

ADOLESCENTS I LLEURE, CLAUS I ESTRATÈGIES

Dra. M. Àngels Pavón Ferrer

Estructura de la presentació

1. Anàlisi de possibles motius de la desmotivació dels joves en els espais de lleure educatiu
2. Protagonisme i participació, possibles estratègies
3. Possibles criteris per a les activitats de lleure adreçades als joves
4. Competències dels educadors que treballen amb els adolescents

Si aprofundim en la realitat actual sobre el lleure i els adolescents en el nostre entorn, trobarem grans canvis en els últims anys: la incorporació de les noves tecnologies en la quotidianitat dels joves, el canvi en els hàbits de consum, diversitat i multiplicitat d'ofertes en el temps de lleure, la incorporació de la metodologia i propostes habituals en el lleure en altres àmbits com l'escolar o les empreses comercials. Conjuntament augmenta la reivindicació per sectors de famílies de propostes alternatives: el moviment "maker", d'aprendre a partir de fer-ho, el joc dins de l'espai familiar, el turisme actiu... Així com mostren els estudis de famílies implicades en l'educació... Són clares tendències que influencien la proposta que des de centres juvenils, esplais i sectors del lleure d'iniciativa social observen i viuen, i davant de les quals han de donar resposta.

Massa sovint sentim comentaris des del sector: "és que els adolescents es cansen, no saben mantenir un compromís", "es cansen de tot, ja no els sorprèn res" "nosaltres que sempre hem estat esplaieros, i ara el nostre fill no hi vol anar, prefereix quedar-se amb la maquineta", "és que les colònies ja no són com abans: que si anglès, que si informàtica, que si dansa... abans portàvem quatre tendes i un riu, era suficient"... Massa sovint ho sentim per pensar que res no ha canviat. Tenir nostàlgia per aquest passat, encara no tan llunyà, de ben segur que no ens ajuda a trobar vies de trobada amb l'adolescent i el jove.

1. Anàlisi de possibles motius de la desmotivació dels joves en els espais de lleure educatiu

És evident que l'oferta de què fer en el temps lliure ha canviat molt en els últims anys. El temps que l'esplai era l'únic espai creatiu i lúdic possible per a l'adolescent està molt lluny, i per tant els objectius inicials d'aquelles plataformes de proposta positiva en el temps de lleure dels adolescents han canviat molt. El carrer era l'única alternativa que competia amb l'esplai..., eren espais també de llibertat menys habitual en les famílies, l'oportunitat única de dormir fora de casa amb els amics, l'oportunitat de sortir sense la vigilància de pares... Estareu d'acord que les festes pijama s'han avançat fins als 8 anys, que la possibilitat de sortir i la flexibilitat d'horaris ha canviat, i que no hi ha centre comercial que no ofereixi tallers, manualitats o rocòdroms improvisats tots els caps de setmana mentre la família compra. La forma de contactar amb amics ha canviat, i amb un mòbil a la mà puc tenir una mitjana de 500 o 600 amics amb qui tenir contacte quasi d'immediat. Som davant de la multiplicitat d'oferta de consum de lleure, "d'usar i llençar".

Segons els estudis de perfils de joves actuals podem parlar d'alguns trets comuns en el seu temps de lleure. Anomenarem la generació de la qual parlarem "post-mil·lennial". D'on sorgeix el terme? Es coneix com Mil·lennial o Generació Y els qui van arribar a la majoria d'edat a la primera dècada d'aquest segle. Van néixer entre 1982 i 1992 i van créixer en un entorn de prosperitat i d'aparició de les noves tecnologies. La revista *Ad Age* va utilitzar per primera vegada aquest terme per diferenciar una generació ben formada, que es mou per vocació i amb una elevada autoestima.

S'ha anomenat post-mil·lennial l'univers dels nois i noies que van néixer entre el 1997 i 2000 i que arribaran a la majoria d'edat en aquesta dècada. Altres autors els anomenaran Generació Z o amb altres terminologies, ja que encara no hi ha consens i disposem de diferents termes. Però com són els adolescents actuals, parlem d'algunes xifres extreïdes dels estudis consultats.¹ Em proposo fer un perfil a partir dels estudis de proximitat realitzats que ens donin una idea de conjunt que ens pugui donar peu a trobar estratègies adequades d'intervenció des del món del lleure:

- **Són nadius digitals però no més digitals que la resta de la societat**

El 46% dels adolescents es connecta cada dia a les xarxes socials. El 64% considera que són útils els recursos d'internet per al seu futur. Però cal tenir present que la població de 14 a 55 anys es connecta cada dia a les xarxes socials en un 66,3%. Per tant probablement no es tracta d'una "dependència" únicament dels joves, com a vegades es culpabilitza, sinó de tota una societat en canvi. Probablement la diferència entre, per un costat, joves i adults, i per l'altre, els adolescents, es deu al fet que el menor accés del segment "més joves" és l'accés més limitat als Smartphones. Així, amb les dades dels joves d'entre 12 i 16 anys el fet de ser nadiu digital no implica un major ús d'internet i de les xarxes socials respecte a la mitjana dels qui es troben entre els 14 i els 55 anys.

- **Són pessimistes respecte el futur de la societat:**

- Un 50,2% dels adolescents veu el futur incert. Però creuen en si mateixos, en el valor de l'esforç per canviar la situació, de fet creuen que el seu futur personal no serà tan pessimista com el de la societat en general (això ho valora un 81,1% i un 78% pensa que pot superar les dificultats i trobar les seves aspiracions).
- Un 56% associa ser autònom a adquirir responsabilitats i a ser responsable dels seus actes, per sobre del 15%, que pensa que és marxar de casa dels pares o el 2%, que entén que és formar una família, o el 5% que opina que és fer el que un vulgui.
- Un 72% té clar què vol fer després de l'ESO (61% fer batxillerat i carrera, un 18% formació professional, 8% aprendre un ofici fora de l'FP i un 3% posar-se a treballar).
- I aquest futur, com el valoren: el 34% té un perfil familiar, les seves aspiracions es relacionen amb tenir una família i tenen menys interès en estudis superiors. El 29% pensa que les seves aspiracions estan enfocades a formar-se i tenir una bona feina i un 37% té aspiracions més vocacionals i centrades a fer el que els agrada.

¹ Fundació Adsis, (2013). *El futuro empieza Hoy. Estudio de conclusiones*. Accés obert a la xarxa: <http://www.fundacionadsis.org/>
 Gonzalez Anleo i altres (2010). *Jóvenes españoles 2010*. España-Ediciones SM-FSM: Madrid

A partir d'aquestes conclusions, que ens porten a un perfil de l'adolescent actual respecte el seu present i les seves aspiracions de futur, ens centrem en la seva realitat del lleure respecte els canvis esdevinguts en els últims anys. Algunes conclusions extreïdes des del treball diari amb adolescents ens porten a parlar de dues irrupcions principals en l'última dècada:

- **La introducció del lleure online en la quotidianitat dels adolescents** i de les seves famílies porta a realitats on no hi ha espais d'avorritment ni en blanc. Si estic a casa i no surto, sempre tinc la possibilitat d'estar connectat: xarxes socials, jocs online... Omplen hores i hores en què no hi ha espai en blanc o de recerca d'alternatives a estar fora de casa. Les pròpies famílies viuen aquesta realitat d'una forma contradictòria. Per una banda, els dona espai de tranquil·litat: estan a casa i no han de patir pel perill que representa el carrer, disminueixen les discussions respecte qüestions com hores d'arribada o persones acompanyants i és un lleure molt econòmic. Aquest control de l'espai i l'activitat porta a no haver de preocupar-se en aquelles hores per possible consum d'alcohol, tabac o altres substàncies... De forma contradictòria, alguna cosa els indica que tantes hores "enganxats" poden no ser positives (d'una forma molt ambigua, la intuïció ens porta allà, però sense grans argumentacions) i que l'aïllament familiar augmenta (no ens discutim, però no parlem). La vivència es realitza des de la gran bretxa que suposa les diferències entre com era el lleure dels pares versus el lleure dels fills.

- **El consumisme com una proposta de lleure.** Quan sortim de casa, els espais de trobada i de lleure solen estar enfocats a espais de consum: centres comercials, multisales, "sortir de compres"... És lloc de trobada i d'estada. Molt lluny d'espais naturals i força lluny d'alternatives que no passin per "gastar" i comprar oci.

La introducció a aquests espais de consum s'inicia des d'edats molt primerenques, oferint tardes de cap de setmana que incorporen espais de "cangur" gratuït mentre els pares compren, o activitats amb aparença alternativa i creativa que passen habitualment per la compra d'un determinat producte o patrocini d'una marca determinada. Són innumerables les possibilitats de lleure de consum: cotxes que van sols pel centre comercial, rocòdrom al costat de les principals cadenes, parcs infantils integrats en l'arquitectura del propi centre comercial, pintar cares o fer manualitats... Tot ofert des de la "compra" de l'activitat; i educats des de ben petits fins arribar a l'etapa adolescent. És una oferta familiar, per a contentar tothom, petits, grans i adolescents... Possibilitat de tardes sense discussió d'on anar... Però es pot fer un plantejament més enllà, es pot fer crítica a aquesta aposta... ¿Quina alternativa pot suposar l'educació en el lleure que proposi un projecte diferent per als nois/es i per a les seves famílies.

Davant d'aquestes irrupcions en el camp del lleure, cal fer l'anàlisi de **possibles motius de la desmotivació dels joves en els espais de lleure educatiu**. Què oferim?

- Compromís i continuïtat, davant de puntualitat i oferta "a la carta" del moment.
- Ser passiu davant de l'oferta versus haver de construir conjuntament l'oferta.
- Davant del luxe i el consum, l'austeritat de la proposta.
- Davant de la manca d'espais en blanc, de poder badar, "passar temps", espais per a la possible creativitat i construcció.
- Comoditat versus esforç i motivació.

Cal, doncs, empaitar algunes estratègies que permetin als adolescents fer una aposta per una proposta de continuïtat, que els impliqui personalment a ells i el seu esforç, que prioritzi la

creativitat i que s'allargui més o menys en el temps a partir de mantenir interessos compartits. El punt de partida és complicat, potser si parlem del punt d'arribada, de l'objectiu a assolir, aconseguirem entendre algunes claus que ens puguin ajudar.

Quines són les nostres "eines" per poder trencar aquests elements clau amb la "competència" en el lleure que se genera?.

- La possibilitat de **construir relacions autèntiques**, perdurables en el temps. La creació de **grups cohesionats** que aportin, des de la diversitat de les persones, un espai **d'acceptació personal** per compartir experiències i vida. Seran relacions no basades en l'aquí i ara, sinó que integraran la pròpia persona des de la seves possibilitats, però també des de les seves mancances. Aquest és un imant per a l'adolescent molt potent, però difícil de construir. Que implica temps, acció i proposta educativa. Però, una vegada construït, solidifica el nostre compromís amb el centre de lleure.
- Possibilitat **experiències alternatives**, que puguin contactar amb alguns dels **valors** que aquests joves mantenen. Els estudis ens parlen d'adolescents i joves sensibles al dolor i oberts a la solidaritat. La proposta d'un lleure educatiu marcadament compromès amb causes socials, ambientals o solidàries en general.
- **L'esport** no competitiu, com a fórmula de joc i de gaudir en grup.
- L'obertura a **espais de creativitat i d'experimentació**: la música, el teatre, les arts plàstiques, que obrin espais a la construcció per a un mateix.
- El **contacte directe amb la natura i la vivència d'entorns** poc presents en el dia a dia. L'experiència de contemplar la natura de forma diferent i directa.

Probablement aquests quatre eixos estan presents en qualsevol dels projectes educatius de lleure de qualsevol dels centres amb què treballem. Però per què no arriba la proposta, si és vàlida en la vida dels adolescents i joves amb els quals volem treballar?

Segurament hi ha d'haver diferents motius, només m'atreveixo a assenyalar-ne alguns:

- Implica un esforç de posar-se en marxa, de sortir de la nostra àrea de confort i seguretat, de la facilitat de la "play" i del sofà... i això costa, als joves i als grans. Què en trec de profit? Aquí s'està bé, tranquil i a gust.
- Manca de coneixement del que es fa i de com es fa. Queda reduït a uns quants que ho coneixen directament perquè han pujat des d'etapes més primerenques, o de famílies més implicades en aquests processos.
- Implica deixar a un costat un altre tipus de lleure: de consum, de llibertat i marcatge de propostes.
- La proposta del lleure educatiu no és immediata. El fer grup, el fer experiències diferents, la participació, implica un procés i, per tant, temps. Aquests itineraris de vegades no tenen cabuda en adolescents i famílies que busquen la immediatesa.

2. Protagonisme i participació, possibles estratègies

La temptació és molta: fent activitats de consum donem el que els joves reclamen: la gimcana al centre comercial, la tarda de cinema o la marató de videojocs... Oi que és el que els agrada? Però genera molts dubtes... Què aporta a la seva quotidianitat i en l'aspecte educatiu? És important no perdre la finalitat de la nostra proposta, i és important no vendre el nostre objectiu

a les mans de la garantia de tenir “clientela”. Una cosa és l’excusa de trobar-nos, de fer convocatòria... I una altra cosa és les finalitats que ens plantejem.

Diríem, doncs, que el protagonisme dels joves i la seva participació en la proposta educativa són fonamentals perquè la nostra proposta d’educació en el lleure tingui sentit. No obstant això, entendrem ràpidament que serà imprescindible un procés des de la iniciativa individual a l’autogestió, de la proposta externa a la participació comunitària... un procés educatiu que caldrà acompanyar.

3. Possibles criteris per a les activitats de lleure adreçades als joves

Cal tenir present la diferenciació entre els tipus d’activitats en funció del temps i la proposta que se li fa al jove. Crec que les **activitats de convocatòria**, és a dir, aquelles a les quals accedeixen joves que no són de l’entitat, en tant que vulguem accedir a nous destinataris o fer convocatòries més àmplies, han de garantir:

- Ser molt **atractives** als ulls adolescents, han de respondre al sistema de valors i perfils als quals volen accedir i estar contextualitzades a les zones on està compromesa l’entitat. Han de ser activitats “ham” on els joves possibles destinataris puguin ser “pescats”. Si fem ofertes que impliquin una proposta per a massa temps, un compromís inicial no ajustat..., probablement no s’hi accedirà. Així algunes entitats obtenen molt bons resultats amb campanyes de proposta amb alguns d’aquests criteris:
 - **Gran difusió** en els entorns on es mouen els joves: instituts, parades de trens, xarxes socials, etc.
 - **Activitats puntuals i intenses**: propostes esportives (12 hores de futbol, tallers de música intensius, marató de jocs on line o formació en activitats d’actualitat (qui sap, avui potser zumba, ioga... demà segurament canviarà) i que puguin incorporar una novetat a la qual ells no puguin optar fora de l’espai organitzat: fer-ho per una causa solidària, fer-ho en hores intempestives (incorporem la nit com a element atractiu al jove, amb recursos de què normalment no disposen o en entorns alternatius...), accedint a diversitat de cultures o orígens, etc.
 - **Acompanyament personal** dels possibles “monitors” o “dinamitzadors”, que en moments adequats poden fer propostes personalitzades i interessants a aquells adolescents o joves. Les activitats de convocatòria no tindran cap sentit sense la figura del referent que pugui aportar la invitació a propostes posteriors més estables. Finalment resultarien, de nou, activitats de consum.

Les activitats de continuïtat, aquelles amb característiques més estables, però encara no de gaire compromís amb l’entitat, han d’atraure el jove des de diferents perspectives:

- Des del punt de vista del **grup**. Serà l’imant a la proposta del jove més potent. La generació d’un ambient positiu, on em pugui sentir integrat i acceptat genera una fórmula molt atractiva, on l’activitat serà l’excusa de trobada amb els altres amb els quals he pogut connectar.
- Ha de comptar amb uns **tempus adequats**: els compromisos al començament no poden ser llargs, perquè espantaran la possibilitat de trencar amb rutines establertes. Serà més positiu funcionar per campanyes o propostes allargades, però no necessàriament de curs o de trimestre. Podem optar per un temps o un altre en funció de la proposta d’activitat o projecte concret. Més endavant, en la consolidació d’un compromís, serà quan podrem aprofundir en una proposta més

llarga que ens permeti assoliments educatius més potents. Cal no perdre de vista la importància de la voluntarietat de la participació, que en moltes ocasions no anirà acompanyada de la insistència dels adults de l'entorn, i que implicarà la pròpia motivació de l'adolescent per poder participar de la proposta.

- Una **activitat connectada amb els valors** d'aquests joves i que pugui generar un espai alternatiu en la seva quotidianitat: una causa solidària, esportiva o creativa pot donar peu a activitats atractives per a ells d'una forma senzilla i amb un horitzó proper, no gaire llunyà.

Si realment volem aprofundir en un projecte educatiu amb adolescents i joves que pugui arrelar en la construcció de la persona des del lleure, la proposta d'activitat ha d'anar més enllà i ha de poder accedir al compromís i la inserció en la comunitat del propi adolescent i jove.

Aquestes activitats, per tant, han de complir alguns requisits, que seran a la vegada els aspectes motivadors per aquests joves destinataris:

- **Generar espais de compromís i solidaritat** amb l'entorn: la proposta de voluntariats, de camps de treball d'estiu i durant el curs, d'accions mediambientals, etc. Poden constituir plataformes que generin sentit en els propis joves i que realment suposin reactius a la seva continuïtat. Han de tenir present la maduració del grup de joves al qual va dirigit i el moment en què es troben. Segurament existeixen moltes possibilitats a l'entorn pel que fa a la durada i la finalitat que poguessin respondre als seus interessos i possibilitats.
- **Generar espais autogestionats i participatius**. Amb una marcada intenció educativa que permetés, a través de l'acció, educar el propi esperit crític de l'adolescent, la seva implicació i participació directa tant en l'activitat com en la preparació, l'opció i la valoració d'aquesta. El compromís de l'adolescent augmenta, així com la seva identificació amb el projecte.
- **Fer processos d'acompanyament personalitzat** a l'adolescent que individualitzi el jove i que permeti educar-lo des de la seva realitat concreta i fer propostes ajustades a les seves inquietuds.
- **Cuidar el grup com a motor de canvi social**, i per tant cal acompanyar la persona però també el grup i l'ambient que en genera. Principalment, aquesta estratègia generarà compromís i cristallització de la proposta.

4. Competències dels educadors que treballen amb els adolescents

Amb tots aquests objectius generats, és evident la necessitat de promoure un perfil d'educador en el lleure amb unes competències que permetin la connexió amb el jove.

Com a conclusió de la meua aportació en el congrés, m'atreveixo a anunciar-ne a algunes, que en moltes ocasions passarà per una aposta formativa des de les entitats:

- **L'educador ha de donar continuïtat al projecte**. Els canvis en els equips educatius dificulta la visibilització d'un referent per al jove i per al seu grup. Una de les característiques a cuidar i preservar és una certa estabilitat d'equip que referenciï el propi grup.

- **Educadors connectats amb els interessos dels joves.** Han de ser coneixedors dels seus llenguatges i interessos. Evidentment, la distància, a vegades de pocs anys, pot suposar en moltes ocasions abismes (es parla de canvis generacionals actuals en 5 anys), però l'interès pel món de l'adolescent ens sembla imprescindible.
- **Importància dels llenguatges adolescents.** Cal poder estar formats en competències creatives que apropin els llenguatges adolescents: visuals, expressius i de creativitat. Si no és el cas, i es detecta la mancança, cal compensar-ho d'alguna manera: el tradicional tallerista especialitzat o col·laborador que ens ajudi a connectar amb aquest món adolescent.
- **La força de l'equip educatiu.** La proposta educativa tindrà sentit si l'equip li'l dóna. No és temps d'individualitats, i aquesta interrelació entre educadors dotarà la proposta educativa del lleure de molta força. Els equips cohesionats, que es compensen i formulen, que innoven i proposen, representen també un referent col·lectiu positiu a la visió dels propis adolescents.
- **Amb temps.** I és que l'acompanyament dels joves implica processos, i aquests impliquen temps. La importància dels espais més reglats, dels temps morts, de les converses amb intenció o sense, acaben resultant els elements més educatius i de relació de què disposa en moltes ocasions l'entitat per tirar endavant el projecte. Així, l'educador ha d'estar atent a aquests espais i disposar de temps a "gastar" amb el jove.
- **Ha d'esdevenir un referent.** I és que l'educador es mostra per al jove com un element del món adult més proper de com pot ser el futur. Esdevé un horitzó de vida, de valors, de relacions, que el jove vol conèixer i en vol tenir referents. Així que l'educador pot esdevenir un adult proper clau en el procés educatiu del jove.
- **Inserit en el context.** Cal que la proposta estigui contextualitzada, i això serà impossible amb educadors "paracaigudes". Serà necessari un coneixement en profunditat de la zona, de la realitat social viscuda i dels referents de barri o ciutat del jove. Aquest coneixement i compromís de l'educador amb l'entorn permetrà una resposta ajustada i respectuosa amb la realitat del propi jove.

Bibliografia

- Bernete, F. (2010) "Usos de las TIC, relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes". *Revista de estudios de Juventud*, núm. 88 Ed. INJUVE.
- Chistakis, N. y Fowler J. (2010) *Conectados*. Madrid: Taurus.
- Elzo, J. (2005) *L'educació del futur i els valors. Debats d'educació*. Barcelona: Fundació Jaume Bofill.
- Elzo, J. (2006) *Los jóvenes y la felicidad*. Madrid: PPC.
- Elzo, J. (2008) *La voz de los adolescentes*. Madrid: PPC.
- Moreno, A. (2012) *Informe juventud en España*. Madrid: INJUVE.
- Silbereixen, R. i Lerner, R. (2007) *Approaches to Positive Youth Development*. London: Sage.
- Taberero, C. Aranda, D. Sánchez Navarro, J. (2010) "Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje". *Revista de estudios de Juventud*. Madrid: Injuve.