

### **APORTACIONES DEL TERCER ENCUENTRO DE LA MESA “BOTELLON”.**

En ésta tercera sesión la reflexión se ha centrado fundamentalmente en las características que deberían reunir las campañas que han de ponerse en marcha con finalidad de:

- RECABAR la opinión de los y las jóvenes en los asuntos que les afectan
- PREVENIR el consumo de alcohol y otras sustancias adictivas, informando en los efectos sobre la salud de los mismos.
- ORIENTAR en el consumo responsable.
- SENSIBILIZAR a los adultos (familia) respecto a su papel referente.
- REPARAR la imagen social negativa de los jóvenes.
- REFORZAR la necesidad de implicación e integración social de los mismos.
- FACILITAR el conocimiento de alternativas de ocio.

Se aportó que dichas campañas deben:

- estar dirigidas de los y las jóvenes a los y las jóvenes. DE TU A TU. DE IGUAL A IGUAL.
- contar con la participación de los propios JOVENES como MEDIADORES DIRECTOS. DE JOVEN A JOVEN. En tal sentido se propone la conveniencia de FORMAR A LOS Y LAS JOVENES como tales, tanto para recabar información, como para trasladar mensajes.
- IMPLICAR activamente a los y las jóvenes. Se propone convocar UN CONCURSO para el diseño de CAMPAÑAS NO INSTITUCIONALES hechas por los y las propias jóvenes.
- considerar la DIVERSIDAD EXISTENTE entre los y las jóvenes. Ser INCLUSIVAS. Todos han de verse reflejados.
- utilizar el LENGUAJE de los y las jóvenes.
- Utilizar sus SISTEMAS DE COMUNICACIÓN. (NTIC, grafitis, rap, hip hop, etc.).
- generar una RED INTERCENTROS educativos.
- promover el ASOCIACIONISMO JUVENIL.
- desarrollarse en AMBIENTES DE ENCUENTRO Y OCIO JUVENILES.
- ser CREIBLES y con visibilidad en lo que se promete.
- enfocarse con PERSPECTIVA DE GENERO.

- ser DIVERTIDAS.
- destinarse a OFRECER ALTERNATIVAS de ocupación del ocio.

Se refiere como modelo de otras localidades el programa o campaña IMAGINA TU NOCHE .

Se considera también que debe haber CAMPAÑAS específicas DIRIGIDAS A LOS ADULTOS (FAMILIAS) y/o a la sociedad en su conjunto para concienciarlas respecto a los hábitos de consumo y la referencia que ello implica para lxs jóvenes. Al igual que de la responsabilidad legal que les afecta como padres.

De la misma manera se entiende que debe haber campañas específicas destinadas a reparar la imagen negativa que la sociedad tiene de lxs jóvenes. CAMPAÑAS EN POSITIVO de lxs jóvenes. Crear un reconocimiento anual a TRAYECTORIAS JUVENILES

Finalmente se apunta la importancia de que el Ayuntamiento apueste decididamente por este tema, comprometiendo en él recursos humanos, técnicos y económicos. Que se parta de un diagnóstico de la realidad y se proponga unos objetivos como superación de las necesidades o carencias existentes. Todo ello podría encontrar espacio en la elaboración de un PLAN LOCAL DE JUVENTUD, así como en la reactivación del CONSEJO LOCAL DE LA JUVENTUD.

Cádiz, 4 de octubre de 2017.

PLAN  C