

LA PARTICIPACIÓN DE LOS JÓVENES DEL SUDOESTE EUROPEO EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN





TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO	5
2. ACCESO Y PARTICIPACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN DE LOS JÓVENES DEL SUDOESTE EUROPEO	7
2.1. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LOS ESTUDIOS DE CASO	7
2.1.1. CANTABRIA	7
2.1.2. VAL DO AVE	12
2.1.3. MIDI-PYRÉNÉES	16
2.2. UNA VISIÓN DE CONJUNTO	18
3. NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DE MEJORA	21
3.1. LOS RECURSOS DE INFORMACIÓN Y ASESORAMIENTO A LOS JÓVENES Y EL IMPACTO DE LAS TIC	21
3.1.1. CANTABRIA	21
3.1.2. MIDI-PYRÉNÉES	22
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y OPORTUNIDADES DE MEJORA	24
3.2.1. CANTABRIA	24
3.2.2. VAL DO AVE	27
3.2.3. MIDI-PYRÉNÉES	30
4. PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN EN CADA UNA DE LAS REGIONES	33
4.1. CANTABRIA	33
4.2. VAL DO AVE	35
4.3. MIDI-PYRÉNÉES	36

1. INTRODUCCIÓN Y CONTEXTO

El proyecto denominado genéricamente PORTEDEJO, cofinanciado por el Programa de Cooperación Territorial Interreg Sudoeste Europeo (SUDOE), tiene por objetivo llevar los beneficios de la Sociedad de la Información (S.I.) y de sus herramientas, las TIC, a todos los jóvenes, en especial a los que viven en zonas periféricas que están más alejadas de los núcleos urbanos y de las zonas de influencia, reduciendo las diferencias basadas en factores sociales, económicas o simplemente, territoriales.

Entre las actividades que prevé el proyecto se encuentra la realización de un estudio sobre la participación de los jóvenes del Sudoeste Europeo en la Sociedad de la Información. Dicho estudio se realizó en los tres territorios de los socios del proyecto: Cantabria (ES), Midi-Pyrénées (FR) y Val do Ave (PT). Este documento tiene por objeto recoger las principales conclusiones territoriales y ofrecer una visión de conjunto que pueda, en su caso, ser trasladable a otras regiones del Sudoeste Europeo.

Tradicionalmente los jóvenes accedían a información de interés a través de medios que hoy día ya no son de su preferencia como visitas a las Oficinas de Información, lectura de folletos y periódicos, y otras fuentes de información escrita que ahora son instrumentos cada vez menos utilizados. Por ese motivo los socios de este proyecto desean adaptarse más y mejor a la Sociedad de la Información, creando herramientas de comunicación y de gestión e información adecuadas. PORTEDEJO sienta así las bases para que los jóvenes que viven más alejados de las áreas urbanas puedan acceder a la información en igualdad de condiciones.

Las TIC permitirán pues democratizar la información disponible -en el sentido de hacerla accesible a todos - y hacer que los ciudadanos tengan a su disposición herramientas que mejoren el conocimiento sobre oportunidades, servicios, productos y apoyos que ofrecen la sociedad y las instituciones públicas. Asimismo, estas herramientas permitirán romper barreras a la movilidad geográfica, constituyéndose en un excelente medio para conocer otros territorios, otras oportunidades y otros ciudadanos.

Este documento de síntesis o estudio común, tiene, además, vocación claramente instrumental pues, tras identificar las principales necesidades de los jóvenes en materia TIC, hará una propuesta de desarrollo de herramientas informáticas y de contenidos que, posteriormente, serán puestas en marcha también con el apoyo y la cofinanciación del Programa Interreg Sudoeste.

2. ACCESO Y PARTICIPACIÓN EN LA SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN DE LOS JÓVENES DEL SUDOESTE EUROPEO

Para obtener una visión lo más próxima a la realidad de los jóvenes del Sudoeste, en un momento en que los modos y las modas cambian rápidamente, se ha realizado un estudio de campo en cada una de las regiones participantes en el proyecto PORTEDEJO, con arreglo a una metodología común, equilibrada por sexos y por edades y adaptada en su caso a las peculiaridades regionales (tamaño, distribución territorial de la población, niveles educativos, ocupación...).

2.1. PRINCIPALES CONCLUSIONES DE LOS ESTUDIOS DE CASO

2.1.1. Cantabria

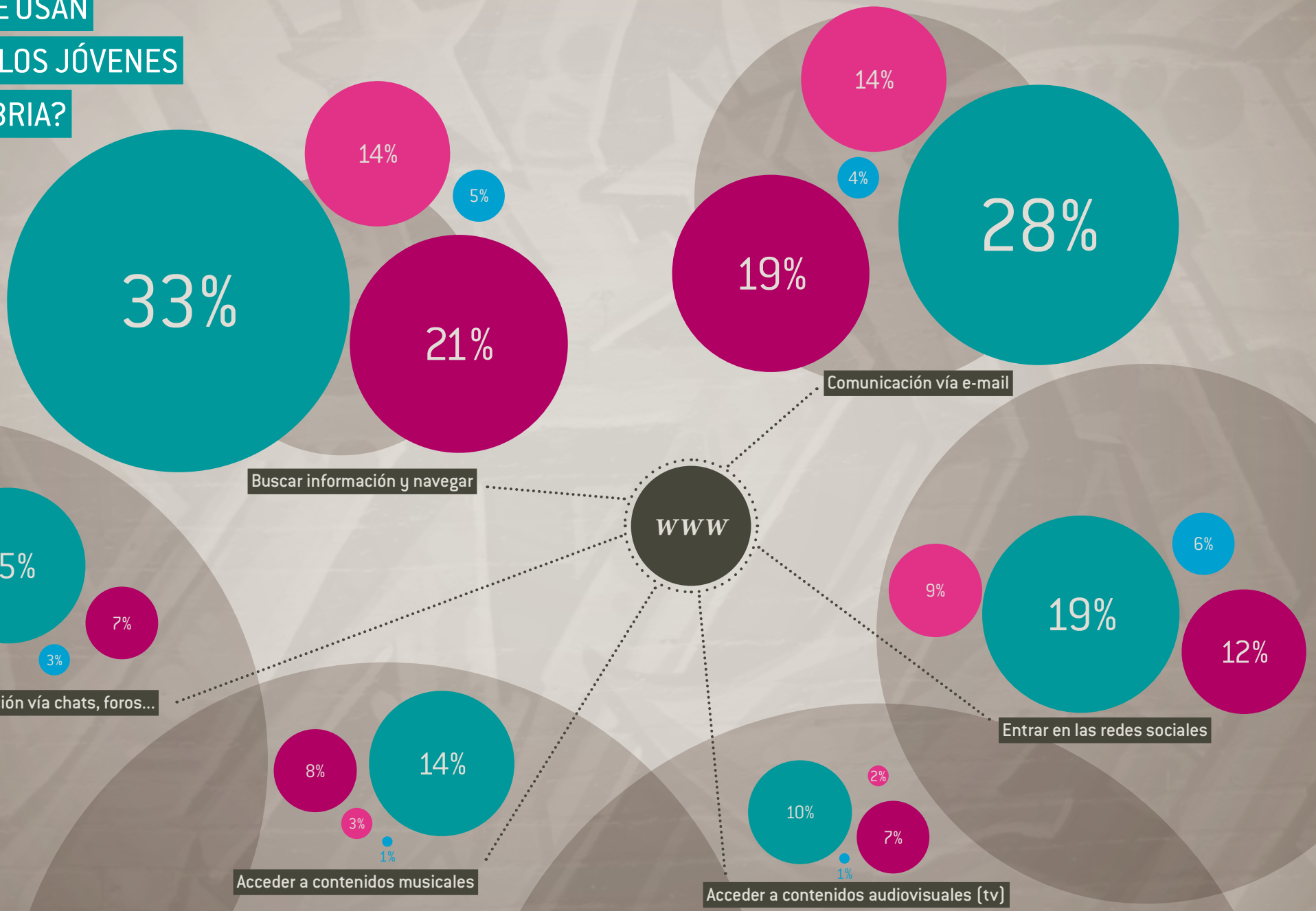
El 89,3% de la población juvenil dispone de ordenador con conexión a Internet. Un 5,8% tiene ordenador pero no conexión y un 5% afirma no tener ordenador personal. Un 48% dice no contar con otras opciones para conectarse a Internet, mientras que un 26,3% dicen que pueden conectarse desde el centro de estudios. Un 13% afirma que puede conectarse desde el lugar de trabajo y un 11,8% apunta hacia otras opciones posibles.

Un 36,8% dispone de móvil con conexión a Internet aunque una gran mayoría del 62% no tiene conexión desde el teléfono móvil. Cuando los jóvenes de Cantabria se conectan a Internet desde su teléfono móvil lo hacen principalmente para:

- > Buscar información y navegar.
- > Comunicarse vía e-mail.
- > Entrar en las redes sociales.

¿PARA QUÉ USAN INTERNET LOS JÓVENES DE CANTABRIA?

- Mucho
- Bastante
- Algo
- Poco
- Nada



En todo caso, los índices de conexión a través del móvil son bajos, y menos del 15% de los que se conectan a Internet a través del móvil señalan que lo usan mucho o bastante para esos objetivos principales. Para otras finalidades, como el acceso a contenidos, los que lo usan mucho o bastante no pasa del 5%.

Para un 42,3% Internet es imprescindible, mientras que para un 54,5% es útil pero no imprescindible. Un 2,8% lo considera innecesario. El porcentaje de los que lo consideran innecesario es ligeramente más elevado entre los hombres, en las zonas rurales y entre los jóvenes de más edad. Para los jóvenes en edad escolar Internet es ya una herramienta clave en sus estudios y valoran positivamente a los profesores que fomentan su uso.

El 46,5% cree que el precio de Internet es adecuado, aunque un 45,5% opina que es caro. Un escaso 3% considera que el precio del acceso a Internet es barato. Esta sensación debe ponerse en el contexto de que solo el 21,8% de los jóvenes paga su conexión (porcentaje que baja al 8,2% en los jóvenes menores de 25 años), por lo que no tienen una sensación real del impacto del precio de la conexión. De hecho, solo el 50% de los jóvenes conoce el precio de la conexión. Los jóvenes de más de 25 años son los que consideran que el precio es caro (así como los y las de la zona rural, que tienen menor acceso a ofertas de los operadores).

En general, los jóvenes se conectan habitualmente a Internet: un 77% lo hace 5 o más días a la semana y casi un 65% lo hace más de una hora. Solo un 7% no se conecta nunca o lo hace esporádicamente, y de los que se conectan, solo el 35% se conecta menos de una hora. Los jóvenes se conectan mayoritariamente desde casa: casi el 80% lo hace siempre desde su domicilio, y cerca de un 10% desde los centros de estudio o de trabajo. El porcentaje de jóvenes que se conecta desde centros públicos es bajo, ya se trate de bibliotecas, centros juveniles. Parece por tanto que los telecentros y otros espacios diseñados para favorecer el acceso a Internet pueden haber quedado obsoletos. El patrón de conexión desde el domicilio es común a todas las tipologías, incluso en el caso de los residentes en zonas rurales, donde en principio podría haber dificultades de cobertura.

Al igual que sucede con la conexión a Internet a través del móvil, la conexión a Internet es utilizada sobre todo para navegar y buscar información, para comunicarse con amigos y familiares y para escuchar o ver y descargar música, videos, y para participar en redes sociales. La comunicación a través de Internet es en general un complemento de la comunicación interpersonal: a través de las redes sociales se comunican principalmente

con otros jóvenes de su entorno, aunque les facilita la posibilidad de mantenerse en contacto con un grupo de amistades más extenso, con los que no están en contacto personal a diario. Los jóvenes también utilizan Internet para actividades relacionadas con los estudios o con su trabajo, pero en menor medida.

Ese uso prioritario como vehículo de información y comunicación hace que las páginas más visitadas sean las de las redes sociales, buscadores y periódicos, destacando sobre todas la web de Tuenti. El conocimiento y la utilización de aplicaciones y servicios web se concentran en las más conocidas, como Youtube, Facebook y Tuenti. El grado de conocimiento de estas aplicaciones es elevado, pero su utilización es menor: prácticamente todos conocen Facebook pero solo la mitad lo utiliza, porque se considera más complicado y no dirigido al ámbito más local. Youtube es la que registra el nivel de utilización más elevado (84%), pero Tuenti es también una aplicación muy popular, especialmente entre los más jóvenes (el 82% de los menores de 25 años lo utiliza).

La utilización de las redes sociales y de otras aplicaciones para comunicarse principalmente con sus conocidos puede explicar una cierta despreocupación por los aspectos de seguridad y privacidad. Prefieren las redes locales y consideran que difícilmente afectará a su seguridad, aunque son conscientes de que existen ciertos peligros, que se intentan evitar limitando el contacto a los conocidos. De hecho, la participación en foros y chats es reducida: aproximadamente el 65% no participa nunca. Existen diferencias entre hombres y mujeres en cuanto a la participación en foros ya que el 14,7% de los hombres participa habitualmente frente al 6,7% de las mujeres.

Un porcentaje relativamente importante de jóvenes compra en Internet (46,5%), aunque este uso es poco intenso: solo el 6% dicen comprar bastante o mucho. Como podría esperarse el porcentaje de los que compran a través de Internet se incrementa con la edad (54,3% en las personas de 25 a 30 años) y es significativamente menor (40,2%), entre los más jóvenes. Existe una cierta prevención en relación con la seguridad en las compras por Internet. Aunque están familiarizados con las principales páginas institucionales de información, hacen un uso muy reducido de Internet para realizar gestiones administrativas o bancarias.

El 7,5% dispone de página web o blog con contenidos muy diversos, fotografías, temas laborales, deportes, ... Las preferencias de los jóvenes se decantarían por webs sociales con información relevante para los jóvenes, fácilmente accesible y bien organizada.

2.1.2. Val do Ave

Casi la totalidad de los jóvenes tiene ordenador y teléfono móvil (97%), sin que se registren diferencias significativas entre los jóvenes de las zonas urbanas y rurales, aunque parece que los jóvenes de zonas rurales disponen de ordenador a edades ligeramente más tardía. El 89% de los jóvenes disponen de conexión a Internet. La disponibilidad de conexión a Internet crece con la edad. La mayor parte de los jóvenes se conecta a Internet a través del ordenador (96%), por razones de coste, de funcionalidad y de comodidad. Los pocos que se conectan a través del móvil (25%) lo hacen de forma esporádica.

Los jóvenes consideran Internet muy importante, aunque menos de la mitad lo consideran imprescindible; en cambio, sobre todo para los de una cierta edad, el móvil se ha convertido en un instrumento indispensable. Destacan el impacto positivo de la utilización de la red en la mejora de la calidad de vida. Los jóvenes de mayor edad consideran que Internet o el móvil pueden constituir una forma de dependencia, y que pueden afectar a las relaciones familiares.

La frecuencia con la que los jóvenes se conectan a Internet es bastante alta y tiende a aumentar con la edad, alcanzando el máximo entre los 19 y los 26 años (93% se conectan todos los días). En edades tempranas, las chicas tienden a conectarse más frecuentemente que los chicos, pero a medida que avanza la edad éstos tienden a conectarse en mayor medida y durante más tiempo, llegando a más de 3 horas al día en algunos grupos de edad. En los grupos de edad más elevada apenas existe diferencia entre sexos tanto en frecuencia como en tiempo de conexión. En esas edades la mayor frecuencia de conexión está relacionada con la ocupación y se registra entre estudiantes y desempleados.

La mayoría de los jóvenes se conecta desde casa (38%), seguido por la escuela (21%), el trabajo y otros espacios públicos. En edades superiores hay una mayor variedad de formas de acceso. En general las chicas se conectan desde casa en mayor medida.

En la mayor parte de los casos, los jóvenes no pagan la conexión, sino que lo hace la familia. Los jóvenes de menor edad encuentran barato o adecuado el precio de Internet (62%), mientras que los de más edad lo consideran caro o muy caro (61%). Como en otras regiones quienes consideran el precio más adecuado son los que menos son conscientes de su coste: un 23% no sabe lo que cuesta la conexión. Internet se utiliza principalmente para la búsqueda de información y para la comunicación. Los más jóvenes tienen tendencia a un uso lúdico y de entretenimiento (juegos, descarga de música y video...), y a medida que se

avanza en la edad se convierte en un instrumento de trabajo y comunicación, cada vez más relevante y convertirse en un recurso esencial de información, comunicación y operatividad. Entre los jóvenes de más edad se incrementa la participación en chats y foros, así como la utilización de Internet para realizar determinadas gestiones o compras, y disminuye la participación en redes sociales. La participación en chats y foros es relativamente reducida, sobre todo en las edades más tempranas, aunque tiende a incrementarse en edades más avanzadas, sobre todo entre mujeres. La participación en juegos es más frecuente entre los jóvenes de las zonas rurales, y con la edad cada vez hay menos tendencia a jugar. El porcentaje de jóvenes que tienen blogs o páginas personales es reducido.

Los jóvenes de todas las edades y procedencia conocen y utilizan predominantemente determinadas redes sociales, sobre todo YouTube, Facebook y Hi5. El porcentaje de los que conocen y utilizan las redes sociales va creciendo con la edad, así como el tiempo de conexión, aunque los más jóvenes son los que más utilizan las redes más conocidas, mientras que los de más edad utilizan también otras redes sociales y de intercambio, reduciéndose el uso de las redes sociales generales. Entre las razones para la utilización de una red social se citan:

- > Ser un punto de conexión entre amigos.
- > Que sea una red amplia.
- > Compartir fotos e informaciones.
- > Poder contactar con amigos y familiares que están distantes.
- > Que estén en ella los conocidos.
- > Jugar.

En las redes sociales los jóvenes se comunican sobre todo con personas conocidas. Las redes sociales no serían un fin en sí mismo, sino un medio para mantener las relaciones interpersonales, a las que no sustituyen. El objetivo de ampliar amistades solo es mencionado por los jóvenes de mayor edad. Aunque están preocupados por las cuestiones de seguridad, no suelen tomar precauciones especiales en su utilización.

Los sitios más visitados por los jóvenes varían con la edad. Los sitios preferidos de los más jóvenes son las webs de juegos (77% de los jóvenes entre 10 y 18 años juegan en Internet) y de entretenimiento, mientras que los de mayor edad prefieren las webs temáticas,

institucionales o relacionados con sus intereses personales y profesionales. Los sitios de comunicación, de búsqueda de información y deportivos son populares entre todos los grupos de edad. En cambio, los jóvenes consultan poco los sitios web sobre los problemas de la juventud, salvo los de mayor edad.

Lo que más atrae de los sitios web a los jóvenes son el tratamiento gráfico, el contenido, su presentación global, y la facilidad de navegación. A continuación se señala la posibilidad de sorprender, los textos y el dinamismo. Aproximadamente un tercio de los jóvenes tienen blogs o páginas web personales; el porcentaje es más elevado entre los hombres que entre las mujeres, en todos los grupos de edad. Los contenidos de estas páginas y blogs personales son preferentemente textos, imágenes y fotografías, deporte, intereses específicos e informaciones que consideran útiles.

El 91% de los jóvenes de menos de 18 años opina que ya existen suficientes webs dedicadas a los jóvenes. En cambio, los jóvenes de más edad consideran que serían necesarios webs especializadas sobre oportunidades de empleo, políticas y medidas en favor de la juventud, formación en tiempo libre, vivienda para jóvenes. De acuerdo con las opiniones de los jóvenes, muchas webs oficiales no están actualizadas, y les gustaría recibir más información sobre voluntariado, políticas de juventud, actividades de ocio, culturales y deportivas, informaciones sobre espectáculos, trabajos de verano, estudios en el extranjero, cursos de verano, talleres...



2.1.3. Midi-Pyrénées

Los resultados están en línea con las tendencias nacionales y muestran una población juvenil bien equipada informáticamente: un 85% de los jóvenes tienen móvil, el 20% con conexión a Internet; tres cuartas partes de los jóvenes tienen ordenador, la mayoría de ellos con conexión a Internet (80%), y dos terceras partes tienen móvil y ordenador. Las zonas urbanas muestran una mayor densidad de conexión a Internet, aunque no en la disponibilidad de ordenador, que es similar.

Los jóvenes se conectan prioritariamente desde su casa o en su caso desde el trabajo; los que aunque también es frecuente la conexión desde la escuela o universidad o desde locales públicos o cibercafés, sobre todo para los que no disponen de conexión a Internet. El tiempo de conexión se sitúa en torno a las dos horas y media al día. La disponibilidad de conexión a Internet hace más frecuente la conexión. Un 75% de los que disponen de conexión a Internet se conectan todos los días, mientras que entre aquellos que no tienen conexión o no tienen ordenador la frecuencia de conexión se reduce.

Internet se utiliza habitualmente para comunicarse con los amigos o la familia (47%), para participar en redes sociales (Facebook...) (38%) y para buscar documentación relacionada con los estudios o el trabajo (29%), pero también para buscar otro tipo de informaciones o para descargar música. La participación en redes sociales tiene principalmente un objetivo de comunicación con los amigos, pero también otro tipo de usos, como la búsqueda de información, la discusión o intercambio de opiniones en relación con un tema o la búsqueda de empleo.

Entre los jóvenes franceses es frecuente conectarse para crear o actualizar un blog, un sitio personal o el perfil personal en una red social (25%). Un 18% de los jóvenes tienen un blog o un sitio personal. El perfil de los jóvenes que tienen su propio sitio no se diferencia por equipamiento o tiempo de conexión, pero plantean otras demandas de mayor contenido, como vincular sus páginas a las páginas de información juvenil, tener un perfil personal o un portal personalizado, opinar sobre algún tema, recibir un boletín de información, es decir, un interés por la interactividad y la personalización.

Los jóvenes utilizan sobre todo las redes sociales: Facebook (56%), Youtube (47%) y, en menor medida My Space (16%) y Dailymotion (26%). El interés hacia un determinado sitio depende de un elemento esencial, que haya actividad, que esté vivo. Otros factores que contribuyen a que un sitio web sea más visitado serían:

- > Riqueza de contenidos: cantidad y variedad de información bien estructurada y fácil de buscar, con un buen motor de búsqueda interno.
- > Original y actualizado, que ofrezca sorpresas, cosas no evidentes; hacer de la navegación por Internet un paseo.
- > Control, fiabilidad e interactividad.
- > Ergonomía, diseño original y buena accesibilidad, especialmente a los contenidos, con una navegación que facilite el acceso a los contenidos.

La formación, la actividad profesional y el empleo son las informaciones más demandadas: más del 70% se declaran interesados o muy interesados en estas informaciones. A continuación están las informaciones sobre ocio y viajes, pero también sobre trabajos de verano (58% interesados o muy interesados). Los intereses de los jóvenes en relación con la información que se pueda proporcionar a través de Internet dependen en gran medida de su edad y situación personal, con el ocio como principal interés de los más jóvenes, mientras los que ya están en activo o buscan empleo se interesan por informaciones relevantes para ellos, la formación, la vivienda, el empleo.

2.2. UNA VISIÓN DE CONJUNTO

Independientemente de la diferente composición de las muestras utilizadas en cada una de las regiones, ya sea por edades, lugares de residencia, niveles económicos, los resultados obtenidos muestran rasgos comunes muy acentuados. Según esto, los jóvenes del Sudoeste de Europa tendrían un acceso prácticamente universal al ordenador y a la conexión a Internet, y, a partir de una edad bastante temprana, dispondrían de teléfono móvil, en muchos casos con conexión a Internet, aunque este tipo de conexión se utiliza menos.

La conexión a Internet se realiza sobre todo a través del ordenador, aunque el móvil está ganando puestos como medio de conexión, a medida que se generaliza su uso y se reducen los costes de conexión. El nivel de conexión a través de móvil es más elevado en Francia y menor en Portugal. El móvil es ya un instrumento clave en la vida de los jóvenes, hasta el punto de que muchos de ellos manifiestan incluso una cierta dependencia. El móvil puede ser por tanto el medio más adecuado para llegar a los jóvenes, sobre todo a medida que se mejoren y se reduzca el precio de los equipos, aplicaciones y conexión.

Por tanto, parece que podemos afirmar que la juventud del Sudoeste dispone de las herramientas para incorporarse plenamente a la sociedad de la información. Estos datos abonarían la tesis de que el riesgo de “brecha digital” se ha reducido. De hecho una buena parte de los jóvenes se conecta prácticamente a diario y durante un tiempo relativamente largo, en torno a una hora.

A esta afirmación contribuyen también otros datos, como el hecho de que la mayor parte de los jóvenes disponen de conexión a Internet en su domicilio y que es desde allí desde donde se conectan mayoritariamente. En cambio, la utilización de lugares públicos para conectarse a Internet es reducida, lo que ha dejado sin mucha utilidad, al menos para los jóvenes, los espacios que a lo largo de los últimos años se han puesto en marcha para facilitar la conexión a Internet en lugares en los que la conexión de banda ancha no estaba generalizada, como los telecentros. De todas maneras la disponibilidad de conexión no significa que los jóvenes utilicen todo el potencial de la sociedad de la información, ya que los usos de la conexión son relativamente limitados, muy centrados en el uso de las redes sociales y en el juego, aunque Internet es también ampliamente utilizado para tareas escolares o profesionales, o para la búsqueda de empleo.

En algún caso, sobre todo en Francia, se detecta lo que puede ser una tendencia hacia una mayor sofisticación del uso de Internet por parte de los jóvenes, en la medida en que se incrementa el porcentaje de jóvenes que mantiene su propia página web o su blog. Estos jóvenes empiezan a demandar espacios que les permitan una mayor facilidad de mantenimiento de sus webs y blogs personales y que faciliten la creación de comunidades.

La entrada en redes sociales es el principal uso de Internet entre los jóvenes. Los jóvenes han encontrado en ellas un instrumento particularmente adecuado para comunicarse con sus conocidos, para continuar con las relaciones cotidianas y también para mantener el contacto con los que están más alejados. Los jóvenes son relativamente conscientes de los riesgos para la privacidad y seguridad de las redes sociales, aunque, en general, no toman excesivas precauciones, en gran medida porque limitan sus relaciones en Internet a quienes ya conocen.

Las páginas de las redes sociales, de los buscadores y de los medios de comunicación son las más visitadas por los jóvenes, en correspondencia con los principales objetivos de conexión a Internet, comunicarse y buscar información. El interés por la comunicación con sus conocidos hace que las redes sociales más populares sean de ámbito nacional, diferentes en cada país: Tuenti en España, Hi5 en Portugal, y en menor medida las de ámbito internacional, como Facebook, Youtube es una de las páginas más frecuentadas por los jóvenes de todos los países.

La adecuación de los contenidos a sus intereses y su frecuente actualización, tanto de contenidos como de diseño son los principales factores de visita a una página web por parte de los jóvenes, aunque también está condicionado por la conducta de otros jóvenes: los jóvenes visitan las páginas más frecuentadas, allí donde se pueden encontrar con quienes les interesan. Se trata de alguna manera de un fenómeno similar al de los lugares “de moda”, a donde los jóvenes acuden porque saben que estarán sus amigos y conocidos.

Las páginas institucionales no se encuentran entre sus favoritas, pero en general los jóvenes las conocen, acceden a ellas y aprovechan sus contenidos, sobre todo para la búsqueda de informaciones sobre actividades de ocio, campamentos, cursos, búsqueda de empleo, etc. De las páginas dirigidas a los jóvenes se demanda, como a cualquier otra página, que ofrezcan información verdaderamente actualizada y útil, y que tengan un diseño atractivo y una navegación fácil. Los aspectos participativos e interactivos son también muy relevantes para conseguir la aceptación de una página por parte de los jóvenes.

3. NECESIDADES Y OPORTUNIDADES DE MEJORA

3.1. Los recursos de información y asesoramiento a los jóvenes y el impacto de las TIC

3.1.1. Cantabria

De acuerdo con los datos recabados en las encuestas y las opiniones recogidas en los grupos de trabajo, la información demandada por los jóvenes varía notablemente en función de su edad:

- > Hasta los 15 años la información más demandada es la relacionada con el tiempo libre, sobre todo con los campamentos, y lo hacen normalmente los padres.
- > Entre los 15 y los 18 años, la información más solicitada tiene que ver con el ocio y el tiempo libre, pero también es relevante la demanda de información sobre sexualidad.
- > Entre los 18 y los 25 años, el ocio se mantiene como un tema de información importante, aunque gana peso la demanda de información relacionada con la formación, el empleo y la vivienda.
- > Desde los 25 años en adelante, la mayor parte de la información requerida se centra en empleo y vivienda. En este tramo de edad, la información que se solicita es más específica y concreta: ayudas al alquiler, hipoteca joven, etc.

Para proporcionar esta información se están utilizando diversos medios y recursos, los más tradicionales, como la información personalizada, presencial o telefónica, o la genérica, mediante prensa, boletines o carteles, pero también y de manera creciente los instrumentos basados en las TIC, que ofrecen rapidez y amplitud de información, reforzado por el acceso casi universal a estos medios. La utilización de las TIC para proporcionar información a los jóvenes permite ofrecer un servicio más rápido, mejorar la coordinación, mayor eficacia en la segmentación de la información, llegar a más población y aumentar el flujo de intercambio de información en ambos sentidos. En particular, la mayor utilización de las redes sociales puede multiplicar el impacto y el alcance de la información difundida. Sin embargo, la gran cantidad de información disponible genera en ocasiones dispersión y dificultad para seleccionar la información necesaria, por lo que la información presencial contribuiría a corregir, seleccionar y completar la información que se proporciona por los canales telemáticos.

3.1.2. Midi-Pyrénées

Los recursos TIC de información juvenil tienen una estructura poco apropiada para responder a los intereses de los jóvenes, debido a su diseño, poco atractivo, y su forma de presentar las informaciones, ya que no destacan suficientemente las cuestiones clave y utilizan habitualmente el sistema de ampliar información a través de pdf, que no es apropiado para los jóvenes. En cambio, se valora positivamente el volumen de información que ofrece y los vínculos con las universidades y otras entidades asociadas. Lo que se demanda sobre todo es que sea un sitio web proactivo, que proponga información sin esperar a que el usuario la busque.

Las demandas de contenidos y servicios de información juvenil a través de tecnologías de la información y la comunicación se dirigen sobre todo a la información instantánea y de agenda (alertas sobre jornadas, información juvenil y plazos de presentación de solicitudes), a la participación, asesoramiento profesional (testimonios de profesionales), personalización de contenidos y conexión con las redes sociales.

El grado de interés sobre estos servicios depende en gran medida de su edad y situación personal. Se detecta que entre los más jóvenes estos servicios no resultan de interés, lo que parece indicar que no se corresponden con el uso que hacen de Internet, vinculado sobre todo a la comunicación con su grupo de amigos. A medida que aumenta la edad se van identificando algunos intereses concretos, como la personalización o la conexión con las redes sociales (secundaria), participación, información de agenda y de oportunidades y facilidad de acceso a la información (educación superior), mientras que los que ya están en activo o buscan empleo se interesan por informaciones relevantes para ellos, la formación, la vivienda, el empleo, jornadas de información...

De acuerdo con los análisis realizados, el posicionamiento y el tráfico de la web de información juvenil en Francia se debe fundamentalmente a los anuncios (vivienda, trabajo...), mientras que hay un escaso uso de los fondos documentales, de modo que sin los anuncios, el tráfico del sitio sería en 5% de lo que es en la actualidad. El sitio está configurado como intergeneracional, no dirigido exclusivamente hacia los jóvenes.

La visita al sitio web se debe en gran medida a las informaciones de interés cotidiano, lo que demuestra un reconocimiento del valor del sitio en estos aspectos. El CRIJ es reconocido como una fuente de información y no tiene una competencia en otros sitios.

Esta información cotidiana lleva implícita las características buscadas por los jóvenes: la animación, el dinamismo, la novedad ("un sitio que se mueve"). La información sobre aspectos cotidianos es, pues, capaz de retener a los jóvenes (y de hacerles visitar de nuevo el sitio). La cuestión es cómo llevarles a otros temas (ocupaciones/ formación).

	Máximo interés	Mucho interés	Interés	Poco interés
Recibir información sobre jornadas de información	12%	21%	33%	26%
Opinar	9%	18%	33%	30%
Testimonios de profesionales sobre su actividad	14%	19%	24%	34%
Recibir noticias de información juvenil en el correo	8%	17%	31%	35%
Recibir alertas sobre los plazos de presentación de solicitudes en el correo electrónico	11%	18%	22%	39%
Página personalizada en la web de información juvenil	10%	20%	23%	39%
Acceso a las páginas de información juvenil desde las redes sociales	15%	15%	20%	42%
Recibir alertas telefónicas sobre empleo o becas	18%	13%	18%	43%
Foros	6%	15%	28%	43%
Posibilidad de personalizar el acceso a informaciones	6%	14%	21%	47%
Recibir un boletín electrónico	4%	13%	24%	49%
Crear una página personal	7%	11%	24%	49%
Recibir alertas telefónicas sobre anuncios de vivienda	12%	10%	18%	50%
Recibir información en el móvil	6%	13%	18%	52%
Referenciar los blogs personales en la web de información juvenil	3%	8%	15%	64%

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y OPORTUNIDADES DE MEJORA

3.2.1. Cantabria

El análisis realizado ha permitido identificar los aspectos clave que caracterizan la relación entre los jóvenes y las tecnologías de la información y comunicación en Cantabria:

FORTALEZAS

Amplia relación de la juventud de Cantabria con las principales herramientas y utilidades de Internet.

Experiencia acumulada de la Dirección General de Juventud a través del portal Jovenmania.

El portal Jovenmania como canal de comunicación consolidado y fiable para la población juvenil.

Responsables juveniles y de información favorables a aprovechar las potencialidades de la sociedad de la información en las tareas de información juvenil.

Intensa labor de adaptación a las TICs de la administración autonómica.

DEBILIDADES

Escasa relación de la juventud de Cantabria con las instituciones públicas a través de Internet.

Diferencias por razón geográfica en el nivel de uso de las TICs.

Necesidad de reciclaje y formación continuada de los responsables de información juvenil.

OPORTUNIDADES

Acceso casi universal a Internet de la población juvenil de Cantabria.

La destacada presencia de la población juvenil en las redes sociales.

Las posibilidades ilimitadas de Youtube como herramienta de comunicación audiovisual para la población juvenil.

Tendencia a la solicitud y búsqueda permanente de información.

Alta demanda de información fiable en temas muy específicos por parte de la población juvenil, como por ejemplo, la información acerca de sexualidad.

Facilidad para segmentar información y público objetivo a través de las herramientas TIC.

AMENAZAS

Dispersión de la información por multiplicidad de fuentes y vías de acceso.

Incremento de la información no fiable en Internet.

Sentimiento de distancia generacional de los más jóvenes con respecto a sus mayores en el uso de herramientas TIC.

Población juvenil en constante cambio y rápida evolución en los usos y utilidades de la sociedad de la información.

La demanda de información es cada vez más heterogénea en lo relativo a públicos y en lo referente a temáticas.



A partir de esta caracterización, se proponen una serie de alternativas estratégicas para orientar la acción de los poderes públicos:

Estrategia de supervivencia	<p>Continuar y fortalecer la labor de cohesión territorial en lo referente al acceso a Internet y a formación para profundizar en la universalidad del acceso y uso de las TICs.</p> <p>Mantener e intensificar la imagen de marca no institucional del portal Jovenmania para consolidar a la Dirección General de Juventud como referente y canalizador de la información juvenil.</p>
Estrategia de reorientación	<p>Definir e implantar herramientas estables para el análisis social y tecnológico con el objetivo de anticipar los cambios sociales y los relativos a uso de las TICs entre la población juvenil y contar de este modo con mecanismos vanguardistas para el diseño de políticas públicas de información juvenil.</p> <p>Diseñar e implementar programas estables de formación continua en TICs para el personal técnico dedicado a tareas de información juvenil.</p> <p>Adopción de criterios de selección de información fiable y noticias relevantes para el público objetivo en base al análisis continuo de preferencias y demandas juveniles.</p>
Estrategia defensiva	<p>Impulsar el posicionamiento del portal Jovenmania y del conjunto de sistemas de información juvenil de la Dirección General de Juventud como referentes en información fiable sobre los temas de interés para la población juvenil.</p>
Estrategia ofensiva	<p>Incorporar al portal Jovenmania todas las herramientas y utilidades de la web 2.0, con especial atención a los contenidos audiovisuales y las redes sociales.</p> <p>Trasladar a las redes sociales la información juvenil creando perfiles propios y estableciendo grupos temáticos.</p> <p>Introducir el uso de Youtube como herramienta de comunicación audiovisual de carácter masivo con la población juvenil.</p> <p>Ofrecer una cobertura clara de la información fiable demandada por la población juvenil, con especial atención a los temas más solicitados y sobre los que no existe una oferta adecuada en la red.</p>

3.2.2. Val do Ave

El análisis de las entrevistas a los jóvenes y de las discusiones de los grupos de trabajo han permitido definir una serie de puntos fuertes y puntos débiles en la relación entre los jóvenes y la sociedad de la información en el norte de Portugal, así como de las oportunidades y amenazas para su desarrollo. Se trata de afirmaciones que podrían ser extrapoladas fácilmente al conjunto de las regiones participantes en el proyecto, y, en buena medida, al conjunto de la Unión Europea, sobre todo en regiones periféricas y relativamente menos desarrolladas.

<p>FORTALEZAS</p> <p>Democratización de la información y la igualdad de acceso a contenidos.</p> <p>Difusión de conocimientos.</p> <p>Juegan un papel importante en la educación de los jóvenes.</p> <p>Permitir el acceso a diversos servicios e información para los jóvenes en poco tiempo.</p> <p>La inmediatez de la información.</p>	<p>DEBILIDADES</p> <p>Demasiada información.</p> <p>Información poco fiable.</p> <p>La falta de hábito de verificar la información y la comparación de las fuentes.</p> <p>Internet ocupa demasiado tiempo de los jóvenes.</p> <p>Es necesario seleccionar la información.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p> <p>Amplía las fuentes de información y ayuda a incrementar el conocimiento sobre temas muy variados.</p> <p>Reducir las disparidades regionales, en la medida en que los jóvenes de zonas rurales pueden acceder a los mismos contenidos que los jóvenes zonas urbanas.</p> <p>Ponen en contacto a jóvenes de diferentes países y diferentes culturas, fomentando la interculturalidad.</p> <p>Fomentar el desarrollo de la información, ya que el intercambio siempre la incrementa.</p>	<p>AMENAZAS</p> <p>Puede llevar al aislamiento.</p> <p>Puede fomentar el individualismo.</p> <p>Puede constituir un peligro en el contacto con extraños.</p> <p>Puede constituir un peligro en el acceso a determinado tipo de información y de contenidos no deseables.</p> <p>Reduce la capacidad de investigación y de reflexión si no se usa con criterio.</p>

Los jóvenes de hoy han crecido en la era de la sociedad de la información y el conocimiento, y obviamente que ya no se adaptan a una vida que no tenga las TIC en su epicentro. Las TIC son realmente el reto de la próxima generación. El contacto con las TIC ofrece a los jóvenes canales adicionales de aprendizaje, y también les permite desarrollar habilidades esenciales para su vida adulta como profesionales y ciudadanos. El acceso a las TIC crea una brecha entre los que tienen un acceso más fácil en la escuela y en casa, y los que no lo tienen que pueden quedar info-excluidos. Por ello se plantea la necesidad de debatir:

- > Las medidas que puedan adoptarse para promover la inclusión digital de los jóvenes.
- > Las tecnologías y contenidos que apoyen los procesos de aprendizaje en contextos formales y los integren con los procesos de aprendizaje que tienen lugar fuera del contexto escolar.
- > Las habilidades que necesitan los profesores y su formación.
- > La sensibilización de los jóvenes hacia el aprendizaje durante toda la vida, en la perspectiva de su participación en el mercado de trabajo y en una ciudadanía activa.



3.2.3. Midi-Pyrénées

La conclusión principal de los análisis realizados es que se necesita un rediseño de la arquitectura del sitio, que no se ajustaría a las expectativas de los jóvenes, tanto en cuanto al fondo como a la forma (diseño). Previamente a cualquier cambio, se necesita una reflexión sobre el posicionamiento de la web, en relación con los objetivos de la información juvenil (del CRIJ). La vocación de CRIJ es apoyar la adquisición de autonomía por parte de los jóvenes:

- > Acompañar al joven en su búsqueda de autonomía.
- > Intención pedagógica: organizar, clasificar, ordenar, archivar la información de interés.
- > Co-construcción de la autonomía con el CRIJ.

Otro de los aspectos clave es la interactividad, sobre todo en relación con los aspectos que son característicos del CRIJ (vivienda, jornadas temáticas...).

Algunos de los servicios que deberían incorporarse serían:

- > Personalización en las respuestas, por ejemplo en relación con la vivienda.
- > Historial de búsquedas, para facilitar el acceso a los temas de interés.
- > Permitir compartir información a través de Facebook, Twitter...
- > Foros continuos o temporales (por ejemplo, días temáticos...).
- > Los chats son difíciles de organizar, por lo que puede sustituirse por comentarios sobre los artículos.
- > Creación de redes entre los jóvenes que frecuentan el sitio CRIJ.

El teléfono móvil es un instrumento de gran penetración por lo que se podría ampliar su uso a través de SMS, una aplicación Iphone, Podcaster, alertas...

También sería adecuado establecer servicios especiales para aquellos colectivos con mayor nivel de información, como los que son asiduos de las oficinas y puntos de información juvenil, pero también otros grupos, como los jóvenes profesionales.

Algunos temas clave que se propone incluir en la web serían:

- > Estudios y trabajo: fichas de ocupaciones, contratación, sectores, formación...
- > Aprovecha tu tiempo: estancias, ocio, viajes, actividades, conciertos, escapadas...
- > Muévete: actividades de ocio en el corto plazo: conciertos, películas, salir... preferiblemente interactivo.
- > Trabaja: trabajos, becas y prácticas, trabajo en el extranjero.
- > Alojarse: anuncios de alquileres, ayudas al alquiler...

Sin embargo, también hay temas que no llaman la atención: vida cotidiana, salud, información documental.

El proceso de revisión de los sistemas de información juvenil basados en las tecnologías de la información tendría dos planos:

- > Contenido y su organización: definir las palabras clave, reorganizar la arquitectura del sitio, reclasificar el contenido, mejorar la accesibilidad al fondo documental.
- > Interactividad: desarrollar la interactividad del sitio, organizarla en función del interés de los jóvenes y de sus instrumentos de comunicación (el móvil), referenciación a través de otros webs, como Facebook.

Es necesario asegurar que los jóvenes reciben la impresión de que es una web que se mueve y presentar una web innovadora que ofrezca novedades, como por ejemplo la posibilidad de conservar los historiales de búsqueda, o vínculos hacia los blogs creados por jóvenes, lo que daría vida al sitio.

4. PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN EN CADA UNA DE LAS REGIONES

4.1. Cantabria

Como resultado de los análisis realizados en relación con el acceso de los jóvenes a la sociedad de la información en Cantabria, las reflexiones sobre los recursos, necesidades y oportunidades de mejora de los sistemas de información, asesoramiento y participación juveniles.

El objetivo es adaptar la arquitectura y los contenidos de acuerdo con las novedades y la velocidad a la que avanzan las nuevas tecnologías y los nuevos canales de comunicación de la juventud, de modo que el portal www.jovenmania.com siga siendo atractivo para el público objetivo, y aumente el número de usuarios registrados, sobre todo en la franja de edad de 14 a 25 años.

La mejora del portal debería permitir:

- > Ofrecer un servicio más rápido.
- > Aumentar la coordinación y el flujo de intercambio de información.
- > Aumentar el contacto con la población juvenil.
- > Tener una mayor operatividad a la hora de segmentar la información.

La propuesta de intervención se concretaría en:

- > Reorganización de la apariencia del portal para hacerlo más claro y accesible al usuario, destacando un espacio para trámites on-line, a través del que se pueda acceder a los trámites que pueden realizar desde www.jovenmania.com.
- > Revisión de los canales principales del portal:
 - Noticias, con la posibilidad de incluir comentarios.
 - Agenda, alimentada automáticamente a partir de las noticias que se quieran incluir en la agenda.
 - Sindicación de contenidos (RSS).
 - Descarga de impresos de solicitud off-line.
 - Información sobre ayudas y subvenciones.

- Actividades de las Oficinas de Información Juvenil, mejorando la forma de presentar los contenidos.
 - Buscador mejorado y con posibilidad de acceder a búsquedas internas a través de Google.
- > Mejorar los canales de participación del portal:
- Publicación/difusión de los contenidos de www.jovenmania.com a través de las aplicaciones web 2.0 más comunes: Facebook, Twenti, Google, Delicious, etc.
 - Mejorar las prestaciones del sistema actual de foros.
 - Galerías de fotos.
 - Ampliar las posibilidades de los concursos.
 - Encuestas.
- > Funcionalidades web 2.0 propias (interactividad):
- Creación de una red social propia dentro de Jovenmania. Se trataría de una red social no pública orientada a grupos y actividades dentro de la DG de Juventud de Cantabria.
 - Disponibilidad de un servidor de blogs, tipo WordPress.
- > Mejorar y ampliar el gestor de contenidos para facilitar el manejo a los administradores:
- Editor de noticias y contenidos.
 - Publicación de los contenidos en las principales redes sociales.
 - Preparar contenidos para navegación desde móvil, pda...
 - Incluir noticias en agenda.
 - Abrir foro de discusión sobre una noticia/contenido.

4.2. Val do Ave

Las características específicas de ADRAVE condicionan su respuesta a los retos, necesidades y oportunidades detectadas en el estudio.

En el actual contexto de globalización de los mercados, es cada vez más urgente para hacer frente a los factores locales dar a ADRAVE las herramientas para optimizar y mejorar el servicio de asesoramiento a jóvenes y a otros agentes, tales como emprendedores y empresarios así como para permitir la creación de una base para el intercambio de conocimientos y oportunidades de inversión mediante la creación de una red de “innovación abierta” y constituye un factor que favorece la iniciativa empresarial y empleo de los jóvenes, por una parte, y el contacto de los jóvenes con las empresas y situaciones de negocios por etapas, workshops, visitas de estudio y experiencias en el contexto de la formación práctica.

La solución elegida es la actualización del portal de ADRAVE para facilitar el acceso de los internautas a los contenidos, introducir funcionalidades web 2.0 que permitan una interactividad con y entre los usuarios, contribuyendo a crear una comunidad de usuarios en torno a ADRAVE.

Con el fin de poder lograr estos objetivos ADRAVE propone desarrollar un nuevo portal, un sistema de gestión de contenidos basado en un sistema flexible y ampliable, que cumpla los requisitos de accesibilidad de los sitios web del gobierno directo e indirecto, e integrar nuevos contenidos, en especial la información dirigida a los jóvenes, la conexión con las redes sociales y el acceso al empleo y la formación, entre otros. El portal permitirá la creación de blogs y foros de debate a través del uso de las comunidades en línea como Facebook, LinkedIn y Twitter.

El gestor de contenidos deberá integrar estas soluciones en términos de suministro de información. El gestor de contenidos deberá disponer de las funcionalidades técnicas que permitan la gestión de todo el contenido y una publicación sencilla e intuitiva, de los contenidos y de eventos de capacitación organizados por ADRAVE, siempre accesible y georreferenciado. El portal incorporará herramientas de búsqueda que permitan una consulta fácil usando la búsqueda y navegación semántica, servicio de asistencia en línea, así como herramientas de comunicación y el conocimiento como foros, encuestas, etc.

4.3. Midi-Pyrénées

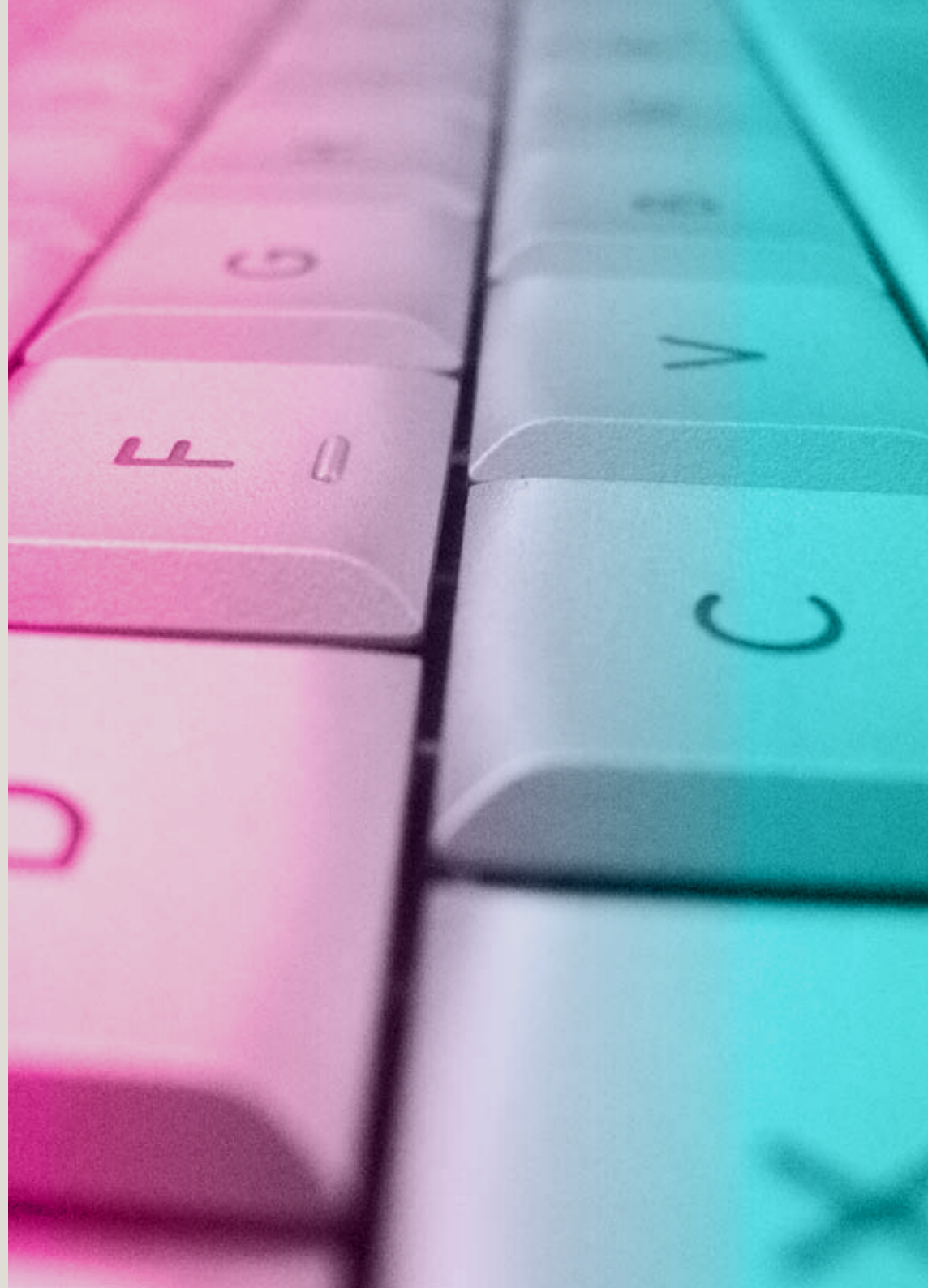
A partir de las conclusiones de los análisis realizados, se propone una evolución del sitio web de información juvenil en Midi-Pyrénées (www.crij.org) y la intranet IJPRO que integre nuevas funcionalidades sobre el sitio web ya en funcionamiento para facilitar su gestión y la presentación de la información de manera que pueda ser comunicada efectivamente a un público joven. Los principales cambios serán la integración de un motor de búsqueda intuitivo, la actualización dinámica del portal para que sea atractiva para los jóvenes y la puesta en marcha de un espacio para usuarios inscritos previamente con funcionalidades específicas.

El sitio deberá contener las siguientes funcionalidades:

- > Colgar páginas, los contenidos no están libres de derechos, impresiones parametrizables.
- > Publicación de calendarios específicos (calendarios de formaciones, de acontecimientos, alertas, etc.).
- > Publicación de novedades.
- > Publicación de anuncios (alojamiento, trabajo, etc.).
- > Alertas por SMS o por correos.
- > Emisión de RSS y de Widgets integrables otros webs o en móviles mediante aplicaciones.
- > Espacio de almacenamiento personalizado para los internautas (bajo autorización) de CVs y otros materiales.
- > Espacios para la participación de los internautas (formularios, opiniones, comentarios).
- > Publicación diferida de contenidos.
- > Herramientas de accesibilidad para el conjunto del sitio por parte de personas con capacidad visual reducida.
- > Visualización de vídeos en streaming.

El sitio deberá integrar herramientas tecnológicas adaptadas a los servicios del CRIJ:

- > Una herramienta de mind-mapping utilizable on-line.
- > La posibilidad de gestionar operaciones de chat y de videoconferencia en tiempo real.
- > Una herramienta de tratamiento de imágenes para reducir su tamaño y facilitar su publicación.
- > Un módulo de tratamiento y de publicación de cuestionarios en línea, que permita al Administrador el tratamiento de los datos recogidos.



- > Una herramienta de geolocalización adaptable en función de las necesidades.
- > Un módulo de tratamiento estadístico de las visitas al sitio y de su utilización.
- > Un módulo de identificación de los internautas, con su vinculación a grupos (para socios, abonados, acceso a IJPRO, etc.) con gestión de su espacio personalizado (seguimiento de informaciones solicitadas, historial de navegación, comentarios, etc.) conectado al módulo de reglamento en línea.
- > El internauta tendrá la posibilidad de guardar sus preferencias de búsqueda para la consulta de los servicios (parametrizar alertas específicas...).

El motor de búsqueda semántica deberá permitir la búsqueda de información por combinación de palabras en las bases de datos y de acuerdo con la referencia de los objetos seleccionados. Con ello se pretende acercar, según la demanda del usuario, respuestas adaptadas y pistas de búsquedas complementarias de acuerdo con elementos asociados.

Abarcará las siguientes cuestiones:

- > Actualidades temáticas.
- > Acceso a los recursos documentales.
- > Consulta de anuncios.
- > Informaciones del Instituto de la Juventud y de sus servicios.

Deberá adaptarse asimismo a públicos específicos (estudiantes de todo tipo, jóvenes activos) e integrar páginas en lengua inglesa y española. Deberá asimismo autorizar una comunicación y un diálogo con los internautas en forma de cuestionarios y mini-sondeos. Asimismo deberá integrar las funcionalidades de geolocalización para todos los servicios demandados.

El espacio de los usuarios pretende facilitar la obtención de la información adecuada a sus intereses, respondiendo a las necesidades de los jóvenes y de los técnicos de juventud. Cada usuario dispondrá de un espacio personal accesible a través de un nombre de usuario y una clave. El acceso será gratuito, aunque podría preverse una opción de pago (abono anual) para el acceso a servicios complementarios. En la zona de usuario el portal deberá permitir almacenar links y datos de búsqueda personales, y organizarse de manera adecuada a los intereses del usuario, así como permitir compartir resultados de búsqueda de acuerdo con los deseos del internauta.

Las páginas personalizadas, accesibles con un password, permitirán un acceso rápido e individualizado a los contenidos y servicios del sitio web:

- > Compilar datos de información seleccionadas por el internauta (links, documentos, vídeos...).
- > Clasificar la información por temática y por método, de acuerdo con una arquitectura del tipo “mapas mentales” (mind-mapping) adaptada a sus características personales (escolares, estudiantes de secundaria, universitarios, etc.).
- > Generar alertas en función de opciones seleccionadas o de alertas personales.
- > Permitir presentar candidaturas a los anuncios de trabajo del sitio.
- > Acceder a la documentación del CRIJ y a la impresión de documentos pre-formateados.

En resumen, se trataría de dar respuesta a las necesidades y demandas expresadas por los usuarios en el estudio de campo realizado, que se concretan en una serie de conceptos como:

- > Adecuación de los contenidos y la presentación a los intereses de los jóvenes.
- > Dinamismo, concretado en una actualización de contenidos y de los diseños.
- > Interactividad, tanto en relación con el acceso a las informaciones como en la disponibilidad de herramientas que permitan una interconexión entre los jóvenes usuarios.

