

**“URBAMAN”**

**PROJECTE CÍVIC DE PROMOCIÓ DEL  
VOLUNTARIAT JOVE**



**Projecte realitzat per:**

**MOZI**  
Centre de lleure alternatiu

**MEMÒRIA**

## ÍNDEX

|   |    |
|---|----|
| Pròleg.....   | 2  |
| 1.- ANTECEDENTS .....   | 3  |
| 2.- OBJECTIU DEL PROJECTE .....   | 4  |
| 3.- DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE.....  | 4  |
| 4.- JUSTIFICACIÓ DE LES SOLUCIONS ADOPTADES .....                           | 6  |
| 4.1.- OBJECTIU DEL PROJECTE.....  | 6  |
| 4.2.- CREACIÓ DEL CÒMIC .....   | 8  |
| 4.3.- DIFUSIÓ DEL CÒMIC.....  | 8  |
| 5.- PERIÒDE I ÀMBIT DEL PROJECTE.....                                       | 9  |
| 6.- COL·LECTIUS ALS QUÈ S'HA ADREÇAT I NOMBRE PREVIST DE BENEFICIARIS ..... | 10 |
| 7.- RELACIÓ DE RECURSOS UTILITZATS.....                                     | 10 |
| 8.- PRESSUPOST.....   | 10 |
| 9.- CONCLUSIONS.....  | 11 |
| 10.- DOCUMENTS INCLOSOS EN EL PROJECTE.....                                 | 13 |

## **Potser algun dia deixin als joves inventar la seva pròpia joventut**

Quino

Filosofo-humorista

### **Pròleg**

Els que portem anys vivint i treballant per Rubí hem observat les grans contradiccions que hem de suportar els habitants d'aquesta ciutat, una població de l'Àrea Metropolitana amb moltes deficiències i sovint menyspreada pels poder polítics i fàctics. A més, un cop caiguda la dictadura, són poblacions com la nostra la que més han patit les problemàtiques vinculades al progrés i els conflictes socials de l'agenda catalana de les dues últimes dècades. En aquests casos, i com tots sabem, les problemàtiques s'accentuen en la franja de població socialment més dèbil i més sensible als canvis, els joves.

Cal ser conscient que aquest col·lectiu afronta noves problemàtiques fruit dels últims canvis socio-econòmics: l'augment de la precarietat laboral i del preu de l'habitatge, el nou fenomen migratori, l'auge del capitalisme liberal, la globalització, etc. Novetats que es tradueixen en noves demandes i necessitats de la nostra joventut: accés a un treball i habitatge dignes, la continua formació de qualitat i a la participació ciutadana. I és alhora de la seva introducció a la ciutadania activa on els joves troben bona part de les mancances que la societat sembla no voler paliar. Precisament, aquest projecte vol posar el seu gra de sorra a augmentar la participació activa dels joves a la ciutat mitjançant una de les eines més engrescadores i eficaces que coneixem, el voluntariat.

**NOTA: Aquest pròleg està realitzat a partir de aportacions personals dels promotors del projecte i a partir del Manifest de la Joventut de Rubí.**

## 1.- ANTECEDENTS

De l'entitat promotora d'aquest projecte, el Centre de Lleure Alternatiu Molí21, s'ha de dir que sorgeix com a un col·lectiu d'antics monitors del Centre d'Esplai l'Eixam i s'emmarca dins la sensibilització social i la promoció de la cultura entre la població juvenil i adulta.

Les mateixes característiques sociològiques del membres de l'entitat ens han portat a iniciar el nostre treball a Rubí amb el col·lectiu generacional amb què més ens identifiquem i que, segons creiem, és un dels que requereix més atenció a la nostra ciutat, els joves. En un context social marcat per l'increment dels valors associats a l'individualisme i la competitivitat salvatge, hi ha joves que volen ocupar el seu temps lliure treballant per la col·lectivitat des d'una perspectiva de militància cívica, entenent que no és possible la felicitat personal si aquesta no s'acompanya de la felicitat col·lectiva. Creiem que s'ha de potenciar aquesta virtut i remoure consciències entre els joves perquè es plantegin aquesta possibilitat.

La nostra ciutat no és cap excepció. La pròpia evolució de la ciutat ha portat a un dèficit de Voluntariat en un municipi on el creixement del nombre d'entitats sense ànim de lucre va ser molt important durant la transició i els primers anys de democràcia. El paper d'aquestes associacions, però, creiem que està en perill si no s'aconsegueix el relleu generacional que sembla ser que no s'està produint. En aquest context sorgeix la voluntat de realitzar un projecte ambiciós on s'emmarca el següent **Projecte de Promoció del voluntariat jove "Urbaman"**.

S'ha de dir que aquest projecte sorgeix davant una necessitat bàsica a Rubí, una ciutat amb greus problemes de convivència i de lleure per a joves i infants.

## 2.- OBJECTIU DEL PROJECTE

Aquest projecte pretén principalment **proporcionar el voluntariat jove a Rubí**. A part, però, i encara que amb algunes limitacions, considerarem els següents objectius a treballar:

- Fomentar valors bàsics per la convivència en solidaritat i respecte.
- Reivindicar el paper del voluntariat dins la societat rubinenca i, en especial, el paper dels educadors en el lleure.
- Potenciar la participació dels joves rubinencs en el moviment associatiu.
- Difondre els valors del lleure: cooperació, reflexió, creativitat...
- Conscienciar, en positiu, sobre la problemàtica d'un excés d'individualisme a la nostra societat.
- Potenciar les actituds solidàries i cíviques dins l'àmbit de l'associacionisme educatiu.
- Fomentar el Respecte al Medi Ambient en els joves.
- Remoure consciències dins de la població juvenil rubinenca.

## 3.- DESCRIPCIÓ DEL PROJECTE

El projecte es basa en un objectiu humà molt definit (els joves) i una acció també molt concreta, **la creació i difusió d'un còmic sensibilitzador sobre la tasca del voluntariat**. En quant al propi procés del projecte, el podem dividir en dues fases clares:

**a) Creació del còmic:**

Un cop es va escollir el còmic com a eina de difusió, es busca un il·lustrador que vulgui col·laborar i s'ajusti al perfil humà (jove, creatiu etc..) que requeria el projecte i se li proposa la idea. Un parell de membres de l'entitat i el propi il·lustrador s'encarreguen de realitzar el guió del còmic i posteriorment s'il·lustra. Tan en el guió com en els dibuixos s'intenta dotar-los del màxim toc humorístic possible intentant no ferir sensibilitats. L'objectiu final és aconseguir un alt grau de complicitat amb el lector jove. En quant al missatge, tot i que Molí21 té estretes relacions amb algunes entitats de lleure de la ciutat, es descarta qualsevol esmena a aquestes dotant al còmic d'un caire totalment generalístic.

La versió final del còmic s'adjunta a l'annex 2.

**b) Difusió del còmic:**

Dins de les alternatives de difusió del còmic, després de descartar diferents opcions, ens vam decantar per anar un per un a diferents centres públics concorreguts pels joves (principalment d'entre 15 i 25 anys), i sol·licitar el permís per penjar el còmic (6 pàgines DIN A-4) en les ubicacions adequades per aquesta funció. Finalment, els llocs escollits on es va col·locar les còpies en color del còmic van ser:

- IES "El Bullidor"
- IES "Duc de MontBlanch"

- IES "J.V. Foix"
- IES "La Serreta"
- Espai Jove "Torre Basses"
- Biblioteca Municipal de Rubí
- Ateneu de Rubí

## **4.- JUSTIFICACIÓ DE LES SOLUCIONS ADOPTADES**

### **4.1.- OBJECTIU DEL PROJECTE**

L'objectiu d'aquest projecte no està escollit a l'atzar. Per una banda, creiem que ha influït la nostra pròpia identitat com a membres de l'espectre sociològic destinatari del projecte, els joves rubinencs. Però per altra banda, i tal com hem observat amb anterioritat, opinem que calen molt esforços en aquest àmbit degut a la problemàtica del mateix.

Com que, sovint, no n'hi ha prou en creure fermament en una problemàtica, des de Molí21 vam veure necessari obtenir una eina que recolzés la nostres iniciatives dins el món juvenil de la ciutat i que, fins al moment, no existia. És per això que vam demanar a una sociòloga col·laboradora de l'entitat que impulsés una petita aproximació sociològica als joves de la ciutat. Tot i que aquesta aproximació, encara no finalitzada, no és objecte d'aquest projecte, si n'incloem una bona part del mateix a l'annex 1.

De les primeres conclusions d'aquest anàlisi, i enfocant directament a la problemàtica plantejades en aquest projecte, cal constatar que, sembla perillós observar que vora d'un 20 % dels joves rubinencs no els hi agrada la ciutat on viuen, i pràcticament un 20 % es mostren indiferents. A més, tot i la diversificació de les ofertes del lleure que es dona als nuclis urbans veiem que Rubí no cobreix les necessitats de lleure al mateix municipi on la oferta és molt limitada mentre que la demanda continuarà creixent. Així ho veuen els mateixos joves que consideren la manca de lleure el principal factor negatiu de la ciutat. En aquest sentit, creiem que és bàsic potenciar l'associacionisme i el voluntariat com una activitat de lleure productiva.

El document també mostra que, sota la hipòtesis de que l'associacionisme ha de ser una de les bases del potencionament de les relacions humanes en una ciutat pròxima a Barcelona, el fet de que els percentatges de joves associats sigui bastant més baix que a la resta de Catalunya semblen una realitat perillosa. Un dels arguments més emprats pels joves per no dedicar el temps a associar-se o realitzar activitats culturals, és la manca de temps. Com l'enquesta demostra, molts cops els joves falten a la veritat, ja que les estadístiques del temps lliure dedicat, cada cop dediquen més el temps lliure a parlar amb amics, mirar la TV. Aquest fet, a més, és encara més visible a Rubí, on el jovent dedica molt temps a activitats però està poc associat. Accions com que la que pretén portar aquest projecte han d'ajudar sensibilitzar els joves d'aquesta realitat. És a dir, han de plantejar-se si realment troben més positiu provar d'involucrar-se en el moviment associatiu o bé veure la TV dues o tres hores al dia.

També cal recalcar, que els promotors del projecte sempre hem volgut que no es tractés d'una campanya publicitària (d'algun o alguns centre d'educació en el lleure) sinó d'un projecte CÍVIC de sensibilització de la tasca dels educadors i dels voluntaris en general. D'aquells que treballen sense ànim de lucre per una SOCIETAT MÉS CÍVICA I JUSTA.

## 4.2.- CREACIÓ DEL CÒMIC

El còmic és l'element principal de la campanya i, per això, s'ha dedicat molts esforços a dissenyar-ho. Els criteris utilitzats en la creació han estat:

- **Còmic irònic, creatiu, jove i innovador:** Aquests criteris es van disposar degut a què “el client” buscat, el jovent, estarà molt més obert al missatge de l'acció sensibilitzadora si el còmic confegeix reunir aquestes característiques. A més, la imatge cridanera del mateix buscava cercar l'atenció del jove. El to irònic del còmic pretén que el lector es senti identificat amb les problemàtiques plantejades.

- **Missatge clar i contundent:** El còmic finalitza amb un missatge per al lector clar i concís. Un altre missatge llarg i més explicatiu hagués dificultat l'expansió del missatge. Es va optar per un lema clar i concís : I TU QUÈ ESPERES PER A FER-TE VOLUNTARI?.

## 4.3.- DIFUSIÓ DEL CÒMIC

Aquesta ha estat segurament la principal dificultat del projecte. La impossibilitat econòmica i logística de distribuir varis centenars o milers d'exemplars del còmic ens ha portat a simplificar la nostra opció final. Un dels criteris del projecte ha estat la no comercialització del còmic ni tan sols per preus baixos. Aquesta opció hagués estat contraposada a un dels objectius finals del projecte, arribar al màxim de joves possible, sobretot aquells que no han estat mai en contacte amb l'associacionisme. S'ha d'entendre que estem davant un col·lectiu que, normalment, disposa de recursos econòmics limitats i on la major part dels seus membres

difícilment pagarien el preu necessari per amortitzar totalment cadascun dels exemplars distribuïts.

Per totes aquestes raons es va optar per a realitzar un nombre curt d'exemplars (sobre uns 10) però, per contra, distribuïnt-los en les zones de major nombre d'afluència juvenil a Rubí i on s'assegurés la seva estància durant un període de temps relativament llarg. Les ubicacions escollides van ser, com ja s'ha esmentat, la totalitat d'Instituts públics de Rubí i centres públics de gran afluència juvenil com ara l'Ateneu de Rubí, la Torre Basses o la Biblioteca Popular.

D'aquesta forma, sota la hipòtesis d'uns 100 lectors per exemplar la difusió hauria arribat a uns 1000 joves. En qualsevol cas, aquesta hipòtesis resulta, com a mínim, poc optimista, ja que hem de tenir en compte que en cada un d'aquests centres circulen en un mes una mitja que, de ben segur, superen els 1000 joves per centre.

## **5.- PERIÒDE I ÀMBIT DEL PROJECTE**

L'àmbit del projecte es circumscriu a la ciutat de Rubí

La primera fase del projecte 2004 (plantejament d'objectius i creació del còmic) es va iniciar al Gener del i es va finalitzar al Març del 2004. La segona part (difusió del còmic) es va realitzar durant el mes d' Octubre del 2004, per tal de coincidir amb l'inici del curs escolar i universitari

## **6.- COL·LECTIUS ALS QUÈ S'HA ADREÇAT I NOMBRE PREVIST DE BENEFICIARIS**

Aquest projecte s'adreça a un dels col·lectius amb més problemes i dificultats de la societat catalana i rubinenca en general, els joves. Les mancances a Rubí en aquest sentit són molt grans degut bàsicament a la manca d'oferta d'oci i de possibilitats d'associacionisme.

Els beneficiaris de l'actuació poden ser molts, encara que el projecte va destinat especialment, a la població juvenil compresa entre els 15 i els 25 anys.

## **7.- RELACIÓ DE RECURSOS UTILITZATS**

- Eines de dibuix per a il·lustració.
- Material fungible (paper, xinxetes, llapis de colors etc...)
- Vehicle de transport.
- 15 Impressions en color Din A-3 (proves, exemplars, còpies per a memòria activitat)
- PC amb Corel-Draw per a realitzar la fase de disseny gràfic.

## **8.- PRESSUPOST**

Les despeses patides en aquest projecte han estat:

|                               |               |          |
|-------------------------------|---------------|----------|
| Impressions còmic             | 175,00        | €        |
| Repartiment (transport etc..) | 125,00        | €        |
| Col·laboració il·lustrador    | 200,00        | €        |
| Material fungible             | 50,00         | €        |
|                               | <b>550,00</b> | <b>€</b> |
| Costos indirectes (10%)       | 55,00         | €        |
| <b>TOTAL</b>                  | <b>605,00</b> | <b>€</b> |

Per tant, les despeses en costos del projecte han pujat a la quantitat de SIS-CENTS CINC EUROS (**605,00 €**).

Hem de ser conscients que la totalitat de les despeses han anat a càrrec dels propis recursos de l'entitat.

## 9.- CONCLUSIONS

Es pot resumir, que el Centre de Lleure Alternatiu Molí21, veient la problemàtica cívica i el dèficit d'associatiu juvenil al municipi de Rubí, ha buscat fomentar el civisme i la participació ciutadana del joves rubinencs en aquest àmbit i, especialment, en el monitoratge en el lleure. Per tal d'aconseguir-ho, s'ha recorregut a la utilització d'una idea innovadora, una eina imaginativa i una acció ben definida. Creiem que la nostra iniciativa ha complert tots aquests aspectes i objectius.

Potser una de les desavantatges d'aquest projecte ha estat la impossibilitat de realitzar un seguiment de la seva eficàcia ja que ha suposat la necessitat de preguntar a cada un dels nous voluntaris de la ciutat si aquesta campanya hagués tingut alguna cosa a veure amb la seva involucració. En qualsevol cas, des dels promotors del projecte, creiem que aquest ja seria un èxit només que influís en què un sol jove optes per provar de realitzar tasques voluntàries a la ciutat.

També s'ha comentat les dificultats alhora de què el projecte arribi al màxim de joves possibles degut a l'alt cost de les impressions i el seu repartiment arreu de la ciutat. En aquest sentit, estem disposats a col·laborar amb l'Administració si aquesta considera positiu recolzar el projecte i així ho hem fet saber a la Regidoria de Joventut. La nostra entitat creu disposar de la capacitat operativa per a garantir la consecució dels objectius finals d'una hipotètica ampliació del projecte.

Com ja hem comentat, els promotors volíem que aquest projecte fos una acció CÍVICA de sensibilització de la tasca dels educadors i dels voluntaris en general. D'aquells que treballen sense ànim de lucre per una SOCIETAT MÉS CÍVICA I JUSTA. Esperem haver aconseguit els nostres objectiu en mesura de les nostres possibilitats.

## 10.- DOCUMENTS INCLOSOS EN EL PROJECTE

Memòria

Annexos:

Annex nº 1 – Els joves de Rubí. Cultura, Lleure i Valors Ètics. Estudi Sociològic

Annex nº 2 – Còmic

Annex nº 3 – Mòdul bàsic de formació excursionista

Rubí, OCTUBRE de 2004

L'EQUIP COORDINADOR

DEL PROJECTE