



Retos &

Recomendaciones

El guía

Comunicación
inclusiva y accesible
en el ámbito juvenil

That's
clear!



Cofinanciado por
la Unión Europea

That's clear!

GUÍA DE RETOS Y RECOMENDACIONES

Comunicación inclusiva y accesible en el ámbito juvenil



Cofinanciado por
la Unión Europea

Cofinanciado por la Unión Europea. Sin embargo, los puntos de vista y opiniones expresados son únicamente los del autor o autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o de la Agencia Ejecutiva Europea de Educación y Cultura (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser considerados responsables de ellos.

ÍNDICE

| | |
|---|-----------|
| Información general del proyecto | 2 |
| 1. Visión general del proyecto y sus objetivos | 2 |
| 2. Propósito de esta publicación | 3 |
| Visión general de las organizaciones juveniles en Europa | 5 |
| 1. ¿Qué es una organización juvenil? | 5 |
| 1.1. Definición de "juventud" y perfiles de quienes acceden a estos servicios | 5 |
| 1.2. Panorama actual, estadísticas y contactos clave por país socio | 6 |
| Barreras de comunicación | 16 |
| 1. El papel de la comunicación en la inclusión social | 16 |
| 2. Barreras - introducción | 17 |
| 2.1. Barreras a las que se enfrentan los jóvenes | 17 |
| 2.2. Barreras a las que se enfrentan los trabajadores juveniles | 18 |
| 2.3. Principales formatos de comunicación | 20 |
| Mejores prácticas | 23 |
| 1 Italia | 23 |
| 2 España | 24 |
| 3 Austria | 25 |
| 3 Bélgica | 27 |
| 4 Francia | 29 |
| Introducción a las herramientas y enfoques | 31 |
| 1. Accesibilidad vs Inclusión | 31 |
| 2. Diseño inclusivo | 32 |
| 3. Comunicación sostenible y ecológica | 35 |
| 4. Lenguaje sencillo | 36 |
| Diez recomendaciones | 39 |
| Conclusión y referencias | 41 |

Información general del proyecto

1. Visión general del proyecto y sus objetivos

¡Eso está claro! es un proyecto transnacional en el marco del programa Erasmus+ que aborda la necesidad urgente de una comunicación inclusiva en los servicios para jóvenes de toda Europa. En esencia, el proyecto promueve el lenguaje sencillo como una herramienta poderosa para hacer que la información sea más accesible para los jóvenes marginados, incluidos los migrantes, los que abandonan prematuramente la escuela y las personas con discapacidades cognitivas.

El proyecto se alinea con tres prioridades clave de Erasmus+:

1. **Inclusión y diversidad en el trabajo juvenil:** abordar las barreras de comunicación que impiden que los jóvenes vulnerables accedan a los servicios.
2. **Mejorar la calidad y el reconocimiento del trabajo juvenil:** equipar a los trabajadores juveniles con nuevas herramientas de comunicación para apoyar mejor a sus grupos objetivo.
3. **Transformación digital:** integración de recursos digitales interactivos para profesionalizar y modernizar el trabajo juvenil.

En toda Europa, las organizaciones juveniles se enfrentan a retos comunes: formación limitada en comunicación, prácticas inclusivas infrautilizadas y herramientas inadecuadas para llegar a los jóvenes desfavorecidos. Dado que casi la mitad de los adultos europeos carecen de las competencias adecuadas de alfabetización (OCDE), esta brecha de comunicación se ha convertido en un obstáculo importante para la inclusión.

'That's Clear!' responde a esta necesidad introduciendo en el sector juvenil un lenguaje sencillo, ya un estándar establecido en los campos legal y administrativo. El lenguaje sencillo sigue las directrices internacionales (ISO 24495-1:2023), ofreciendo un marco más amplio y adaptable para la comunicación inclusiva. Simplifica el contenido utilizando un vocabulario claro, una estructura lógica y apoyo visual, haciendo que la información sea comprensible sin diluir el contenido.

El proyecto se propone:

- **Romper las barreras de comunicación** mediante el desarrollo de folletos, infografías y herramientas de evaluación accesibles a través de talleres de codiagnóstico centrados en los jóvenes.
- **Capacitar a los trabajadores juveniles** con un curso de cinco módulos (presencial y digital) sobre lenguaje sencillo, complementado con un conjunto de herramientas digitales interactivas y la certificación Youthpass.
- **Aproveche las herramientas digitales** para obtener flexibilidad y un impacto más amplio, utilizando software de evaluación de claridad, herramientas de contenido visual y una plataforma de acceso abierto para alojar recursos.

Lo que hace que 'That's Clear!' se destaque es su enfoque innovador y participativo. Los jóvenes con menores habilidades de alfabetización participan directamente en la identificación de problemas y la configuración de soluciones, asegurando que las herramientas sean prácticas y relevantes. Además, el proyecto se basa en la diversa experiencia de sus socios, desde la publicación inclusiva y la alfabetización hasta el teatro social y el liderazgo juvenil, reuniendo las mejores prácticas en todos los sectores y países.

Al fomentar las sinergias intersectoriales entre el trabajo juvenil, la educación y la formación, el proyecto amplía su alcance y sostenibilidad. También tiene potencial de impacto en otras áreas como los deportes, donde la comunicación inclusiva puede mejorar la participación entre los jóvenes marginados.

En última instancia, 'That's Clear!' imagina un sector juvenil donde todos, independientemente de su nivel de alfabetización, capacidad o antecedentes, tengan el mismo acceso a la información y las oportunidades para participar, aprender y liderar.

2. Propósito de esta publicación

Esta guía sobre comunicación clara e inclusiva en el sector juvenil es un resultado clave del proyecto '¡Eso está claro!', desarrollado en el marco del paquete de trabajo 2: 'Diagnóstico de necesidades y prácticas inclusivas para los jóvenes'. Su propósito es identificar los desafíos de comunicación que enfrentan los jóvenes marginados, como

aquellos con discapacidades cognitivas, alfabetización limitada o barreras lingüísticas, al acceder a los servicios para jóvenes.

La guía se desarrolló a través de un proceso participativo y basado en la investigación. Reúne los hallazgos de:

- **Un mapeo de las prácticas de comunicación** utilizadas actualmente en los servicios para jóvenes en los países socios.
- **Una serie de talleres de codiagnóstico** en los que participan trabajadores juveniles y jóvenes marginados, destinados a identificar obstáculos y cocrear estrategias de comunicación inclusivas.

Al combinar esta evidencia y la retroalimentación directa de jóvenes y profesionales, la guía ofrece:

- Una visión clara de las barreras de comunicación que afectan a los jóvenes marginados
- Una síntesis de las estrategias y herramientas inclusivas actualmente en uso o necesarias
- Un conjunto de recomendaciones prácticas y prácticas para mejorar la accesibilidad de la comunicación en los servicios para jóvenes.

Esta publicación está dirigida a trabajadores juveniles, educadores, organizaciones juveniles e instituciones públicas que buscan hacer que sus servicios sean más inclusivos. ¡Apoya los objetivos más amplios del proyecto ‘That’s Clear!’: fomentar la inclusión social, empoderar a los jóvenes en la toma de decisiones y equipar a los profesionales de la juventud con herramientas para una comunicación más efectiva y equitativa.

A través de sus recomendaciones, su objetivo es fomentar un cambio a largo plazo en la forma en que se comunican los servicios para jóvenes, con claridad, accesibilidad e inclusión en su núcleo.

Visión general de las organizaciones juveniles en Europa

1. ¿Qué es una organización juvenil?

Las organizaciones juveniles son grupos formales o informales que brindan oportunidades educativas, culturales, sociales o cívicas a personas de entre 13 y 30 años. Su misión es apoyar a los jóvenes para la participación cívica y democrática, el desarrollo personal y la inclusión social. Pueden adoptar la forma de ONG, asociaciones, cooperativas, grupos de estudiantes, clubes culturales o iniciativas comunitarias.

1.1. Definición de "juventud" y perfiles de quienes acceden a estos servicios

- **Perspectiva europea:**

La Estrategia de la UE para la Juventud define la "juventud" como las personas de entre 13 y 30 años.

- **Perfiles de los participantes:**

- Cualquier joven en transición a la edad adulta, a menudo incluye a aquellos que enfrentan desafíos
- "Jóvenes migrantes" navegando por nuevos contextos sociales y lingüísticos.
- "Abandono escolar prematuro" que busca una educación alternativa o vías de empleo.
- "Jóvenes con discapacidades cognitivas o de aprendizaje" que requieren una comunicación adaptada.
- "ninis" (que no trabajan, ni estudian ni reciben formación) en riesgo de exclusión social.
- "Jóvenes con mentalidad cívica" que participan en proyectos de voluntariado, activismo o culturales.

1.2. Panorama actual, estadísticas y contactos clave por país socio



A. Contexto del sector juvenil en Italia

Panorama estructural y político:

La política de juventud de Italia se basa en un marco de gobernanza multinivel. A nivel nacional, el Departamento de Políticas para la Juventud y Servicio Cívico Universal, bajo la Presidencia del Consejo de Ministros, es responsable de la estrategia y los mecanismos de apoyo. Además, la Agencia Nacional Italiana AIG-Agenzia Italiana per la Gioventù supervisa la implementación de Erasmus+, actuando como un vínculo crucial entre las prioridades de la UE y la ejecución a nivel nacional. Mientras tanto, las regiones, las provincias autónomas, las autoridades locales y las organizaciones de la sociedad civil (incluidas las ONG y las asociaciones juveniles) desempeñan un papel vital en la ejecución y el compromiso del programa.

Definición de "juventud" y contexto demográfico:

Italia no fija legalmente un rango de edad para la "juventud": esto varía según las iniciativas. Sin embargo, el límite inferior se establece comúnmente en 14 años, mientras que los límites superiores pueden diferir según el enfoque o la meta de la política (principalmente 28, 30 o 35).

Demográficamente, Italia se caracteriza por una población que envejece rápidamente y una cohorte de jóvenes que se reduce. En 2024, la proporción de personas de 0 a 14 años se situó en aproximadamente el 12,9%, mientras que el grupo de edad de 15 a 24 años representó alrededor del 9,6% de la población. El número de adultos jóvenes de 18 a 34 años disminuyó de 13,39 millones en 2002 a 10,33 millones en 2023, una caída del 22,9%, lo que pone de manifiesto un cambio demográfico significativo. Las proyecciones del ISTAT (Instituto Nacional de Estadística) indican que la población en edad de trabajar (15-64 años) se reducirá en más del 20% para 2050, del 63,5% actual a solo el 54,3%.

Desafíos:

- **Desempleo juvenil**

Los jóvenes en Italia luchan por ingresar al mercado laboral, con una tasa de desempleo juvenil (de 15 a 24 años) que ronda el 20,1% en junio de 2025 y refleja las persistentes disparidades regionales.

- **Ninis (Ni en Educación, Empleo o Formación)**

La tasa de ninis de Italia es significativamente alta, la tasa se situó en el 16,1% en 2023, manteniéndose muy por encima de la media de la UE de alrededor del 11,2% y especialmente alta en regiones del sur como Sicilia y Campania, donde las tasas superan el 27%.

- **Riesgo de pobreza y exclusión social**

El informe del ISTAT "Pobreza en Italia" estima que en 2022, poco más de 2,18 millones de familias se encontraban en condiciones de pobreza absoluta.

Se confirma que la incidencia de familias en pobreza absoluta es mayor en el Sur (10,7%), mientras que disminuye significativamente en el Norte, especialmente en el Noroeste (7,2%), y es más baja en el Centro (6,4%).

En cuanto a los grupos de edad, la incidencia de la pobreza absoluta se sitúa en el 13,4% entre los menores; en el 12% entre los jóvenes de 18 a 34 años (aumentando desde 2021), y se mantiene en un elevado 9,4% también en el grupo de edad de 35 a 64 años, mientras que se mantiene por debajo de la media nacional para las personas mayores de 65 años (6,3%).

Contactos / actores clave

Sciara Progetti A.P.S. - E.T.S. Sara Curioni europe@sciaraprogetti.com

Recursos:

- Comisión Europea, Youth Wiki - Países - Italia - 9. La juventud y el mundo, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/9-youth-and-the-world?>, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Comisión Europea, Youth Wiki - Países - Italia - 4. Inclusión social - 4. Contexto general, 2024, <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/41-general-context>, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Uniser, Eumove, NEETs en Europa: Enfoque en Italia, España y Portugal, 2025 <https://uniserblog.net/2025/08/05/neets-in-europe-focus-on-italy-spain-and-portugal/>?, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Reuters, Italia La tasa de desempleo de junio cae al 6,3% con 16.000 puestos de trabajo creados en el mes de 2025, <https://www.reuters.com/en/italy-june-unemployment-rate-falls-63-with-16000-jobs-created-month-2025-07-31/>?, consultado el 2 de octubre de 2025.
- M. Montasser, El problema de los ninis en Italia: un fenómeno complejo que debe resolverse, European Student Think Tank, 2022, <https://esthinktank.com/2022/04/19/the-neet-problem-in-italy-a-complex-phenomenon-to-be-solved/>?, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Caritas Italiana, Caritas Cares Pobreza y exclusión social entre los jóvenes Informe Italia Noviembre 2017, 2017, <https://www.caritas.eu/wp-content/uploads/2023/06/171106-PU-Caritas-cares-youth-poverty-country-report-italy.pdf>?, consultado el 2 de octubre de 2025.

B. Contexto del sector juvenil en Austria

Panorama estructural y político:

Austria tiene una red densa y diversa de organizaciones juveniles que cubren una amplia gama de intereses, desde la cultura, la educación y el medio ambiente hasta la religión, el ocio y el deporte. El Consejo Federal de la Juventud desempeña un papel central de liderazgo y coordinación y garantiza que los jóvenes sean política, cultural y socialmente visibles. Las grandes organizaciones juveniles llegan cada una a más de 50.000 jóvenes y, por lo tanto, hacen una importante contribución a la promoción de la participación y el compromiso de los jóvenes.

La financiación de las organizaciones juveniles es compleja. La financiación procede del Gobierno federal, los estados federados y los municipios, complementada por programas de financiación de la UE y sus propios recursos. El nivel europeo, en

particular, abre oportunidades adicionales, por ejemplo, al promover la movilidad internacional de los jóvenes y los proyectos transnacionales.

Un instrumento importante para apoyar a los jóvenes desfavorecidos es la Red de Asistencia Profesional, financiada por el Servicio de Pastoral Social (SMS). Está dirigido principalmente a jóvenes en riesgo de exclusión y personas con discapacidad. NEBA ofrece seis servicios básicos gratuitos en toda Austria: entrenamiento juvenil, entrenamiento adecuado, apoyo vocacional (BAS), entrenamiento laboral, apoyo laboral y servicios comerciales. El grupo objetivo son los jóvenes de 9º grado hasta alrededor de 24 años, las personas con dificultades de aprendizaje o discapacidades y las personas socialmente desfavorecidas. Los estudiantes de 9º grado tienen entre 14 y 15 años. El objetivo es proporcionar a estos jóvenes el mejor apoyo posible en su transición de la escuela a la formación o al trabajo. Más de 200 organizaciones regionales de toda Austria están trabajando para implementar este programa. Con este fin, se recopilan datos detallados en cada estado federal.

Además, numerosas asociaciones y federaciones subvencionadas, como la Asociación Alpina y la Cruz Roja Juvenil Austriaca (ÖJRK), hacen una importante contribución para llegar y apoyar a los jóvenes con servicios de bajo umbral. Estas organizaciones a menudo reciben apoyo en su trabajo mediante la financiación de proyectos.

Desafíos:

- Desempleo juvenil en Austria, la tasa de desempleo juvenil se situó en el 10,4 % en 2024.
- La tasa de ninis muestra la proporción de jóvenes de 15 a 24 años que no asisten a la escuela, no trabajan y no reciben formación formal, como porcentaje de la población residente, con una tasa del 8,7% (mujeres: 8,8% y hombres: 8,6%), Austria se sitúa en el medio (+0,6 puntos porcentuales más que en 2022).

Contactos / actores clave

Sonja Pichler LebensGroß GmbH sonja.pichler@lebensgross.at

Recursos:

- Cancillería Federal, Representación Federal de la Juventud, Viena, Cancillería Federal,

2024, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/agenda/jugend/jugendpolitik/bundes-jugendvertretung.html>, consultado el 2 de octubre de 2025.

- Bundes Jugend Vertretung, Über die BJV, Österreichische Kinder- und Jugendvertretung (ÖJV), Viena, 2024, <https://bjv.at/ueber-die-bjv/>, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Bundes-Jugendvertretung, aquí estamos. ¡Hacemos que se escuche tu voz!, Viena, 2017, bjv-imagebrochure-engl_2auflage_web.pdf, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Red Federal de Información Juvenil de Austria, Agencia Nacional Austriaca, Trabajo Juvenil en Austria, 2025, <https://jugendarbeitinoesterreich.at/oesterreichische-nationalagentur/>, consultado el 2 de octubre de 2025.
- NEBA-Angebote 2024, https://www.bundeskost.at/wp-content/uploads/2025/03/Datasheets_Oesterreich_2024.pdf, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Ministerio de Asuntos Sociales, NEBA – Red de Asistencia Pastoral, 2024, https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen_mit_Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA_Netzwerk_Berufliche_Assistenz.de.html, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Ministerio Federal de Finanzas, Financiación para la Infancia y la Juventud, Portal de Transparencia, Viena, <https://transparenzportal.gv.at/tdb/tp/situation/npo/gesellschaft-und-verantwortung/kinder-jugend/6>, consultado el 2 de octubre de 2025.
- Cancillería Federal de la República de Austria, Youthwork, Legal Information System, 2025, <https://www.bundeskanzleramt.gv.at/en/agenda/youth/youthwork.html>, consultado el 2 de octubre de 2025.

C. Contexto del sector juvenil en España

En España, la juventud se define oficialmente como personas de entre 14 y 30 años (según el Instituto Español de la Juventud – INJUVE). Las políticas y la financiación de la juventud están coordinadas en gran medida por el INJUVE a nivel nacional, pero su aplicación está fuertemente descentralizada, y las comunidades autónomas y los municipios desempeñan un papel clave.

Fuengirola y la región de Andalucía en general reflejan el panorama juvenil más amplio de España: una mezcla de centros juveniles municipales, asociaciones locales, ONG e iniciativas de base que trabajan en educación, participación social, intercambio intercultural, empleo y actividades culturales.

Estadísticas y retos:

- **Población**

Aproximadamente 6,6 millones de jóvenes en España (de 15 a 29 años), lo que representa alrededor del 14% de la población total (Eurostat 2023).

- **Ninis**

Alrededor del 12,7% de los jóvenes españoles son ninis (ni trabajan, ni estudian, ni reciben formación), por encima de la media de la UE. Andalucía muestra constantemente una de las tasas regionales de ninis más altas.

- **Desempleo**

El desempleo juvenil en España sigue siendo uno de los más altos de Europa, en torno al 27% en 2023 (Eurostat).

- **Inclusión**

Los jóvenes migrantes, los que abandonan prematuramente la escuela y las personas con alfabetización limitada enfrentan barreras significativas para acceder a oportunidades. Las prácticas de comunicación en los servicios suelen ser demasiado burocráticas, lo que crea una exclusión adicional.

Tipos de organizaciones juveniles en España

1. Servicios públicos de juventud: Las concejalías de juventud municipales gestionan oficinas de información, espacios culturales y programas de capacitación.
2. Asociaciones juveniles y ONG: Cubre áreas como voluntariado, aprendizaje intercultural, inclusión de discapacidades, artes, deportes y proyectos ambientales.
3. Organizaciones estudiantiles y comunitarias: Operan en escuelas, universidades y vecindarios, a menudo informales pero esenciales para el compromiso cívico.
4. Redes regionales: En Andalucía, el Instituto Andaluz de la Juventud (IAJ) coordina la política y la financiación de la juventud.

Contactos / actores clave

PLIS Débora Barrientos debora@asplis.com

D. Sector juvenil en Bélgica

En términos de administración pública general, Bélgica es un organismo muy complejo. El país está dividido en dos provincias principales. El sur se llama Valonia. El del norte es Flandes. También hay una minoría de habla alemana. Cada una de estas comunidades tiene su propio parlamento local. Dentro de las estructuras de cada parlamento regional, se encuentran agencias responsables del sector de la juventud. En los siguientes párrafos, la atención se centra en presentar el panorama del sector juvenil en Valonia: la comunidad francófona. Se presentarán los principales actores en términos de promoción de la juventud, que operan en diferentes niveles y en diferentes campos. Se prestará especial atención a los consejos y centros juveniles, ya que crean una red bien desarrollada en Bélgica.

En Bélgica, se encuentran consejos juveniles activos en todos los niveles: local, provincial y estatal. Sirven como portavoces de la juventud y representantes ante las autoridades pertinentes. Pero también juegan otro papel muy importante: enseñan a los jóvenes a ser un ciudadano activo, que no teme a las autoridades ni está en contra de ellas. Los consejos juveniles belgas aprenden a crear un diálogo con los responsables políticos.

- A nivel estatal: Le forum des jeunes [Foro de la Juventud]
Es un portavoz oficial y un órgano consultivo de la Federación Valona-Bruselas [Federación Valonia-Bruselas] de jóvenes (de 16 a 30 años). Crean un vínculo importante y significativo entre los jóvenes y los responsables políticos. El Foro de la Juventud convierte a los jóvenes en actores de la sociedad del futuro, defiende las ideas juveniles y convierte sus proyectos en realidad, así como promueve la visión de la juventud belga en el país y en el extranjero. El Foro de la Juventud lleva a cabo sus propios proyectos para apoyar a los jóvenes, promover el pensamiento crítico, la diversidad, la democracia y la armonía. Gracias a ello, siguen estando muy cerca de los jóvenes y son conscientes de los retos a los que se enfrentan en el mundo moderno.
- A nivel provincial: Consejo provincial de los jóvenes (CPJ)
Algunas de las provincias de Valonia tienen sus consejos de la juventud. Sus miembros suelen ser jóvenes de 14 a 26 años. Son elegidos o seleccionados generalmente por un período de dos años. Su función es representar a sus pares a nivel provincial. Los miembros del CPJ asesoran a las autoridades

provinciales sobre políticas juveniles y otros asuntos relacionados con la juventud. El CPJ dirige sus propios proyectos y organiza eventos, como debates, campañas de sensibilización o actividades culturales. Existen Consejos Provinciales de la Juventud en varias provincias belgas, como Hainaut o Luxemburgo. Desafortunadamente, la mayoría de ellos no tienen sitios web dedicados o perfiles en redes sociales.

- A nivel local: Consejo Comunitario de Jóvenes (CCJ)

Muchas autoridades locales belgas han decidido crear sus consejos de juventud. Sus miembros suelen ser personas de 12 a 18 años. Para ellos, es el primer contacto con la administración local y los responsables políticos. Actúan no solo como un órgano consultivo. Están activos en los campos del deporte, la cultura, el bienestar y similares. Organizan sus propios proyectos e iniciativas educativas.

Recursos

- [Forum des jeunes](https://forumdesjeunes.be/a-propos/), <https://forumdesjeunes.be/a-propos/>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- Los jóvenes explican con sus palabras qué es el CPJ en el video publicado por Le Défenseur des droits de l'enfant, <https://www.youtube.com/shorts/DlgZjjqbDt4>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- Por ejemplo: Consejo Provincial de la Juventud de Hainaut, <https://www.province.namur.be/index.php?rub=recherche&q=Conseil+Provincial+des+Jeunes>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- Consejo Provincial de la Juventud de Luxemburgo, <https://www.province.luxembourg.be/province-de-luxembourg/conseil-provincial-jeunes>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- [Consejo de la Juventud de Quiévrain](https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.quievrain.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- [Mons Youth Council](https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.mons.be/fr/vivre-a-mons/participation-citoyenne/conseils-consultatifs/conseil-communal-des-jeunes/conseil-communal-des-jeunes>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- [Jurbise Youth Council](https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes), <https://www.jurbise.be/ma-commune/vie-politique/conseil-communal-des-jeunes>, consultado el 9 de septiembre de 2025.

E. Sector juvenil en Francia

Los jóvenes de 15 a 29 años representan el 16,4% de la población francesa (\approx 10,9 millones). Sin embargo, la integración en la educación y el empleo sigue siendo desigual. Alrededor del 11% de los jóvenes franceses son ninis, cifra cercana a la media

de la UE. La tasa de desempleo juvenil (15-24) alcanzó el 18,7% a finales de 2024, casi el doble de la tasa de desempleo general.

Los grupos marginados corren un riesgo especial. El abandono escolar prematuro afectó al 7,5% de los jóvenes de 18 a 24 años en 2022, lo que a menudo condujo a empleos inestables o exclusión a largo plazo. Las tasas son mucho más altas entre los jóvenes nacidos en el extranjero, que abandonan la escuela sin calificaciones a más del doble de la tasa de sus compañeros nativos. Los jóvenes con discapacidad también enfrentan barreras estructurales para acceder tanto a la educación como al mercado laboral.

La comunicación es un factor clave en estas desigualdades. Una investigación del Instituto Nacional de Educación Juvenil y Popular (INJEP) muestra que el lenguaje administrativo es a menudo demasiado complejo, lo que crea obstáculos para los jóvenes con bajo nivel de alfabetización, antecedentes migrantes o dificultades cognitivas. Por lo tanto, las organizaciones juveniles desempeñan un papel esencial en la traducción de políticas y servicios a formatos comprensibles y utilizables.

Varios actores importantes estructuran el sector juvenil francés:

- INJEP, el Observatorio Nacional de la Juventud, produce investigaciones y estadísticas.
- El CIDJ (Centre d'Information et de Documentation Jeunesse) coordina una red de oficinas regionales (CRIJ – Centres régionaux d'information jeunesse) y locales (BIJ – Bureaux information jeunesse) que brindan asesoramiento gratuito en todo el país.
- FAGE (Fédération des Associations Générales Étudiantes) representa a las asociaciones de estudiantes y hace campaña por la igualdad de oportunidades.
- Las MJC (Maisons des Jeunes et de la Culture) ofrecen actividades culturales y educativas locales.
- El COJ (Conseil d'Orientation des Politiques de Jeunesse) conecta a las organizaciones juveniles y a los responsables políticos.

Juntas, estas organizaciones ilustran la diversidad del ecosistema juvenil francés. Sin embargo, los desafíos persistentes (deserción escolar, exclusión de los jóvenes migrantes y comunicación inaccesible) subrayan la importancia de tomar medidas.



Recursos

- Población por grupos de edad. (s.f.).

<https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/TPS00010/default/table>, consultado el 19 de septiembre de 2025.

- Eurostat (2024). Estadísticas sobre jóvenes que no trabajan ni estudian ni se forman en el mercado. Explicación de las estadísticas. (s.f.).

[https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics on young people neither in employment nor in education or training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training), consultado el 19 de septiembre de 2025.

- Eurostat (2023). Abandono prematuro de la educación y la formación. Explicación de las estadísticas. (s.f.). [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early leavers from education and training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Early_leavers_from_education_and_training), consultado el 19 de septiembre de 2025.

- OCDE (2024). Panorama de la educación – Notas de país de Francia.

https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2024/09/education-at-a-glance-2024-country-notes_532eb29d/france_f7565e23/7deeac76-en.pdf, consultado el 19 de septiembre de 2025.

- Trabajo, salud e invalidez - Empleo, desempleo, rentas del trabajo | Insee. (s.f.).

<https://www.insee.fr/fr/statistiques/6453728?sommaire=6453776>, consultado el 19 de septiembre de 2025.

- INJEP. (2024, 5 de agosto). Cifras de servicio cívico en 2023 - INJEP - Thomas Venet, oficial de investigación, INJEP. <https://injep.fr/publication/les-chiffres-du-service-civique-en-2023/>, consultado el 19 de septiembre de 2025.

Barreras de comunicación

1. El papel de la comunicación en la inclusión social

En el contexto del trabajo con jóvenes, la comunicación es fundamental para fomentar la inclusión social. Para los jóvenes marginados, como los migrantes, los que abandonan prematuramente la escuela o los jóvenes con discapacidad, el acceso a los servicios y la información a menudo depende de la claridad e inclusión con que se comuniquen. Cuando el lenguaje es demasiado técnico, los formatos son inaccesibles o los mensajes están culturalmente separados, los jóvenes quedan excluidos no solo de la información sino también de las oportunidades de participar en la sociedad.

La comunicación inclusiva, basada en un lenguaje sencillo, un diseño universal y métodos participativos, contribuye directamente a eliminar estas barreras. Permite que los servicios sean más transparentes, accesibles y efectivos. Más allá de la claridad, la comunicación inclusiva reconoce la diversidad de necesidades, idiomas y estilos de aprendizaje, utilizando múltiples formatos (texto, imágenes, audio, herramientas digitales) para llegar a un público más amplio.

Mediante el uso de un lenguaje accesible, diseños estructurados y formatos alternativos (como versiones fáciles de leer o de audio), las organizaciones pueden garantizar que los jóvenes comprendan sus derechos, naveguen por los servicios y se comprometan con confianza. La comunicación también se convierte en un espacio de participación cuando los jóvenes participan en la co-creación de las herramientas y mensajes que los abordan. De esta manera, la comunicación pasa de ser una habilidad técnica a una práctica social que permite la inclusión, la equidad y el empoderamiento.



2. Barreras – introducción

Para identificar las barreras de comunicación que enfrentan los jóvenes y los trabajadores juveniles, dirigimos una serie de talleres de codiagnóstico. Tuvieron lugar en cada país de la asociación (Francia, Bélgica, Austria, Italia y España). Más de 75 participantes compartieron con nosotros sus experiencias y reflexiones sobre los desafíos de comunicación que enfrentan en el contacto mutuo. Estas eran personas de 15+ años. Eran: estudiantes, jóvenes marginados, educadores juveniles, entrenadores juveniles, maestros, psicólogos, trabajadores sociales y profesionales juveniles. Nos gustaría agradecerles su participación activa, apertura y sinceridad. Su aporte a este proyecto no tiene precio.

2.1. Barreras a las que se enfrentan los jóvenes

Las personas jóvenes y marginadas enfrentan numerosos desafíos de comunicación. Están directamente relacionados con las necesidades que identificamos durante los talleres.

Desafíos:

- **Nuevo idioma:** Para algunos de los jóvenes marginados, el idioma del país en el que viven actualmente no es su idioma nativo. Aprender gramática, usarla, aprender nuevas palabras, estudiar y escribir en ese idioma son grandes barreras.

- **hablar con hablantes nativos:** Hemos observado que hablar con hablantes nativos de un idioma es más difícil para los jóvenes que hablar el idioma en sí (por ejemplo, durante las clases de idiomas o con otros hablantes no nativos).
- **Rasgos de carácter (señalados por uno de los educadores):** La timidez, la introversión y el sentimiento de pérdida a menudo impiden que los jóvenes participen activamente en discusiones y actividades.

Necesidades:

- **Forma adaptada de hablar:** hablar despacio (o no tan rápido, como algunos escribieron), repetir palabras cuando sea necesario, hablar más alto y usar palabras simples, prestar atención al hecho de que simplemente no entienden lo que alguien está diciendo y que sería muy útil si reformularan la oración y ser pacientes. Una persona escribió que un hablante nativo de francés, si no entiende, siempre puede pedir repetir, en lugar de tratar de "interpretar correctamente" lo que la otra persona acaba de decir. Tales subestimaciones conducen a la falta de comunicación.

2.2. Barreras a las que se enfrentan los trabajadores juveniles

Los trabajadores juveniles están fuertemente motivados para comunicarse de manera eficiente con los jóvenes marginados. Años de práctica y observaciones les ayudan a desarrollar sus estrategias para derribar tantas barreras como sea posible. Sin embargo, todavía enfrentan muchos desafíos y luchan por encontrar formas de superarlos. Durante el taller de codiagnóstico, señalaron varias áreas de mejora. Es una muy buena señal. Los educadores juveniles son personas que están abiertas a aprender cosas nuevas para cumplir su misión. A continuación, presentamos los principales desafíos, estrategias y áreas de mejora que surgieron como resultado de nuestros talleres de codiagnóstico.

Desafíos:

- **Diversidad del grupo objetivo:** personas con diferentes niveles educativos, de diferentes orígenes, orígenes sociales y culturales, a veces con discapacidades.
- **No hay un idioma común:** sucede que no hay un idioma que todos hablen dentro del mismo grupo.

- **Escucha pasiva:** la falta de participación en la conversación y las actividades grupales.
- **Condiciones espaciales:** los jóvenes son más abiertos, receptivos y relajados cuando la actividad (taller) se desarrolla en un espacio abierto o al aire libre. Las salas de seminarios o grupos traen el resultado opuesto.

Estrategias:

- **Lenguaje corporal:** usar gestos para apoyar la comprensión (por ejemplo, mostrar con los dedos un número que dices en voz alta), sonreír, pararte cara a cara, observar la expresión facial de la persona para asegurarte de que (y en qué grado) entendió.
- **Emociones:** Ser paciente cuando alguien no entiende, no mostrar la molestia de uno, ser educado, empático y ser consciente del nivel de estrés y emociones de la persona, tomar en serio las necesidades de alguien.
- **Vocabulario:** aplicar un lenguaje sencillo, buena articulación, hablar despacio, usar infinitivos.
- **Apoyos:** dibujar, pedir ayuda a un intérprete o a una ONG, utilizar la tecnología para traducir, utilizar ayudas visuales e instrucciones breves por escrito.
- **Formatos de actividades** atractivos: discusiones (moderadas), tareas creativas (p. ej., dibujo), juegos de roles, narración de cuentos y actividades para compartir culturas, escucha activa.

Áreas de mejora:

- **Fortalecimiento de la empatía:** sensibilizar a los trabajadores juveniles sobre la influencia de la marginación y la baja alfabetización en las emociones y la confianza en sí mismos.
- **Simplificación de la comunicación:** Los educadores de jóvenes señalaron la falta de lenguaje simplificado en los materiales y la información. Como dijo uno de ellos [ortografía original]: Necesitamos dejar de usar volantes que se sienten como un mini documento legal. También les gustaría usar contenido visualizado con más frecuencia y desarrollar habilidades de comunicación digital.
- **Aplicación del lenguaje sencillo:** La capacidad de (re)escribir textos en lenguaje sencillo y aplicar las reglas del lenguaje sencillo en la vida diaria

(lenguaje hablado) son habilidades que los trabajadores juveniles desean mejorar.

2.3. Principales formatos de comunicación

Durante la Actividad A1, el consorcio llevó a cabo una evaluación estructurada de 32 herramientas de mediación utilizadas por organizaciones orientadas a la juventud en los países socios. El análisis identificó cinco formatos de comunicación principales y destacó los principales enfoques temáticos relevantes para el sector de la juventud.

Formatos de comunicación identificados

1. Sitios web (10 entradas)

El formato más utilizado, normalmente por organismos institucionales u grandes organizaciones. Los sitios web a menudo sirven como centros de información, pero varían en claridad y accesibilidad. Si bien la mayoría usaba diseños estructurados, pocos incluían formatos alternativos como audio o versiones fáciles de leer.

2. Folletos (8 entradas)

Utilizados con frecuencia para la comunicación específica del programa, los folletos proporcionaban información concisa, pero a veces incluían texto denso o carecían de apoyo visual. A menudo eran formatos físicos, pero también compartidos digitalmente.

3. Perfiles de redes sociales (5 entradas)

Plataformas como las páginas de Facebook, Instagram o LinkedIn se utilizan para actualizaciones en tiempo real e interactuar con los seguidores. Son efectivos para el alcance pero inconsistentes en la claridad y accesibilidad del mensaje, particularmente para audiencias con desafíos cognitivos o sensoriales.

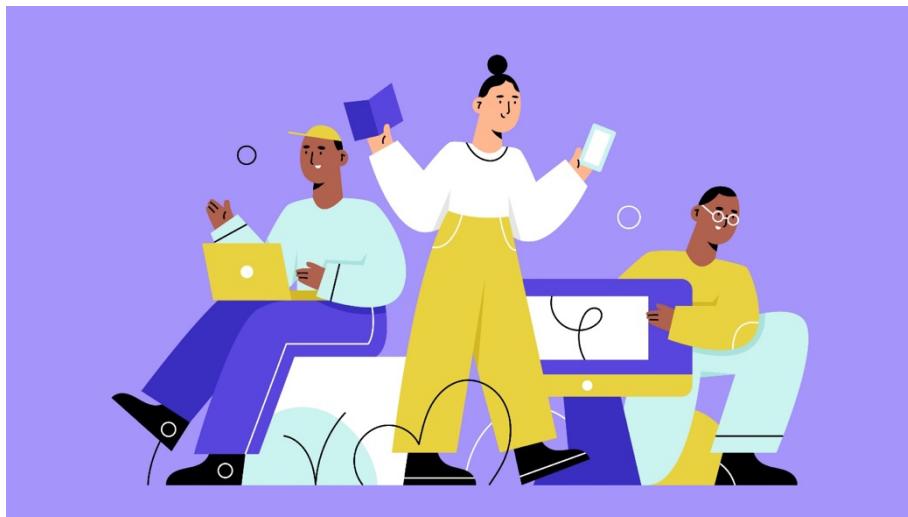
4. Boletines informativos (5 entradas)

Aunque en general tienen una estructura clara, rara vez se tradujeron o adaptaron a formatos más accesibles. La jerarquía visual y la claridad del mensaje variaron entre las herramientas.

5. Carteles (4 entradas)

Se utiliza para la promoción de eventos o servicios específicos. Los carteles solían ser visualmente atractivos, pero obtuvieron una puntuación más baja en

claridad de contenido y rara vez incluían características de diseño multilingües o inclusivas.



Temas clave identificados

- **Empleo y orientación profesional:** Varias herramientas centradas en el apoyo vocacional, la preparación para el trabajo o las vías de capacitación.
- **Participación cultural y compromiso cívico:** Se encuentra en herramientas de centros culturales e instituciones públicas que promueven actividades, talleres y participación juvenil.
- **Salud mental y bienestar:** Si bien no es el enfoque central de ninguna herramienta en particular, algunos recursos abordaron indirectamente la inclusión, el apoyo emocional o el fomento de la confianza.
- **Accesibilidad e inclusión:** Solo unas pocas herramientas obtuvieron una puntuación alta en términos de ofrecer formatos alternativos (braille, audio, fácil de leer), lo que indica un área significativa de mejora.

Observaciones generales de la evaluación

- La mayoría de las herramientas usaban vocabulario simple (calificación promedio: 3-4 de 5), pero a menudo carecían de traducciones, soporte de audio o elementos interactivos.
- El texto estructurado y el diseño claro generalmente se aplicaron bien, pero solo una minoría usó pictogramas, imágenes paso a paso o diseños sensoriales.
- Existe una brecha notable en el uso de formatos inclusivos, particularmente para usuarios con discapacidades o bajo nivel de alfabetización.

Estos hallazgos subrayan la importancia de mejorar tanto la claridad del contenido como la diversidad de formatos en la comunicación juvenil. Si bien los sitios web dominan, la integración de elementos más accesibles, multilingües e interactivos en todos los formatos es esencial para promover la inclusión.

Mejores prácticas

1 Italia

| | |
|--|--|
| Tipo de herramienta de comunicación | Publicación multilingüe en formatos estándar, fáciles de leer y braille |
| ¿Quién? (nombre de la organización) | Sciara Progetti A.P.S. - E.T.S. en cooperación con los socios del proyecto «DIS-Abilities» (financiado con cargo a Erasmus+ KA220) |
| ¿Dónde? (país, ciudad) | Italia, Francia, España, Grecia |
| Grupo objetivo (a quien dirigen sus comunicaciones, servicios y/o eventos) | Trabajadores juveniles, educadores y personas con discapacidades cognitivas o visuales |
| ¿Cuándo se implementó la herramienta de comunicación? ¿Cuánto tiempo ha estado funcionando? | Desarrollado y publicado en 2024 en el marco del proyecto Erasmus+ «DIS-Abilities» https://disabilitiesproject.eu/ |
| ¿Por qué tiene éxito? | Esta publicación se destaca por su amplia inclusión. Se produjo en cinco idiomas (inglés, francés, español, italiano y griego) y se adaptó a formatos fáciles de leer y braille en cada idioma. Este enfoque multiformato garantiza la accesibilidad a través de barreras lingüísticas, cognitivas y sensoriales, lo que permite que una amplia gama de usuarios se beneficie del contenido. Al integrar los principios de diseño universal e invertir en publicaciones accesibles, la herramienta demuestra cómo la comunicación puede ser inclusiva y escalable. |

2 España

| | |
|--|--|
| Tipo de herramienta de comunicación | Grupo y canal de WhatsApp |
| ¿Quién? (nombre de la organización) | MÁS |
| ¿Dónde? (país, ciudad) | Fuengirola, España |
| Grupo objetivo (a quien dirigen sus comunicaciones, servicios y/o eventos) | Seguidores en el canal y la comunidad: todos los grupos relacionados con PLIS |
| ¿Cuándo se implementó la herramienta de comunicación? ¿Cuánto tiempo ha estado funcionando? | Hace un año |
| ¿Por qué tiene éxito? | Manejamos dos tipos de comunicación: una a través de nuestro canal, donde 350 personas nos siguen pero pueden o no unirse a las actividades, y otra a través de nuestra comunidad de WhatsApp, donde alrededor de 300 miembros participan de manera más activa. Para mantener a ambos grupos comprometidos, compartimos dos versiones de las mismas actualizaciones, adaptadas a cada audiencia. Este enfoque ha demostrado ser más efectivo, asegurando que todos reciban información de la manera que mejor se adapte a su nivel de participación. |

3. Austria

| | |
|--|---|
| Tipo de herramienta de comunicación | Herramienta de reflexión y acción: Cuatro más uno. Esta herramienta es un método de trabajo centrado en la persona. Ayuda a todos a aprender de actividades y esfuerzos anteriores. Estas experiencias de aprendizaje pueden dar lugar a una nueva perspectiva de las situaciones y ayudar a abrir nuevos caminos y planificar con anticipación. |
| ¿Quién? (nombre de la organización) | LebensGroß considera que el enfoque centrado en la persona de sus servicios es la base para un apoyo individualizado y personalizado. La atención se centra en las fortalezas y habilidades, la voluntad personal y los recursos disponibles en el entorno (redes de apoyo). El objetivo es mejorar la calidad de vida y la participación en la sociedad. |
| ¿Dónde? (país, ciudad) | Graz, Austria |
| Grupo objetivo (a quien dirigen sus comunicaciones, servicios y/o eventos) | Empleados, educadores y personas con discapacidades, dificultades de aprendizaje y personas afectadas por desventajas. |

| | |
|---|--|
| <p>¿Cuándo se implementó la herramienta de comunicación?</p> <p>¿Cuánto tiempo ha estado funcionando?</p> | <p>El trabajo centrado en la persona se ha aplicado y desarrollado aún más dentro de la organización desde aproximadamente 2014.</p> |
| <p>¿Por qué tiene éxito?</p> | <p>Este método tiene éxito porque es importante discutir regularmente lo que hemos intentado, lo que hemos aprendido, con qué estamos contentos y lo que nos preocupa, así como los próximos pasos. Es un método simple para evaluar conjuntamente una situación. Todos los participantes responden cuatro preguntas juntos, después de lo cual usan la quinta pregunta para planificar los próximos pasos. Las cinco preguntas son:</p> <p>¿Qué intentamos? ¿Qué aprendimos? ¿De qué estábamos contentos? ¿Qué nos preocupaba? Según lo que sabemos: ¿Cuál es el siguiente paso?</p> <p>Los resultados se registran en un póster u hoja de trabajo. El método proporciona estructura y ayuda a facilitar la discusión. Se puede utilizar para el trabajo familiar, el trabajo individual y las reuniones de equipo.</p> |

3. Bélgica

| | |
|--|---|
| Tipo de herramienta de comunicación | <u>'Escribir para ser leído'</u> ['Escrito para ser leído'] y <u>Amesure</u> |
| ¿Quién? (nombre de la organización) | <ul style="list-style-type: none"> • Ministère de la Communauté française de Belgique, Service de la langue française [Ministerio de la Comunidad Francesa de Bélgica, Servicio de la Lengua Francesa]. • Ministerio Federal de la Función Pública. Servicio de Información [Ministerio Federal de la Función Pública. Servicio de Información]. • Centro de Procesamiento Automático del Lenguaje (CENTAL) de la Universidad Católica de Lovaina. |
| ¿Dónde? (país, ciudad) | Provincia de Valonia, Bélgica |
| Grupo objetivo (a quien dirigen sus comunicaciones, servicios y/o eventos) | Las herramientas de comunicación que presentamos en este estudio de caso fueron creadas para empleados administrativos que preparan los textos administrativos para los habitantes de la región de Valonia. |
| ¿Cuándo se implementó la herramienta de comunicación? ¿Cuánto tiempo ha estado funcionando? | <p>La primera versión del manual '<u>Escribir para ser leído</u>' se publicó en 1998. Desafortunadamente, no logramos encontrar la fecha de su reedición, a la que proporcionamos un enlace en este estudio de caso.</p> <p>La herramienta <u>Amesure</u> se desarrolló entre 2012 y 2017.</p> |

| | |
|-----------------------|--|
| ¿Por qué tiene éxito? | <p>Sabemos que estas no son las clásicas "herramientas de comunicación", como un perfil de redes sociales o un sitio web.</p> <p>Esta herramienta combina la teoría y la práctica en la vida diaria. Las autoridades prepararon una publicación con pautas para los empleados administrativos, presentando la teoría de crear un texto administrativo en un lenguaje sencillo. Tal vez también hubo algunos entrenamientos. No lo sabemos.</p> <p>Lo brillante aquí es preparar una herramienta de verificación automática. Cada persona puede comprobar si, y en qué medida, su texto administrativo es comprensible para los lectores.</p> <p>Esta es una combinación única que proporciona una base teórica y una herramienta de verificación práctica.</p> |
|-----------------------|--|

4. Francia

| | |
|--|---|
| Tipo de herramienta de comunicación | Plataforma digital + portal de información de servicios: «Brújula de la Juventud» («Boussole des Jeunes») |
| ¿Quién? (nombre de la organización) | El Ministerio de Educación Nacional y Juventud de Francia / Red de Información Juvenil. |
| ¿Dónde? (país, ciudad) | Francia (nacional, con sucursales locales/regionales) |
| Grupo objetivo (a quien dirigen sus comunicaciones, servicios y/o eventos) | Jóvenes de 16 a 30 años, especialmente aquellos que no están familiarizados con sus derechos, jóvenes marginados, jóvenes que no pueden acceder fácilmente a canales de información formales, así como profesionales adultos que trabajan con estos jóvenes. |
| ¿Cuándo se implementó la herramienta de comunicación? ¿Cuánto tiempo ha estado funcionando? | Este servicio existe y se ha mejorado continuamente desde 2017. Actualmente operativo en unos 63 departamentos (condados) y que abarca ocho áreas (empleo, formación, vivienda, salud y movilidad internacional, deportes/ocio/cultura, compromiso social/activismo y vida cotidiana), el Compass tiene como objetivo expandirse a nuevas áreas geográficas y nuevas áreas de enfoque cada año. |
| ¿Por qué tiene éxito? | Boussole des Jeunes sirve como plataforma de orientación y mapeo de servicios: conecta a los jóvenes con los servicios que necesitan, explica los derechos y procedimientos en términos más claros y les ayuda a encontrar profesionales |

locales.

Reduce la brecha causada por información compleja o difícil de encontrar. Debido a que es digital, gratuito, utiliza un lenguaje comprensible (lenguaje fácil de entender y uso del "tú" directo en francés, en lugar de un "vous" más formal) y vincula las estructuras locales/regionales, llega a los jóvenes que de otro modo podrían estar excluidos.

Tiene éxito porque combina claridad, visibilidad y ayuda práctica en un solo lugar.

Introducción a las herramientas y enfoques

1. Accesibilidad vs Inclusión

En el sector juvenil europeo, la **accesibilidad y la inclusión son conceptos estrechamente relacionados pero distintos**.

La accesibilidad se refiere a la eliminación de barreras, físicas, digitales o informativas, para que los jóvenes con discapacidades u otras limitaciones puedan acceder a espacios, servicios y recursos en igualdad de condiciones.

La inclusión, sin embargo, va más allá: se trata de crear activamente entornos en los que todos los jóvenes, independientemente de sus capacidades, antecedentes o estatus, puedan participar, sentirse valorados e influir en las decisiones.

Los marcos europeos reflejan esta distinción. La Convención de las Naciones Unidas sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad (2006), ratificada por la UE y sus Estados miembros, estableció la accesibilidad como una obligación legal. Este principio se vio reforzado por el Acta Europea de Accesibilidad (2019), que exige a los Estados miembros que armonicen las normas de accesibilidad de los productos y servicios, incluidas las tecnologías de la información y la comunicación. Estas medidas **han mejorado el acceso a la educación, la cultura y las herramientas digitales** en toda Europa. Sin embargo, como observan muchas organizaciones juveniles, la accesibilidad por sí sola no garantiza una participación significativa.

La inclusión es un concepto más amplio y proactivo. La Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027 identifica la inclusión y la diversidad como prioridades clave, haciendo hincapié en la necesidad de empoderar a los grupos marginados como los que abandonan la escuela, los jóvenes migrantes, los jóvenes con discapacidad y los procedentes de entornos socioeconómicos desfavorecidos. Por ejemplo, un centro juvenil puede cumplir con los estándares de accesibilidad al ofrecer una rampa o un sitio web accesible, pero la inclusión requiere adaptar los programas, el lenguaje y la comunicación para que estos jóvenes no solo estén presentes, sino también comprometidos y representados.

En la práctica, **la accesibilidad suele ser el punto de partida**, mientras que **la inclusión representa el objetivo**. Esto es especialmente relevante en la comunicación: hacer que un sitio web cumpla técnicamente con las pautas de accesibilidad garantiza el acceso, pero el uso de un lenguaje sencillo garantiza la comprensión. Del mismo modo, ofrecer información en varios idiomas, codiseñar actividades con los jóvenes o integrar herramientas digitales que se adapten a diferentes niveles de alfabetización son prácticas inclusivas que van más allá del cumplimiento.

En resumen, **la accesibilidad abre la puerta; la inclusión garantiza que los jóvenes se sientan bienvenidos**, reconocidos y capaces de contribuir. Por lo tanto, las organizaciones juveniles europeas deben integrar ambos principios si quieren construir servicios equitativos, sostenibles y participativos para las generaciones futuras.

Recursos

- Naciones Unidas (2006). Convención sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad.
- Unión Europea (2019). Acta Europea de Accesibilidad.
- Comisión Europea (2018). Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027.
- Consejo de Europa (2022). Estrategia del Sector de la Juventud 2030: Inclusión y Diversidad.

2. Diseño inclusivo

• ¿Cómo empezó?

Volvamos a la segunda mitad del siglo XX. Las personas con discapacidad comienzan a luchar por sus derechos. Muy lentamente, paso a paso, la sociedad "sin discapacidad" reconoció a los "discapacitados" como miembros de pleno derecho de la sociedad. Sobre esa base, nació la idea del diseño universal. Este término se refiere principalmente a la arquitectura y los productos. El enfoque de diseño universal trata de encontrar un término medio: una solución que se adapte mejor a todos, "sin discapacidad" y "discapacitados". La revolución digital y su amplio abanico de posibilidades adaptativas han dado lugar a un concepto de diseño inclusivo.

• ¿Qué es el diseño inclusivo?

Se trata de conocer a su grupo objetivo, sus necesidades y... diversidad. Este enfoque nos da a todos un enfoque nuevo y fresco. Sus tres mensajes principales son:

- Tenemos que terminar con la división polarizada en "discapacitados" y "personas sin discapacidad".
- Es necesario ver las diversas necesidades de un grupo.
- Tenemos que adaptar el producto o servicio a esas necesidades.

Este estudio de caso ayudará a aclarar el asunto. Echemos un vistazo más de cerca a la colección de ropa adaptativa recientemente introducida por una de las compañías de ropa más conocidas del mundo. Las blusas, camisetas, pantalones y ropa interior tienen, por ejemplo, cremalleras magnéticas y cierres a presión, abertura para acceso por tubo, estoma o catéter.

• ¿Por qué es importante?

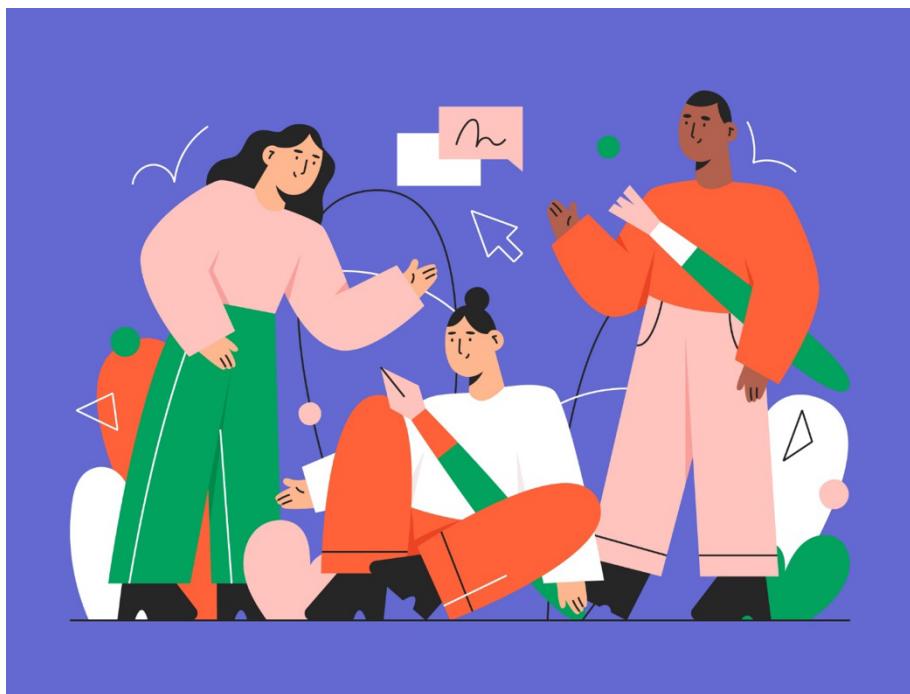
El diseño inclusivo permite el reconocimiento de las diversas necesidades de un determinado grupo. Uno puede tener experiencia en un campo determinado, pero siempre hay cosas que aprender.

O imaginemos que de repente descubres que un nuevo grupo de personas podría comenzar a usar un determinado producto o servicio. Para llegar a más clientes o beneficiarios, solo se necesitarán algunas adaptaciones.

• ¿Por qué es importante el diseño inclusivo en la comunicación con los jóvenes marginados?

El diseño inclusivo en la comunicación significa crear contenido que sea fácil de entender y navegar por el grupo más amplio posible de personas, independientemente de su origen cultural o lingüístico, así como de su edad, género y habilidades.

Piensa por un momento. ¿Cuáles son las razones de la exclusión juvenil? Estos pueden ser, por ejemplo, bajo nivel de alfabetización, antecedentes sociales, culturales o migrantes, trastornos del aprendizaje, discapacidad y muchos otros. Al adaptarse a sus necesidades, haces oír tu voz entre ellos. Para ellos, es una señal de que no son invisibles. Son vistos y bienvenidos a usar su producto o beneficiarse de los servicios que brinda. Si son bienvenidos, participan. Y si participan, estamos en el camino correcto hacia la igualdad.



- **Grupo objetivo diverso, equipo diverso**

Conocer el grupo objetivo y su diversidad es el primer paso. Ser consciente de sus necesidades, fortalezas y limitaciones es el primer paso para trabajar en la adaptación de servicios o productos para cumplir con sus expectativas. Pero, ¿trabajará solo en ello? Probablemente no. Reflexiona por un momento sobre a quién invitarás a tu equipo. Los representantes del grupo destinatario deben participar como expertos. Contribuirán al proceso de diseño / creativo de una manera que nunca imaginarías. Prestarán atención a los asuntos y problemas en los que nadie pensaría jamás. Mostrarán la complejidad y diversidad de su propio grupo. Un ejemplo clásico muy simple: ¿ser una persona con discapacidad visual significa ver solo oscuridad? Numerosos videos demuestran que no es cierto.

Recursos

- Crip Camp: A Disability Revolution que cuenta la historia de ese movimiento en los EE. UU.
- Sitio web corporativo de Primark, <https://corporate.primark.com/en-gb/a/news/corporate-news/adaptive-fashion-hits-the-high-street-as-primark-launches-first-men-and-womens-range-with-victoria-jenkins>, consultado el 9 de septiembre de 2025.
- Un video en inglés que muestra varios tipos de discapacidad visual, <https://www.youtube.com/shorts/plsLO6D3r1q>, consultado el 10 de septiembre de 2025.

3. Comunicación sostenible y ecológica

El término "comunicación sostenible y ecológica" describe prácticas de comunicación que son ecológicamente responsables y socialmente sostenibles a largo plazo. Esto implica algo más que el tipo de comunicación: la atención también se centra en el contenido, la actitud detrás de él y el impacto en la sociedad y el medio ambiente.

- **Comunicación sostenible**

Esto se refiere a una forma de intercambio que es efectiva a largo plazo, éticamente aceptable y socialmente responsable. Su objetivo es generar confianza, mantener diálogos en igualdad de condiciones y crear transparencia. Las personas participan activamente en los procesos, permitiendo y fomentando la participación. Los temas clave de la comunicación sostenible son la justicia social, la educación, la diversidad, la inclusión y la protección del medio ambiente y el clima. Esta forma de comunicación se basa en valores: refleja no solo lo que se dice, sino también cómo y por qué.

- **Comunicación ecológica**

La comunicación ecológica se centra en la huella ecológica. Se aplican estrategias que tienen como objetivo conservar los recursos naturales y reducir el impacto ambiental. Los ejemplos incluyen evitar conscientemente los materiales impresos en favor de los medios digitales, los métodos de trabajo sin papel, el uso de materiales publicitarios sostenibles, evitar los folletos desechables y el uso de tecnologías energéticamente eficientes. La reducción de los viajes de negocios a través de reuniones virtuales también se enmarca en prácticas de comunicación ecológicas.

- **La conexión: comunicar de forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente.**

La combinación de ambos enfoques da como resultado una estrategia de comunicación completa que se diseña conscientemente tanto en términos de contenido como de forma. La comunicación sostenible y respetuosa con el medio ambiente tiene en cuenta no solo lo que se comunica, sino también cómo, por qué medios y con qué consecuencias. Se trata de entender la comunicación como una herramienta para el cambio social: responsable, reflexiva y eficiente en el uso de los recursos. De este modo, las empresas, las organizaciones y los particulares pueden contribuir activamente a la protección del medio ambiente y del clima, asumir la

responsabilidad social y ganarse la confianza de su grupo objetivo a través de una comunicación auténtica y transparente.

La era digital ofrece muchas oportunidades para implementar estos principios. Sin embargo, también requiere un replanteamiento y un examen crítico de las estructuras de comunicación existentes. La comunicación sostenible y respetuosa con el medio ambiente no es una tendencia a corto plazo, sino un enfoque con visión de futuro que es cada vez más importante.

4. Lenguaje sencillo

El lenguaje sencillo no es solo un estilo de escritura o una forma de comunicarse, sino también **una cuestión de equidad**. Cuando los jóvenes pueden comprender fácilmente la información que reciben, pueden tomar decisiones, participar en actividades, sentir que pertenecen y tener un impacto en sus comunidades. Para aquellos que enfrentan barreras como alfabetización limitada, migración o dificultades de aprendizaje, la comunicación clara es a menudo el primer paso hacia la inclusión. Pero **también beneficia a todos**: incluso los lectores altamente educados prefieren mensajes que sean rápidos de comprender y fáciles de actuar.

El principio del lenguaje sencillo ahora está reconocido internacionalmente.

La norma ISO 24495-1:2023 de lenguaje sencillo define cuatro resultados clave:

1. La audiencia puede encontrar lo que necesita.
2. Pueden entenderlo.
3. Pueden usarlo.
4. Pueden lograr sus objetivos.



Estos resultados se logran trabajando **en tres niveles**:

- **Estructura:** Organice el contenido de forma lógica, con la información más importante en primer lugar ('carga frontal'). Use encabezados, listas y secciones cortas para guiar al lector.
- **Lenguaje:** Elija palabras comunes, voz activa y oraciones cortas. Evita la jerga, los dobles negativos o las frases abstractas.
- **Diseño:** Admite texto con fuentes legibles, contraste claro y elementos visuales como iconos o infografías. En las plataformas digitales, asegúrese de que el contenido sea escaneable y compatible con dispositivos móviles.

Los beneficios van más allá de la accesibilidad. En los servicios públicos, los textos escritos en lenguaje sencillo reducen los errores y aceleran los procesos. En el cuidado de la salud, los pacientes que reciben instrucciones en lenguaje sencillo tienen menos probabilidades de cometer errores con la medicación. En educación, los estudiantes se

involucran más profundamente cuando los materiales de aprendizaje son claros. Lo mismo se aplica al trabajo con jóvenes: cuando las invitaciones, los formularios o las descripciones de los programas son claros, más jóvenes participan y menos abandonan.

Imagina a un joven migrante que recibe un anuncio sobre un programa juvenil. Si el mensaje está escrito en lenguaje burocrático, es posible que se den por vencidos incluso antes de hacer una pregunta. Si el mismo mensaje usa un lenguaje sencillo, significa que tiene un título directo, una explicación simple de qué, cuándo y cómo, y una señal visual, que el joven sabe de inmediato que la oportunidad es para ellos. **La claridad convierte una barrera potencial en una invitación.**

El lenguaje sencillo es diferente de "fácil de leer". Los formatos fáciles de leer siguen reglas estrictas para apoyar a las personas con discapacidades cognitivas. **El lenguaje sencillo, en cambio, crea un marco más amplio que mantiene intactas las ideas complejas, pero las hace comprensibles para el público en general.** Esta flexibilidad lo hace especialmente poderoso en contextos diversos y multilingües.

El lenguaje sencillo también se puede medir. Las herramientas de legibilidad como Flesch Reading Ease o LIX pueden dar una puntuación inicial de dificultad del texto, mientras que las pruebas de usuario con participantes reales proporcionan información directa sobre si los mensajes funcionan. Estos métodos permiten a las organizaciones pasar de la intención a la evidencia, asegurando que la comunicación no solo sea bien intencionada sino efectiva.

En resumen, el **lenguaje sencillo no se trata de simplificar ideas, se trata de respetar el derecho a comprender**. Al combinar estructura, redacción accesible y diseño reflexivo, los trabajadores y organizaciones juveniles crean condiciones más justas para la participación. La claridad no es solo un estilo; es un camino hacia la equidad, la confianza y la inclusión.

Diez recomendaciones

1. Comience con una revisión de la comunicación

Evalué sus sitios web, folletos y publicaciones en redes sociales. Pregunte: ¿Quién está excluido por la forma en que nos comunicamos actualmente? Involucre a los jóvenes en este proceso para capturar diversas perspectivas.

2. Prioriza el lenguaje sencillo

Use oraciones cortas, vocabulario familiar y estructura clara. Evite la jerga o explíquelo cuando sea necesario. Un lenguaje sencillo garantiza que todos los jóvenes puedan comprender y actuar sobre la información.

3. Llegar a los jóvenes donde están

Adapta los canales de comunicación a tus audiencias. Si bien los sitios web siguen siendo útiles, los jóvenes tienden a usar las redes sociales o las aplicaciones de mensajería. Garantice la coherencia entre plataformas.

4. Combina texto y elementos visuales

Apoya la información escrita con imágenes, iconos o infografías. Utilice imágenes inclusivas que reflejen la diversidad y proporcionen texto alternativo para la accesibilidad.

5. Prueba con usuarios

Antes de lanzar, comparta materiales con pequeños grupos de jóvenes. Sus comentarios sobre la claridad y la relevancia ayudarán a refinrar su enfoque.

6. Apoyar audiencias multilingües

En contextos multilingües, proporcione información clave en los idiomas que habla su comunidad. Para los jóvenes migrantes y refugiados, así como para los jóvenes que no hablan el idioma del país por cualquier motivo, adapten los recursos a los diferentes niveles de alfabetización.

7. Integra la accesibilidad desde el principio

Aplique estándares de accesibilidad digital como las Pautas de accesibilidad al contenido web (WCAG): garantice un alto contraste, texto escalable, subtítulos y navegación simple.

8. Desarrollar la capacidad del personal

Ofrecer capacitación periódica para el personal y los voluntarios sobre escritura clara, comunicación intercultural y accesibilidad digital. Las habilidades deben actualizarse y compartirse internamente.

9. Fortalecer las asociaciones

Trabajar con escuelas, bibliotecas, centros culturales y autoridades locales para ampliar el alcance. Asóciese con especialistas en alfabetización o discapacidad para obtener apoyo experto.

10. Monitorear y mejorar

Utilice análisis, encuestas o datos de asistencia para realizar un seguimiento de cómo los jóvenes interactúan con su comunicación. Ajustar las estrategias regularmente para responder a sus necesidades cambiantes.

Conclusión y referencias

'That's Clear' demuestra que **la inclusión comienza con nuestro lenguaje**. El mensaje es coherente en todos los países socios: la comunicación determina si los jóvenes pueden encontrar, comprender y utilizar ofertas y servicios para alcanzar sus objetivos. Por lo tanto, el proyecto tiene como objetivo cerrar esta brecha mediante la integración sistemática de un lenguaje sencillo y un diseño inclusivo en las prácticas cotidianas de trabajo juvenil.

El proyecto aborda así una de las principales causas de exclusión: la comunicación inaccesible. La experiencia de todos los países socios confirma que **los trabajadores juveniles necesitan herramientas concretas, capacitación práctica y tiempo** para adaptar su trabajo.

¡Eso está claro! sigue un enfoque claramente estructurado:

1. Codiagnóstico centrado en el joven: los obstáculos y las necesidades se identifican, crean y describen junto con los jóvenes.
2. Análisis de materiales: Folletos, infografías, herramientas de evaluación y una herramienta proporcionan resultados verificables y se analizan.
3. Desarrollo de medidas de formación: la formación/talleres/seminarios web modulares se combina con el aprendizaje presencial y en línea, reconocido por Youthpass.

Este enfoque fortalece la práctica de las organizaciones juveniles, reduce la deserción escolar y aumenta la participación. Esto beneficia especialmente a los migrantes, a los que abandonan la escuela y a los jóvenes con deficiencias cognitivas, pero en última instancia a todas las personas que prefieren una información clara y comprensible.

¡Eso está claro! combina conocimientos de publicaciones inclusivas, alfabetización, teatro social, cultura y liderazgo juvenil. Al mismo tiempo, abre vías a la educación, la capacitación y los deportes. Las decisiones de comunicación sostenibles, como la reducción de los materiales impresos, la reutilización y la priorización de la accesibilidad, también contribuyen al valor añadido social a largo plazo: menos malentendidos, mayor capacidad de acción y un acceso más justo a los servicios.

Perspectivas específicas de cada país

- Austria: Programas como NEBA (Netzwerk Berufliche Assistenz, o Red de Asistencia Profesional) ofrecen apoyo de bajo umbral para la transición de la escuela al trabajo. El lenguaje sencillo puede fortalecer el asesoramiento, la forma y los materiales de entrenamiento en esta área. Otras organizaciones juveniles también forman una red densa y diversa que cubre la cultura, la educación, el medio ambiente, los deportes, el ocio e incluso la religión.
- Italia y España: Youth Wiki muestra marcos políticos e institutos nacionales de la juventud que ilustran dónde se puede integrar una comunicación clara en los servicios locales, los programas de movilidad y los centros juveniles.
- Bélgica (Federación Valonia-Bruselas): Bélgica tiene una estructura administrativa compleja (comunidades/regiones con sus propios parlamentos y responsabilidades en materia de juventud). La red de participación juvenil es particularmente influyente: los consejos juveniles a nivel nacional, provincial y municipal actúan como voz y espacio de aprendizaje para la participación democrática. Ejemplo: El Forum des Jeunes es el representante oficial de los jóvenes de 16 a 30 años en la Federación Valonia-Bruselas; conecta a los jóvenes y a los responsables de la toma de decisiones, redacta declaraciones y apoya los procesos de participación. Estos organismos son ideales para introducir normas de lenguaje sencillo en la comunicación pública, respaldadas por directrices prácticas y comprobaciones automatizadas de la comprensibilidad.
- Francia: Los jóvenes de 15 a 29 años constituyen una proporción significativa de la población, pero las transiciones en la educación y las carreras, incluido el desempleo juvenil y la deserción escolar, siguen siendo un desafío. Con el fin de romper las barreras de comunicación, INJEP (datos y análisis), CIDJ / CRIJ / BIJ (información juvenil de bajo umbral) y MJC (trabajo cultural y educativo local) se han establecido como organizaciones clave que pueden traducir un lenguaje administrativo complejo en formatos que sean comprensibles y utilizables.

El lenguaje y la comunicación claros e inclusivos son justos y efectivos. Cuando las personas encuentran lo que necesitan, lo entienden y pueden usarlo para lograr sus objetivos, automáticamente se involucran.

Al combinar los estándares con el diseño y el reconocimiento de las organizaciones juveniles, la **claridad se convierte en una práctica diaria**. Esto conduce a buenos o mejores resultados para los jóvenes. Abre **puertas para la comunicación y hace posible la participación**.

Referencias

- ISO 24495-1:2023: Lenguaje sencillo — Parte 1: Principios rectores y directrices. Organización Internacional de Normalización
- Unión Europea - Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027 (Portal Europeo de la Juventud; visión general y planes de trabajo): [Estrategia de la UE para la Juventud | Portal Europeo de la Juventud](https://youth.europa.eu/strategy_en)
https://youth.europa.eu/strategy_en.
- Unión Europea: Youthpass – portal oficial (finalidad, certificados, idiomas, proceso): [Objetivos Europeos de la Juventud | Portal Europeo de la Juventud](https://youth.europa.eu/strategy_en).
- Eurostat: Estadísticas sobre los jóvenes que ni trabajan ni estudian ni reciben formación, 2025 [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics on young people neither in employment nor in education or training](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Statistics_on_young_people_neither_in_employment_nor_in_education_or_training).
- Eurostat: Jóvenes – inclusión social: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young people - social inclusion](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Young_people_-_social_inclusion).
- OCDE - Competencias de alfabetización de adultos:
<https://www.oecd.org/en/topics/sub-issues/adult-literacy-skills.html>.
- OCDE - Encuesta de Competencias de Adultos (PIAAC) – resumen del programa: <https://www.oecd.org/en/about/programmes/piaac.html>.
- SALTO-YOUTH, ¿Qué es Youthpass? (instrumento de reconocimiento de proyectos apoyados por los programas de la UE para la juventud):
<https://www.salto-youth.net/rc/training-and-cooperation/youthpass/>.
- WCAG 2.2 – Directrices de accesibilidad al contenido web, Recomendación, 2024: [Directrices de accesibilidad al contenido web \(WCAG\) 2.2.](https://www.w3.org/TR/WCAG22/)
- Italia:
 - Wiki de la juventud: (<https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/italy/overview>).
- Austria:
 - Ministerio de Asuntos Sociales:
<https://www.sozialministeriumservice.gv.at/>.
 - Wiki Juvenil: <https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/austria/32-administration-and-governance>
[https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen mit](https://www.sozialministeriumservice.gv.at/Menschen_mit)

[Behinderung/Arbeitsmarktprojekte/NEBA/NEBA – Netzwerk Berufliche Assistenz.de.html?](#)

- España
 - Estadísticas sobre los jóvenes que ni trabajan, ni estudian, ni reciben formación: [Estadísticas sobre los jóvenes que ni trabajan, ni estudian ni reciben formación - Eurostat](#)
- Francia
 - INSEE. Tasa de desempleo, 2025, [En el primer trimestre de 2025, la tasa de desempleo se mantuvo prácticamente estable en el 7,4% - Informations rapides - 120 | Insee](#), 2 de octubre de 2025.
 - Wiki Juventud - Francia: https://national-policies.eacea.ec.europa.eu/youthwiki/chapters/france/16-evidence-based-youth-policy?utm_source=chatgpt.com.
 - Injep – Instituto Nacional de la Juventud y la Educación Popular: <https://injep.fr/>.
 - Cidj - [Inicio | CIDJ.COM: estudios, profesiones, orientación, empleos, prácticas, formación,...](#)
- Bélgica
 - Foro de la Juventud: <https://forumdesjeunes.be/a-propos/>.
 - Bruselas Capital-Región: Jóvenes y política: <https://catalog.be.brussels/en/citizen/family/youth/young-people-politics/young-people-and-politics-in-french-speaking-brussels>.