

Espai de millora contínua dels plans locals de prevenció de drogues 2023

Orientacions aplicades per a la millora dels plans municipals de drogues



**Diputació
Barcelona**

Juny 2024

Document elaborat per encàrrec i amb la col·laboració de:



Direcció Tècnica: Núria García. Subsecció de Projectes i Programes. Secció de Recursos per a la Infància i les Famílies. Servei d'Atenció a la Dependència i la Vulnerabilitat Social. Gerència de Serveis de Benestar Social. Diputació de Barcelona.

Consultoria tècnica i execució:



Autoria:

Gerard Farrés (El Garbell SCCL). Capítol 1

Àlex Verdaguer. Capítol 2

Jordi Gràcia. Capítols 3 i 4

Sònia Rubio Jansana (Educació per a l'Acció Crítica, SCCL). Capítol 5.

Coordinació:

Pep Cura. Tècnic de prevenció de la Fundació Grupo Lagunduz

Otger Amatller. Coordinador de l'àrea de prevenció de la Fundació Grupo Lagunduz

ÍNDEX

Índex	3
Introducció	4
Sessió 1. Gestió i planificació mitjançant l'ús de la intel·ligència artificial (I.A.) ...	5
Introducció a la Intel·ligència Artificial.....	5
Aplicacions professionals del Chat GPT.....	5
Aplicacions professionals del Chat GPT. Redacció d'un Pla de prevenció	6
Sessió 2: L.a comunicació a les Xarxes. De la teoria a la pràctica (amb I.A.)	8
Reflexions preliminars	8
Generació d'idees i imatges amb Chat GPT.....	8
Sessió 3.Comunicació d'impacte (part 1)	10
Introducció	10
Cinc <i>tips</i> clàssics per començar una exposició oral captant l'atenció del públic:.....	10
Tres nivells de comunicació:	10
Comunicació No Verbal: Explorant el Llenguatge Corporal	11
Com ser concisos. 3 claus sobre la comunicació verbal.....	11
Sessió 4.Comunicació d'impacte (part 2)	13
Recomanacions per la tècnica OREO (Opinar, Raonar, Exemple, Raonar).	13
Tècnica del buit.....	14
Sessió 5.Reptes preventius en els entorns digitals.	15
L'Acció preventiva sobre Pantalles: On som?	15
Dimensió del món virtual. Què significa estar connectades?	15
Anàlisi dels entorns digitals i tendències d'ús.....	15
Conclusions	17

INTRODUCCIÓ

El plantejament metodològic de la sisena edició dels Espais de Millora 2023 (la primera coordinada a nivell tècnic per l'àrea de prevenció de la Fundació Grupo Lagunduz, ha partit de l'anàlisi i la reflexió de l'ofici de la prevenció en un ens local. Quines són les competències que ha de tenir un tècnic o una tècnica de prevenció en un municipi o consell comarcal? Com es poden desenvolupar i millorar?

Aquestes preguntes ens han dut a plantejar una metodologia de treball *ad hoc* que s'ha explicat i desplegat a la sessió inicial de la 6a edició dels Espais de Millora. Aquesta metodologia es basa en 1) identificar les competències professionals que ha de tenir i cultivar un preventòleg/a; 2) avaluar les necessitats de millora segons les competències menys desenvolupades per les persones participants 3) aplicar contingut formatiu específic i 4) avaluar-ne l'impacte.

A la sessió inicial, doncs s'han identificat un conjunt de competències (28) que s'han agrupat en el que hem denominat com a 5 àrees competencials (a partir d'ara A.C.):

- A.C. de Gestió i planificació
- A.C. de Comunicació
- A.C. de Gestió comunitària
- A.C. d'Intervenció educativa
- A.C. de Coneixements

Després de consensuar amb el grup classe quines eren les A.C. que es percebien com a més rellevants, l'equip coordinador ha articulat el contingut formatiu del curs basant-se en aquesta percepció i amb les necessitats identificades a partir d'un qüestionari auto administrat que valorava el grau de desenvolupament en cada una de les competències.

A continuació es presenta un resum dels aprenentatges que es van donar al llarg de la 6a sessió dels Espais de Millora que va tenir una durada de 5 sessions. Aquestes es presenten estructurades a partir de les A.C. treballades que van ser tres: gestió i Planificació de programes / projectes, Comunicació personal / professional, Continguts: Pantalles.

Cada una de les 5 sessions ha estat impartida per un expert/a en la matèria. Cal advertir, però que totes les sessions han tingut un fort component pràctic atenent a la voluntat de "treballar" les competències de manera aplicada. És d'es d'aquest punt de partida metodològic que s'ha de comprendre aquest document.

Gestió i planificació mitjançant l'ús de la intel·ligència artificial (I.A.).

Àrea Competencial: Gestió i Planificació

Sessió 1 // Data: 23/11/2023 // Gerard Farrés (El Garbell SCCL)

Introducció a la Intel·ligència Artificial

- De I.A. n'hi ha de molts tipus (Google és una IA, Alexa, etc): ChatGPT és una I.A. generativa. Això vol dir que prediu a partir de les idees/inputs que aportem els i les professionals.
- Funciona a través d'algoritmes/paràmetres.
- No és una eina determinista i sempre actuarà de manera diferent.
- També té errades (de moment).
- Quant a les cites bibliogràfiques, té errades i "al·lucina"=inventa.
- GPT està programat per "sonar" com sonen les persones.
- No és un repositori d'informació (actualització de la versió gratuïta fins al març 2022) , per això **se li ha de donar informació / context**. No fer-lo servir com a cercador d'informació.
- Cal mantenir la capacitat crítica. Hem de seguir el nostre criteri professional
- Chat GPT multimodal: pot generar imatges, gràfics, etc., només en versió de pagament.

En termes generals, pels preventòlegs/gues, la IA pot ajudar a omplir fitxes per a presentar projectes amb finançament (de la Generalitat, Plan Nacional Sobre Drogas, Diputació,...), per redactar memòries, informes, etc.

Aplicacions professionals del Chat GPT

La Intel·ligència Artificial pot funcionar com un secretari/ària personal a qui li encomanes feina o dit d'una altra manera, pot ser una extensió de la tasca del preventòleg/a. Per això, però necessita que se li proporcioni el màxim de context possible així com acotar el màxim la manera en com volem que ens retorni el contingut (a través dels *prompts* = paràmetres d'actuació). D'aquesta manera caldrà invertir una mica de temps en "ajustar el prompt" perquè la I.A et retorni adequadament el contingut que necessites.

Consells de com treballar amb la IA

Dividir les preguntes: La I.A. té un límit per funcionar de 128.000 *tokens* per a cada interacció i/o pregunta (1 *token* = entre 2 i 3 paraules). L'alternativa és dividir les preguntes. És a dir, no es pot demanar generar un text de cop, s'han de fer per parts.

Millorar *prompts*: primer comencem amb un escenari inicial, i demanem identificar per parts. Després introduïm els contextos addicionals.

Escollir/ajustar el to de la resposta: Més o menys formal. Se li pot donar exemples de guies i tipus de comunicació q es vol aplicar. Explicar-li quin és el teu perfil professional i l'estil de comunicació que necessites en cada document.

Perfilar: Quan li demanes per fer, per exemple, una guia, cal donar-li informació sobre el context sociocultural, econòmic i de perfil dels beneficiaris. Li podem adjuntar documents pdf (només en versió pagament), si és versió gratuïta li podem fer una descripció d'una guia d'exemple.

Donar-li atributs de "personatge": per exemple, ets un/actua com a tècnic social d'un ajuntament. També li pots demanar que es converteixi en una persona usuària amb perfil de salut mental, per exemple.

Aplicacions professionals del Chat GPT. Redacció d'un Pla de prevenció

1er pas: Descriu al Chat GPT el que vols fer, apartat per apartat (la idea és anar d'allò més petit a allò més gran). També pots demanar-li al Chat GPT que et faci un primer guió i després tu l'omples amb aquelles idees que vols que et desenvolupi (p.ex: fes un guió amb els principals apartats que ha de contenir un Pla de prevenció de drogues d'un municipi de 10.000 habitants). Amb la versió de pagament pots incloure documents perquè el Chat els "llegeixi" i interactuar amb ell a partir d'aquests textos.

Introducció

Li pots dir al Chat GPT: "En aquesta secció, proporciona una visió general del context i la necessitat de desenvolupar una estratègia municipal sobre drogues. Justifica la importància d'abordar aquesta problemàtica i com afecta la comunitat local. Pots incloure estadístiques rellevants, tendències observades i la importància d'actuar a nivell municipal".

Marc Teòric

Li pots dir al Chat GPT: "Explora les pautes i estratègies a nivell europeu i estatal per abordar el tema de les drogues. Quines són les recomanacions i les bones pràctiques que provenen d'organismes superiors? Analitza com aquestes estratègies poden ser adaptades i implementades a nivell municipal".

Marc Legislatiu

Li pots dir al Chat GPT: "Enumera les competències dels municipis segons les lleis a nivell europeu, estatal, autonòmic i local. Identifica els instruments legals que permeten als municipis prendre accions en la prevenció i tractament de la drogodependència".

Diagnosi

1. **Document de la Diputació:** Resumeix les recomanacions i pautes proporcionades pel document de la Diputació sobre com abordar aquesta problemàtica.
2. **Característiques del Municipi:** Descriu les particularitats del teu municipi que podrien influir en la problemàtica de les drogues.
3. **Buidatge d'Entrevistes:** Resumeix els punts clau extrets de les entrevistes realitzades, destacant les percepcions i les necessitats de la comunitat local.
4. **Dades Quantitatives:** Inclou indicadors del municipi i estadístiques rellevants com a dades ESTUDES/EDADES per comprendre millor la situació actual.
5. **Grups de Discussió:** Resum de les principals aportacions i conclusions obtingudes a través dels grups de discussió realitzats.

Principals Necessitats Detectades

Li pots dir al Chat GPT: “Identifica i resumeix les necessitats més crítiques que han emergit de la diagnosi. Aquestes podrien incloure mancances en programes de prevenció, manca d'accés a serveis de tractament, o altres qüestions específiques”.

Objectius

Li pots dir al Chat GPT: “Estableix objectius específics i mesurables que vulguis assolir amb la implementació de la teva estratègia. Assegura't que aquests objectius estiguin alineats amb les necessitats detectades i amb les pautes a nivell europeu i estatal”.

Accions

Li pots dir al Chat GPT: “Detalla les accions concretes que es prendran per assolir els objectius establerts. Aquestes podrien incloure programes de prevenció, campanyes d'informació, millora dels serveis de tractament, etc”.

Avaluació

Li pots dir al Chat GPT: “Segueix la guia de la Diputació sobre indicadors per establir un sistema d'avaluació efectiu. Defineix com mesuraràs el progrés i l'impacte de les teves accions, utilitzant indicadors concrets i mitjans de recopilació de dades”.

Aquesta estructura proporciona una base sòlida per desenvolupar una estratègia completa i ben fonamentada per abordar la problemàtica de les drogues a nivell municipal. A partir d'aquí cal personalitzar les iteracions amb Chat GPT segons les necessitats i les característiques específiques del cas i del municipi.

2on pas: Redacció del Pla

Pas a pas (apartat per apartat) es va desenvolupant el redactat del Pla a partir dels paràmetres / context que se li ha donat. La idea és anar ajustant el resultat desitjat a partir de la introducció de més paràmetres de context.

A més, la IA (i sempre en un mateix Chat) ajuda a ordenar i relacionar parts del text. Per exemple: “estableix els objectius estratègics en funció de la justificació en el apartat...X”.

La comunicació a les Xarxes. De la teoria a la pràctica (amb I.A.)

Àrea Competencial: Gestió i Planificació

Sessió 2 // Data: 14/12/2023 // Àlex Verdaguer

Reflexions preliminars

- Als ajuntaments, els i les tècniques aporten continguts, però és el departament de comunicació i imatge qui s'encarrega de passar un filtre i decidir. El contingut no està mirat des de la perspectiva del jovent.
- TikTok és on hi ha ara el jovent. És oportú plantejar-se què s'hi vol fer a aquesta xarxa social, perquè requereix una inversió molt alta de dedicació.
- Com valorem les mètriques per saber si estem arribant o no a la població diana? És el jovent qui ens mira, són els professionals? Són famílies?
- Perquè volem estar a una xarxa social? Volem crear una marca, volem arribar als joves, volem crear un recurs?
- Si volem crear una marca, cal tenir present i cenyir-nos a uns colors i un bon nom i logo. Cal no associar-nos amb l'administració si volem tenir impacte amb la gent jove.
- Un exemple de compte d'Instagram funcional és la de [Pitu Paricio](#). Per la seva simplicitat (no és gens complexa) i enganxa el seu llenguatge directe i sincer.
- El jovent, què busca a les xarxes? Informació, reflexió o entreteniment? Cal ajustar el contingut a aquestes expectatives.
- És fonamental pensar i dissenyar una estratègia comunicativa i, en aquesta, seleccionar bé les eines que necessitem.
- Ulls oberts. Sovint altres sectors que nos són el nostre, ens poden aportar aquelles idees disruptives que, copiant-les, ens poden donar la clau de l'èxit.
- Experimentar. No cal ballar a TikTok, però sí veure què s'hi fa.

Generació d'idees i imatges amb Chat GPT

Per primera vegada a la història, una persona sense coneixements tècnics i sense ser creativa és capaç de convertir-se en publicitària. Només cal saber escriure i tenir referències estètiques.

Amb un cert domini de Chat GPT es pot generar contingut per xarxes socials i planificar una estratègia comunicativa. Es pot seguir els següents 3 passos:

PAS 1: Escull una temàtica que més t'interessi: Per exemple reducció de riscos i consum segur.

PAS 2: Dona context al Chat GPT sobre qui ets i què vols. Per exemple: “Actua com si fossis un tècnic de prevenció de drogues municipal que vol elaborar una campanya de comunicació a les principals xarxes socials amb missatges preventius basats en la reducció de riscos associats al consum de drogues i orientats a persones joves del municipi. Les principals variables sobre les quals cal fer èmfasi en aquesta campanya són: consum de cànnabis, tabac i alcohol, i sortir de festa sense fer-se mal”.

PAS 3: Demana-li al Chat GPT que et generi un *meme* (o que t'escrigui un *prompt* adequat per passar-ho a una altra aplicació de generació d'imatges: BING).



Exemple de meme generat per Chat GPT a partir del prompt anterior.

Comunicació d'impacte (part 1)

Àrea Competencial: Comunicació personal i professional

Sessió 3 // Data: 25/01/2024 // Jordi Gràcia

Introducció

La comunicació en el camp professional de la preventologia és clau i es dona en molts i diferents formats. Des de la comunicació escrita (siguin textos complexos com un Pla o simples com un correu electrònic), fins a la comunicació oral (fent exposicions de continguts, explicant el programa de prevenció a altres tècnics/es o negociant la continuïtat o la necessitat dels programes preventius a nivell local amb tècnics/es o amb figures polítiques).

Aquesta competència no se sol prendre amb suficient consideració, quan en realitat és una competència que s'utilitza cada dia i que pot marcar l'èxit i la continuïtat del programa o, en canvi, pot suposar la seva desaparició.

Objectiu de la Sessió: Sessió “confrontativa” sobre les pors, destreses comunicatives, gestió dels nervis i nivells d'ansietat. L'objectiu és donar criteri, reflexionar sobre el que estem fent i per a què. Passar de patir a gaudir.

Cinc tips clàssics per començar una exposició oral captant l'atenció del públic:

- **Humor:** Utilitzar l'humor en consonància amb l'estil de l'audiència. És crucial ajustar-se a l'estil d'humor de l'audiència, evitant l'ús excessiu per evitar desconexions.
- **Anècdotes:** Començar amb una història que tingui una estructura clara. Es destaca la importància de garantir una estructura amb inici, desenvolupament i aprenentatge final.
- **Dades disruptives:** Introduir informació impactant. S'insisteix a utilitzar dades validades científicament per mantenir la credibilitat.
- **Frases desconcertants:** Utilitzar frases amb dades validades científicament.
- **Pregunta tancada:** Iniciar amb una pregunta que no generi debat obert. Es desaconsella l'ús de preguntes obertes al principi per mantenir el control de la comunicació.

Tres nivells de comunicació:

- **Contingut:** Estructurar el discurs per guanyar confiança i autoritat.
- **La Veu:** Destacar volum, to, ritme, claredat, consciència i persuasió. Es destaca la necessitat de congruència amb la comunicació emocional.
- **Llenguatge Corporal:** Inclou la posició, ubicació i carisma.

Comunicació No Verbal: Explorant el Llenguatge Corporal

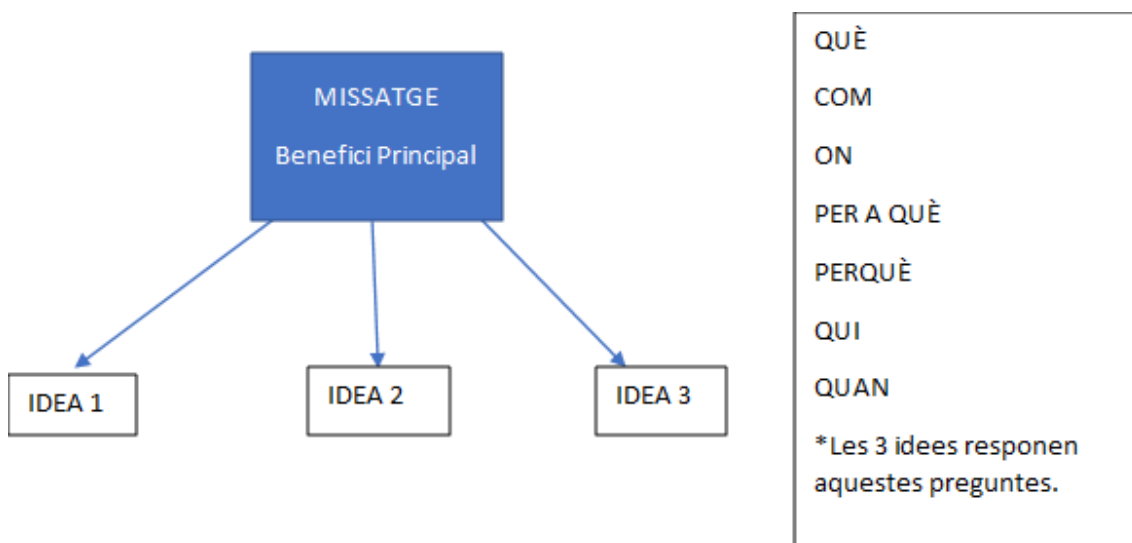
En la comunicació no verbal, diversos elements juguen un paper crucial en la transmissió efectiva del missatge. A continuació, analitzarem alguns dels punts clau abordats durant la sessió formativa:

- **Gesticulació:**
La gesticulació excessiva pot desviar l'atenció de l'audiència. És important connectar la gesticulació amb la passió pel que es diu. Cal mantenir un equilibri per no perdre l'atenció de l'audiència.
- **Contacte visual:**
El contacte visual és un element clau tant en el llenguatge verbal com no verbal. Acompanyar la veu amb un contacte visual adequat ajuda a establir una connexió més efectiva amb l'audiència.
- **Flow i posada en escena:**
La manera com ens movem a l'espai, coneguda com a "*flow*", amplifica el missatge. És important adaptar la posada en escena segons el contingut i el context de la comunicació.
- **Posició de les mans:**
Mostrar els palmells de les mans transmet el missatge de "estem oberts a la comunicació". La posició de les mans és un element que comunica intencions i actituds.
- **Moviment durant la comunicació:**
Si bé el moviment inicial pot captar l'atenció, es recomana aturar-se per transmetre les idees importants. La part instintiva del cervell interpreta la mobilitat com una resposta a amenaces o pressions.
- **Posició a l'espai:**
Iniciar i acabar les idees des del centre i moure's amb intenció pot millorar la comprensió i la retenció del missatge.
- **Predisposició al somriure:**
El somriure transmet una actitud oberta i genera oxitocina, contraresta els efectes del cortisol associat a l'ansietat. Cal evitar somriures forçats per mantenir autenticitat, i un somriure des dels ulls és essencial.
- **Naturalitat vs. Professionalitat:**
Trobar un equilibri entre la naturalitat i la professionalitat és crucial. L'excés de naturalitat pot percebre's com a manca de professionalitat, mentre que la falta de naturalitat pot resultar forçada.

Com ser concisos. 3 claus sobre la comunicació verbal: la fluïdesa, les pauses i la claredat.

- **Fluïdesa del contingut:**
 - Definir clarament el missatge essencial que volem transmetre i a quina audiència.
 - Destacar el **benefici principal** que volem que l'audiència assimili.
 - Generar confiança és crucial per a la persuasió.

- Articular el missatge principal en 5 segons per captar l'atenció, amb altres beneficis addicionals adherits.
- **6 Beneficis principals: Dimensions d'interès:**
 - Guanyar diners.
 - Estalviar temps.
 - Assegurar-se (benestar, salut, amor, etc.).
 - Obtenir reconeixement.
 - Augmentar coneixement.
 - Ofereix confort (comoditat, certesa), el qual és fonamental.
- **Claredat i pauses en l'estructura:**
 - **Quantitat d'idees o arguments:** Preferir trípics i tríconons per la seva efectivitat, ja que el cervell tendeix a arrodonir en tres idees. Tríconon: Estructura lògica que fa que el missatge sigui percebut com a rodó, complet i sòlid. El cervell recorda i processa millor els grups de tres elements.
 - **Pauses:** Són essencials per a una comunicació efectiva. No es tracta només del ritme lent, sinó de gestionar-les amb habilitat. Evitar "muletillas" com "mmm" o "eee", i allargar el final de les paraules pot ser útil.



Esquema OREO : per expressar una opinió de manera contundent i persuasiva

- **O - Opinar:** Introduir l'opinió clarament.
- **R - Raonar:** Argumentar l'opinió de manera lògica.
- **E - Exemples:** Afirmar l'opinió amb exemples concrets.
- **O - Opinió (Tancament):** Recapitular l'opinió de manera concisa.

En resum, la fluïdesa, les pauses i la claredat són elements crucials per a una comunicació verbal persuasiva i concisa.

Comunicació d'impacte (part 2)

Àrea Competencial: Comunicació personal i professional

Sessió 4 // Data: 22/02/2024 // Jordi Gràcia

Recomanacions per la tècnica OREO (Opinar, Raonar, Exemple, Raonar).

- Evitar sortir amb el paper. Si et quedes en blanc, està legitimat tenir un got d'aigua i fer una aturada per beure. Si es pot tenir un paper amb les idees principals sota el got/ rellotge.
- Evitar dir “posaré tres exemples”; millor fer servir “per exemple”, i ho dius directament.
- Evitar el to pla, lineal, apujar el to quan té més importància. Evitar les *muletilles*.
- Quadrat de la complicitat: quan s'apuja i s'abaixa el to de la veu en consonància amb el que s'està dient
- El somriure i la gesticulació poden ajudar, o poden despistar
- Preguntes retòriques/connectores.
- Tancament corresponsal. Fer el tancament del discurs, amb dos elements: una pujada i baixada de la veu, baixada final. I anem aturant el ritme gradualment.

Les claus per transmetre amb impacte:

- **Claredat:** Pot ajudar la fórmula tricono (sintetitzar l'explicació en 3 idees)
- **Confiança:** Per generar confiança o seguretat s'ha de tenir en compte:
 - Fer pauses
 - La posició corporal: no fer “bailoteo” amb les cames, posició base, en vertical (recte), oberts, simètrics (cames) i si cal et pots marcar dos punts a terra.
 - Mantenir el contacte visual
- **Centrat en beneficis:** convèncer per exemple il·lustrant un o més d'un dels 6 principals beneficis: diners, seguretat, coneixement, temps, reconeixement, confort.

Tècnica del buit.

És una tècnica per captar l'atenció de la teva audiència i despertar-ne el desig.

El cervell humà completa una escena sense necessitat de veure-la explícitament. Per exemple, la pel·lícula *American History X*, recordem l'escena de la llamborda tot i que no s'ha emès mai. El nostre cervell l'ha creat amb el discurs narratiu de la pel·lícula.

La idea, doncs, és crear un buit de coneixement deliberat en el nostre discurs. Es podria dir: "avui vinc a parlar de... Leo Messi" VS. "avui vinc a parlar d'un jugador que ha marcat història, ha estat el jugador que ha acumulat més títols, el jugador més jove que....", però sense dir el nom. Anar obrint curiositat i tancant.

Quan la gent està expectant, es fa la pregunta oberta: Qui és aquest jugador / de qui estic parlant...? De Leo Mesi.

Parlar d'un element sense anomenar-lo, comentar les seves característiques, el seu impacte, les seves conseqüències.

Una altra manera d'aplicar la tècnica és a partir de preguntes reflexives potents (amb pausa). Generen un buit de coneixement, predisposa i ens capta l'atenció esperant que tot el que vindrà després ens donarà resposta a les preguntes inicials.

CONCLUSIONS

- El cervell reptilià necessita certesa. Cal aprofitar-ho en l'organització del discurs
- Tancament corresponsal
- Tècnica del buit per a discursos més elaborats
- Volum i ritme, fer pauses (no *mulettes*)
- Llenguatge corporal, per concloure, mans que tanquen. Comuniquem les tres idees més importants al centre.

Reptes preventius en els entorns digitals.

Àrea Competencial: Continguts

Sessió 5 // Data: 21/03/2024 // Sònia Rubio Jansana (EdPAC)

L'Acció preventiva sobre Pantalles: On som?

Per què el món de la prevenció de drogues va assumir o sembla que va assumint cada vegada més la prevenció en pantalles? Els discursos preventius són els mateixos? Els marcs conceptuals ens serveixen? S'ha assumit aquesta introducció sense una reflexió prèvia del sector (de la prevenció)? Quins altres sectors podrien treballar aquest tema (i ho fan) i perquè el sector de la prevenció ens és més propi o poden aportar un discurs diferencial (allunyat de dramatismes, ponderat i crític) que ens ve heretat de l'experiència en prevenció de drogues.

Dimensió del món virtual. Què significa estar connectades?

La connectivitat afecta a tots els aspectes de la vida d'una persona avui en dia. Tot i així, i mirant les adolescències, afecten **tres grans esferes** de la seva vida: **la relacional, la de la construcció de la identitat i la de l'oci i l'entreteniment.**

Aquests impactes no són iguals per a tothom. Existeixen diferències significatives en funció del sexe, del gènere, de l'orientació sexual, de l'edat, de la classe social, del context geopolític...

Anàlisi dels entorns digitals i tendències d'ús.

Les diferents xarxes socials s'han anat adaptant en funció de les necessitats detectades: Instagram era una xarxa "encotillada" on el perfil dels i les usuàries era molt rígid ("postureo"). Va aparèixer SnapChat com un espai on fer el "burro" on el que es penjava era contingut divertit i sense moltes pretensions (encaixava més amb l'actitud adolescent). Després va aparèixer TikTok com un model híbrid.

Principals **reptes** pels professionals de la prevenció:

1. Que els missatges preventius siguin sostenibles (que no envelleixin). Cal treballar continguts i mecàniques així com això interacciona i afecta les persones. Per exemple, no parlar d'Internet ni d'Instagram, sinó del "carret infinit" (mecànica de la xarxa) i com afecta la persona i al grup.
2. Les Xarxes Socials com a rebedor d'Internet: L'accés als entorns digitals està mediat per l'algoritme de les xarxes, que determinen el contingut al que s'accedeix i utilitzen mecàniques per maximitzar el temps i la intensitat de l'ús.
3. Pràctiques videolúdiques: El repte dels videojocs s'amplia; aquestes pràctiques abasten multiplicitat de formats, tecnologies i narratives (des de consoles a minijocs de mòbil) i s'estenen a d'altres entorns digitals (com les retransmissions de *gameplays* en directe, els *e-Sports*, etc.).

Conclusions

Les cinc sessions formatives plantejades al marc de la sisena edició dels Espais de Millora s'han plantejat a partir de l'anàlisi de les inquietuds i necessitats dels i les participants en el curs. Aquestes han donat compte de les Àrees Competencials (A.C) menys desenvolupades o reeixides dels participants. Concretament, les A.C. pitjor puntuades i, per tant, on més falta feia dotar de contingut formatiu per millorar-la, han estat: la comunicació, la gestió i planificació i els continguts (de prevenció en pantalles).

Els resultats obtinguts de l'avaluació del curs -recollits a l'informe d'avaluació de la DIBA- indiquen que la percepció dels assistents tant en la metodologia emprada (3,93 sobre 4) com en la valoració global (9 sobre 10), han estat excel·lents.

Així mateix, s'ha realitzat una avaluació d'impacte a partir de la comparativa entre les puntuacions en l'autoavaluació de les diferents A.C abans del curs (pre) i després (post). Els resultats obtinguts -recollit en l'informe tècnic- revelen que 1) les A.C més desenvolupades inicialment i sobre les que no s'ha fet formació, no s'han vist modificades, mostrant una sòlida consistència en les dades); 2) les A.C menys desenvolupades inicialment i sobre les quals sí que s'ha fet formació, han millorat de manera global 0,5 punts; 3) S'ha millorat més en aquelles A.C que més sessions/formació s'ha fet (és el cas de la A.C de comunicació).

En definitiva, i en base a les dades obtingudes, podem afirmar que la sisena edició dels Espais de Millora s'ha ajustat a les necessitats dels i les assistents, i que han millorat les competències laborals d'aquelles àrees més necessitades, aportant continguts de qualitat adaptats a la pràctica laboral dels i les tècniques de prevenció.

Gerència de Serveis Socials
Àrea de Sostenibilitat Social, Cicle de Vida i Comunitat

Pg. Vall d'Hebron 171. Recinte Mundet, Edifici Serradell
08035 Barcelona | Telèfon 934 022 160 |
g.serveissocials@diba.cat

