojamiento de los jóvenes universitarios que residen fuera de la ciudad. Esta iniciativa, que ha servido de referencia a otras muchas desarrolladas por diversas entidades a lo largo del territorio español, supone una contribución muy positiva al encuentro intergeneracional. En el mismo contexto se enmarca el concurso *Tienes una historia que contar*, un proyecto de comunicación intergeneracional cuyo objetivo estriba en fomentar el diálogo entre dos generaciones, los mayores y los jóvenes, a través de un concurso periodístico. El proyecto se basa en las entrevistas que mantendrán estudiantes de periodismo con personas mayores previamente seleccionadas para rescatar sus experiencias de particular interés narradas de primera mano.

#### 4. A MODO DE CONCLUSIÓN: LA VISIÓN DE CAIXA CATALUNYA EN LA INTERVENCIÓN CON LOS JÓVENES

El desarrollo de todos estos proyectos y de otras muchas iniciativas que Caixa Catalunya ha diseñado y ejecutado en los últimos años (y que, por razones de espacio, no es posible detallar aquí)

nos ha permitido extraer aprendizajes importantes. Hemos evolucionado así en nuestra forma de entender a los jóvenes y sus necesidades, y hoy sabemos un poco mejor cómo llegar a este colectivo, al que, aun cuando todos los adultos hayamos pertenecido a él, nos cuesta con frecuencia reconocer y comprender.

Las evaluaciones realizadas hasta hoy incluyen la recogida de opiniones de los participantes en los programas realizados: los propios jóvenes, los profesores, etc. Sin embargo, todavía carecemos de una evaluación de impacto comprehensiva y objetiva. Es decir, conocemos la opinión que merecen los diferentes programas lanzados por Caixa Catalunya, pero no el efecto y la incidencia real en el cambio de comportamientos de riesgo como consecuencia de la participación en estos programas.

Conscientes de esta carencia, los nuevos programas incorporan una sistemática de evaluación de su impacto. Así, está previsto que, antes de lanzar la campaña global del programa de prevención del consumo de cannabis, se disponga de una evaluación de la efectividad en la reducción de consumo de este estupefaciente entre los jóvenes que ya están participando en el programa.

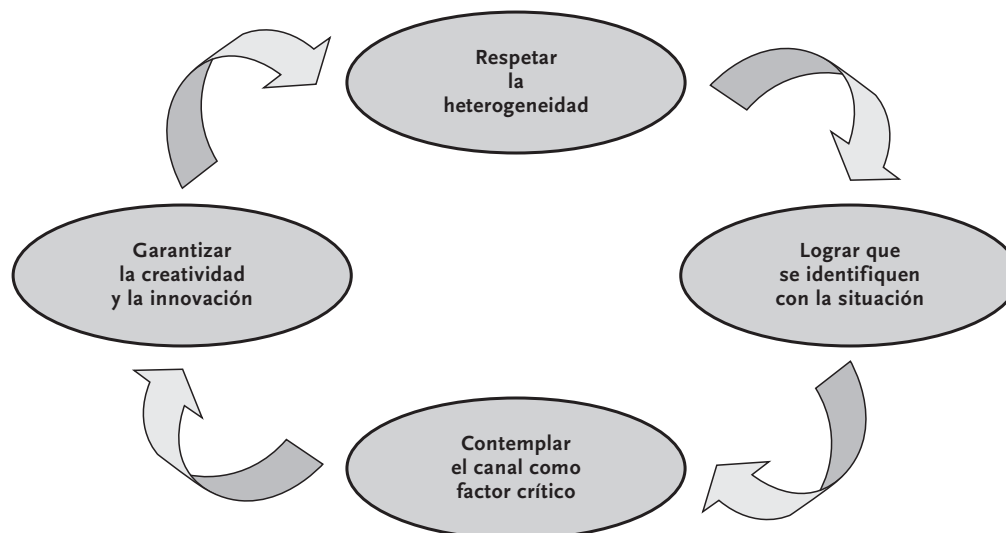
Sin embargo, a falta de este tipo de resultados, la experiencia del desarrollo de estos programas hasta hoy sí permite formular algunas conclusiones sobre cómo plantear estas intervenciones con el fin de lograr el interés de los participantes y el efecto positivo deseado:

- Los jóvenes reconocen el valor de la información y agradecen que les sea transmitida por una fuente fiable y con autoridad respecto al contenido. Por ello reviste importancia la elección de los agentes que transmiten los mensajes escogidos, toda vez que ellos se pueden convertir en un modelo a seguir. Así, en el programa *Quina canya!*, la colaboración de alumnos de mayor edad realizando el acompañamiento de los más jóvenes fue valorada muy positivamente por la mayoría de los implicados.

- Se precisan mensajes claros, contundentes, innovadores y unívocos, pero un exceso de ellos acaba provocando la pérdida de efectividad. Dicho más concretamente, si todos los trasmitimos lo mismo, utilizando para ello canales similares, no captamos su atención. Debemos ser conscientes de que son muchas las voces –padres, profesores, poderes públicos, asociaciones, etc.– que les avisan constantemente sobre los mismos peligros que les acechan.

GRÁFICO 1

LOS EJES DE LA INVERSIÓN SOCIAL DE CAIXA CATALUNYA CON LOS JÓVENES



– La experiencia nos ha mostrado también que es conveniente aprovechar todos los canales posibles para llegar a los jóvenes. Si en un principio las iniciativas de Caixa Catalunya incluían a los padres y las escuelas, actualmente se ha ampliado este marco de acción. Por ejemplo, en el programa *xklolias.com* se ha previsto incluir la acción directa en los espacios de tiempo libre. Sin embargo, esta misma necesidad entraña la dificultad de coordinar de forma eficiente a agentes procedentes de diversas instituciones con intereses y visiones no siempre alineadas con un mismo criterio, y con los que el trabajo previo para conseguir la coherencia necesaria se hace imprescindible.

Organizar todas estas experiencias, y plasmarlas en un modelo como el que refleja el gráfico 1, permite construir un marco teórico para la realización de los programas sociales dirigidos a los jóvenes, basado en cuatro ejes críticos:

1. *Respetar la heterogeneidad.* La juventud abarca a un colectivo muy amplio que agrupa perfiles muy diferentes y dentro del cual cada uno aspira a distinguirse de los demás. Los jóvenes no quieren sentirse confundidos dentro de la globalidad de un concepto impersonal y no aceptan el mensaje si éste no respeta su diferencia.

2. *Lograr que los jóvenes se identifiquen con la situación.* Respetando la diferencia, el reto estriba en lograr que los jóvenes se identifiquen con los mensajes que se transmiten. El punto crítico radica en acertar con el modelo escogido; los grupos de los más mayores, los personajes públicos, etc. pueden servir, pero es preciso analizar con cuidado y sensibilidad si constituyen un auténtico referente.

3. *Contemplar el canal de transmisión como factor crítico.* Llegar a los jóvenes es una tarea siempre compleja para la cual es necesario servirse de todos los canales posibles, desde los padres hasta los agentes de ocio, y es necesario utilizar los medios adecuados. Hoy en día hablar de jóvenes es hablar de Internet, videojuegos, SMS, etcétera.

4. *Garantizar la creatividad y la innovación.* El impacto y la sorpresa ayudan a captar la atención. La creatividad se convierte en un factor imprescindible que debe formar parte del mismo mensaje.

Estos cuatro ejes proporcionan una metodología para la realización de programas sociales destinados al colectivo de la juventud. Ahora bien, la continua revisión de sus resultados y la colaboración con los agentes expertos constituyen ele-

mentos imprescindibles para asegurar la aceptación de estos programas por parte del público al que pretenden alcanzar. Por otra parte, el desarrollo de estos programas de tipo preventivo dirigidos a amplios grupos de jóvenes se ha de completar con programas dirigidos a grupos específicos con alto riesgo de exclusión y que, por tanto, requieren actuaciones muy enfocadas a problemáticas concretas y de un trato más próximo. Como caja de ahorros también estamos implicados en estos programas.

En definitiva, en Caixa Catalunya consideramos que nuestra Obra Social tiene que hacer un esfuerzo especial por acercarse a los más jóvenes. En ese camino estamos.

