
Las políticas sectoriales de juventud en la web social de los ayuntamientos españoles

Sectoral Policies of Youth in Social Web of Spanish Municipalities

Concepción Campillo Alhama

Universidad de Alicante

In the current social, political and economic crisis facing our country, young people are the segment of the population most affected by unemployment, with figures reaching over 50%. This situation requires administrative officials to guide the government towards social commitment, learning processes, socialization and social and occupational integration of this group. Municipalities assume such powers and set themselves up as the main architects for the structuring of youth policies, developing innovative interaction strategies. This study analyses the implementation of social media and multimedia technology in the processes of communicating and relating on-line to disseminate youth policies developed by municipalities - policies that are participatory and emancipatory and that the young can identify with. Through content analysis we identify issues within the framework of the management of centralized and decentralized political and administrative structures, we compare agreement with regard to the prominence of is-

En la actual coyuntura de crisis social, política y económica por la que atraviesa nuestro país, los jóvenes son el segmento poblacional más afectado por el desempleo, con cifras que alcanzan el 50%. Esta circunstancia obliga a los responsables administrativos a orientar la acción de gobierno hacia el compromiso social, los procesos de aprendizaje, la socialización y la integración socio-laboral de este colectivo. Los ayuntamientos asumen tales competencias y se erigen en los principales artífices de la vertebración de las políticas de juventud, desarrollando innovadoras estrategias de interacción. A través de este estudio se analiza la implementación de los medios sociales y la tecnología multimedia en los procesos de comunicación y relación online para difundir las políticas de juventud participativas, emancipatorias e identitarias desarrolladas por los ayuntamientos. Mediante el análisis de contenido se identifican asuntos que se enmarcan en la gestión de estructuras político-administrativas centralizadas y descentralizadas, se comparan coincidencias en la prominencia de los

sues, and we observe that there are different degrees of implementation of these new 2.0 resources in these new communicative-relational processes oriented towards young citizens.

Key words: *policies, youth, social networks, municipality, social web.*

temas, y se constata que existen diferentes grados de implementación de recursos 2.0 en estos nuevos procesos comunicativo-relacionales orientados a la ciudadanía joven.

Palabras clave: *políticas, juventud, redes sociales, ayuntamiento, web social.*

Las políticas sectoriales de juventud en España constituyeron uno de los ejes principales a través del cuál se expresaron las reivindicaciones democráticas fundamentales de los ciudadanos en el último periodo del franquismo y en el incipiente contexto de los primeros ayuntamientos democráticos durante 1979. Con la consolidación de la democracia, tales políticas fueron perdiendo protagonismo y únicamente han cobrado visibilidad en planes de carácter integral y transversal que giraban en torno a la educación, los servicios sociales o el fomento del empleo (Comas, 2007; Camacho, 2007).

De hecho, a lo largo de estos años de andadura democrática, este grado de invisibilidad y marginalidad de las políticas de juventud se justifica por el escaso peso específico que han representado respecto al conjunto de políticas sectoriales por parte de los organismos públicos, tal y como concluye el Consejo de la Juventud (2005): tales políticas se han caracterizado por definir a la juventud no como un periodo vital con características muy específicas, sino como una simple etapa de transición con carácter lineal, que gira en torno a la formación, al empleo y a la vivienda, obviando el desarrollo de capacidades personales y profesionales de este colectivo dentro de un proyecto integral que evite planteamientos parciales o fragmentados. Las políticas de juventud no deberían representar, por tanto, opciones alternativas, sino opciones sucesivas que se plantean para contribuir a superar con éxito los diferentes cambios de escenario que representa esta etapa vital para el individuo.

Como apuntan De la Fuente y Martín (2012), la globalización modifica sustancialmente las realidades y los contextos de los jóvenes, y los lleva a enfrentarse a un conjunto singular de retos que representan de forma conjunta un desafío para alcanzar su plena integración social, su bienestar y su autonomía; en este sentido, son los organismos públicos los máximos responsables de la repercusión de las políticas sectoriales desarrolladas para garantizar en el colectivo joven una protección social igualitaria.

LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE POLÍTICAS SECTORIALES DE JUVENTUD

Las políticas y actuaciones dirigidas a los jóvenes emergen con fuerza, tanto en el ámbito nacional como internacional a partir de 1985 con la celebración del Año Internacional de la Juventud. En nuestro país se crea, ese mismo año, el Instituto de la Juventud de España (INJUVE) como Organismo Autónomo y empiezan a gestarse diferentes planes, coincidiendo con el traspaso de competencias sectoriales a las diferentes Comunidades Autónomas. No obstante, si bien las CC AA son las instituciones con plenas competencias en esta materia, en la práctica administrativa la política sectorial de juventud ha sido desarrollada fundamentalmente por los ayuntamientos, como protagonistas esenciales de la gestión política de proximidad.

Nos referimos a las Políticas de Juventud como a aquellos planes y programas que desarrollan las Administraciones públicas, relacionadas con este segmento poblacional, que consisten en diseñar acciones y productos específicos para atender las necesidades de este colectivo, evaluando las consecuencias que se derivan de dicho proceso. Son acciones encaminadas a promover la instrucción, formación, movilidad, inserción profesional y social de los jóvenes, así como al desarrollo de una ciudadanía activa. Desde esta perspectiva, los servicios sociales dirigidos a la juventud se conciben englobados dentro de una red más amplia y general que abarca todos los elementos que influyen sobre este colectivo (De la Fuente y Martín, 2012).

Desde hace algunos años, y debido especialmente a la irrupción en el año 2008 de la acuciante crisis económica en la que nos encontramos inmersos en la actualidad, se observa una presencia cada vez mayor de dichas políticas públicas¹ por parte de todos los niveles administrativos.

Estas políticas empiezan a cobrar de nuevo cierto protagonismo en la agenda política y mediática, al materializarse en diferentes planes² y programas orientados a afrontar los retos a los que se enfrenta una ciudadanía con nuevas necesidades, valores, demandas e inquietudes, que se integran en una visión prospectiva para definir el contexto social y económico con el que se van a encontrar los jóvenes durante los próximos años.

En palabras de Camacho (2007: 49): “Se abre una nueva etapa, no sin cierta incertidumbre, en la que los retos de las políticas de juventud ya no son ni pueden ser, en toda su extensión, una nueva versión, mimética y actualizada, de los objetivos y acciones del pasado. Cada época, cada momento histórico, ha requerido políticas de juventud que actuaran, a la vez, con realismo y con visión de futuro”.

Aunque la Constitución Española de 1978 (art. 48) se refiera al eje de las políticas juveniles como la promoción de la participación y la formación e información sobre derechos y deberes de este colectivo, la perspectiva más actual y más recurrente en la literatura académica es establecer el eje de las Políticas de Juventud en términos de emancipación (o transición). Se identifican, por tanto, con un proceso proactivo en el que se facilita a los jóvenes un itinerario que deben recorrer hasta llegar a convertirse en adultos: esta transición se produce desde la

más absoluta dependencia de la niñez hasta la autonomía del adulto emancipado (Tezanos *et al.*, 2010).

Por lo tanto, entre la definición constitucional y las definiciones académicas existentes se observa una considerable divergencia: para la Constitución Española las Políticas de Juventud se refieren a la comprensión y reivindicación por parte de los jóvenes de sus derechos y deberes, mientras que la definición académica se centra, como objeto de estudio, en lo que deberían ser estas políticas para conseguir alcanzar tales derechos. Siguiendo a Comas (2007), podemos afirmar que las Políticas de Juventud se pueden orientar a través de tres objetivos fundamentales: la participación, la transición y la afirmación.

Tras más de treinta años de experiencia democrática, nos encontramos ante una nueva etapa en la que resulta necesario reflexionar hacia qué dirección se deberían reconducir estas políticas vitales. Desde la década de los ochenta, los problemas y las situaciones de dificultad a las que se han visto abocados los jóvenes españoles han sido fundamentalmente: la integración laboral, la educación, la formación profesional y la vivienda; de manera que, estos aspectos se han erigido como los ejes centrales de tales políticas, tal y como queda reflejado en los diferentes Planes de Juventud Estatales.³ No obstante, la emancipación, la autonomía personal y la profesional no se consiguen solamente con este tipo de medidas. Los organismos y departamentos de juventud integrados en los diferentes niveles administrativos deben realizar planteamientos estratégicos a medio y largo plazo, intensificando la ejecución de acciones de naturaleza complementaria a dichas políticas para que éstas reviertan en mayor medida en las posibilidades de futuro de los jóvenes.

De hecho y, en este sentido, la educación no reglada (o no formal), así como las habilidades, competencias y destrezas que adquieren los jóvenes durante su periodo de formación y crecimiento personal resultan ser un factor clave para conseguir la emancipación y convertirse en adultos responsables.

A este modelo de transición-emancipación se suman otras formas de entender las Políticas de Juventud: nos referimos a las llamadas políticas afirmativas, como aquellas que no pretenden orientar los itinerarios juveniles hacia la transición hacia la vida adulta (entendida como autonomía y emancipación), sino que se limitan a apoyar la vida de los jóvenes en su condición como colectivo.

Según el Grupo de Estudios sobre Tendencias Sociales (2008: 87), existen tres aspectos relevantes relacionados con la vulnerabilidad juvenil: “el mayor retraso en su integración laboral en puestos de trabajo estables y razonablemente remunerados; el aumento de la edad media en la que se produce la formación de nuevas familias; y el retraso en las edades en las que, en su caso, se produce la incorporación a partidos políticos y se accede a las instituciones políticas en puestos de responsabilidad y representatividad”.

En consecuencia, las políticas juveniles deberían concentrarse en gestionar las trayectorias que convierten a los jóvenes en adultos, huyendo de esquemas lineales y rígidos de transición que no contribuyen a lograr sus metas personales y que acaban generando situaciones frustradas, retrasos crónicos y dependencias familiares prolongadas, tal y como apuntan Gentile y Meyer (2009). De hecho, las políticas europeas han incorporado tradicionalmente esta visión compleja de la juventud y la han reflejado en diferentes documentos, recomendaciones y

resoluciones en las que se apuntan estrategias relacionadas con la educación, el empleo, la vivienda, el ocio, la cultura, el tiempo libre, los hábitos de vida saludable, la convivencia, la igualdad de oportunidades, la diversidad, la participación y la cooperación.

PLATAFORMAS SOCIALES EN LOS AYUNTAMIENTOS ESPAÑOLES, TECNOLOGÍA MULTIMEDIA Y COLECTIVO JOVEN

El proceso de socialización de los jóvenes se basa en la interacción permanente que se produce entre éstos y otros agentes sociales (como la familia, los compañeros o los medios de comunicación de masas); las propias administraciones públicas también intervienen como tales cuando implementan determinados proyectos de interés general para este colectivo o ejercen su papel de promotoras de valores democráticos y sociales.

La interacción comunicativa y relacional de las administraciones municipales con la ciudadanía ha sufrido, en los últimos tiempos, una gran transformación tanto en las estructuras departamentales como en el perfil profesional de sus integrantes, las rutinas de trabajo y los recursos tecnológicos, que es posible utilizar en el ejercicio de tales funciones (Campillo, 2010, 2011; Catalina, 2011).

En este contexto, los medios sociales y las nuevas tecnologías emergen en las webs de las instituciones locales contribuyendo a la socialización del colectivo joven mediante la difusión de políticas sectoriales, la posibilidad de realizar nuevas oportunidades formativas y educadoras o, incluso, generando nuevos procesos de participación, cooperación y relación a través de redes sociales como Facebook, Twitter, Tuenti o LinkedIn, entre otras, desde la perspectiva que representa el paradigma actual de la web 2.0⁴ (Flores, 2009). Sin duda, las interacciones que se producen entre los responsables administrativos y los jóvenes a través de las nuevas tecnologías y plataformas 2.0 refuerza la comunicación bidireccional en el proceso de socialización de este segmento poblacional (Bernete, 2010; Taberner, Aranda y Sánchez-Navarro, 2010).

Según el estudio anual publicado por la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación (AIMC), *Navegantes en la Red* (2012), las redes sociales constituyen en España un fenómeno creciente en el que los usuarios se encuentran en un ascenso permanente: el 68,4% de la población internauta confirma que se conecta a estas plataformas diariamente, frente al 43,5% que lo hacía en 2009 y el 28,6% que accedía diariamente en 2008. Facebook se sitúa como la red social más utilizada por los encuestados al conectarse a ella el 90% de los usuarios de redes sociales, seguida de Twitter y Tuenti. En el caso de Twitter, se ha producido un incremento destacable al pasar entre 2009 y 2010, del 12,7% al 21,9% de usuarios; porcentaje que se ha incrementado sustancialmente, durante 2012, al pasar al 36,9%. Los medios sociales constituyen una plataforma indispensable para que las organizaciones públicas conecten e interactúen con la ciudadanía, convenientemente segmentada en grupos de interés.

Tal y como apuntan Criado (2009) o Fernández y Arda (2011), los nuevos usuarios de los servicios públicos dejan de ser sujetos pasivos para convertirse en

sujetos activos, lo que modifica el paradigma que se centraba en la publicación de los contenidos, a otro mucho más profundo y transformador de la realidad social como es la colaboración entre los actores intervinientes en un determinado contexto; circunstancia que cobra todavía más fuerza en el caso de los jóvenes.

En la filosofía 2.0 los usuarios no sólo se identifican como destinatarios de servicios, sino que a su vez son productores de contenidos en un proceso de colaboración permanente con los administradores públicos, a partir de la articulación de espacios renovados de comunicación que se utilizan para mejorar las actuaciones y actividades propuestas por los ayuntamientos, desde el ejercicio de las competencias y el desarrollo de las funciones que les son propias (Nebaskues, 2005; Chaín, Muñoz y Más, 2008).

Por todo ello, consideramos que la integración de los medios sociales en las estrategias de comunicación y relación 2.0 para la difusión de las políticas estratégicas juveniles constituye un objeto de investigación relevante, en aras a incrementar la eficacia gestora de los dirigentes político-administrativos y técnicos que asumen la responsabilidad directa de su planificación y desarrollo.

OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

A través de este estudio, pretendemos, en primer lugar, analizar la visibilidad de las políticas de juventud de los ayuntamientos españoles como comunicación de proximidad: a partir de la exposición de temas o asuntos que se enmarcan en la gestión propia de los entes locales, podemos comparar las coincidencias y diferencias existentes en la prominencia de los temas; en segundo lugar, nuestra intención es constatar la implementación de redes sociales, plataformas 2.0 y tecnología multimedia en estos nuevos procesos comunicativos y relaciones orientados a la ciudadanía joven.

Los ayuntamientos, como organización jurídica de cada municipio, se vertebran en estructuras político-administrativas centralizadas y descentralizadas, en la que se incardinan áreas, departamentos u organismos autónomos que asumen las competencias otorgadas en materia de políticas de juventud. Para desarrollar esta investigación se han seleccionado 39 municipios españoles que se rigen por la Ley de Grandes Ciudades o Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local.⁵

Mediante el análisis de contenido, se realiza un estudio descriptivo y exploratorio que nos permite analizar las políticas estratégicas de socialización orientadas a la población joven, en las webs 2.0. de los departamentos o unidades administrativas que gestionan dichos contenidos en las instituciones municipales.

A partir de esta muestra intencional, pretendemos incidir en los temas que presentan una mayor o menor recurrencia, analizando si se trata de políticas de participación, emancipatorias o simplemente afirmativas e identitarias, así como su difusión a través de las redes sociales y la tecnología multimedia. Para ello se establecen las siguientes hipótesis iniciales: a pesar de que las políticas de juventud en nuestro país se enuncian, en el plano discursivo de la agenda política mu-

nicipal, como políticas emancipatorias y de transición, en el plano operativo, las actividades y los esfuerzos sectoriales se ajustan más bien a políticas afirmativas e identitarias; por otra parte, las webs sociales que presentan un mayor índice de contenidos han implementado mayores recursos 2.0 y tecnología multimedia que los municipios que presentan una escasa visibilidad de los temas relacionados con las políticas sectoriales de juventud.

Tabla 1. Municipios españoles acogidos a la Ley de Grandes Ciudades (Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local)

	MUNICIPIO	POBLACIÓN	ÁREA/DEPARTAMENTO/ORGANISMO AUTÓNOMO
1	MADRID	3.265.038	Área de Gobierno de Familia y Servicios Sociales (Dirección Gral. de Educación y Juventud)
2	BARCELONA	1.615.448	Concejalía de Adolescencia y Juventud
3	VALENCIA	798.033	Concejalía de Juventud
4	SEVILLA	703.021	Área de Cultura, Deporte, Educación y Juventud (Servicio de Juventud)
5	ZARAGOZA	674.725	Servicio de Juventud
6	MÁLAGA	568.030	Área de Gobierno de Cultura, Turismo, Deporte, Educación y Juventud
7	MURCIA	442.203	Concejalía de Deportes, Juventud y Turismo
8	PALMA	405.318	Área de Comercio, Trabajo y Juventud
9	LAS PALMAS	383.343	Área de Gobierno de Empleo, Bienestar Social e Igualdad (Concejalía de Juventud)
10	BILBAO	352.700	Área de Euskera, Juventud y Deporte
11	ALICANTE	334.329	Concejalía de Juventud
12	CÓRDOBA	328.659	Concejalía de Juventud
13	VALLADOLID	313.437	Área de Juventud
14	VIGO	297.241	Concejalía de Medio Ambiente, Igualdad y Juventud
15	GIJÓN	277.559	Concejalía de Educación, Cultura, Juventud y Festejos
16	L'HOSPITALET DEL LLOBREGAT	256.065	Área de Servicios Sociales, Infancia y Familia (Concejalía de Juventud)
17	LA CORUÑA	246.028	Dirección de Deportes, Educación y Juventud
18	GRANADA	240.099	Concejalía de Juventud
19	VITORIA	239.562	Concejalía de Juventud
20	ELCHE	230.354	Concejalía de Juventud
21	OVIEDO	225.391	Área de Juventud
22	SANTA CRUZ DE TENERIFE	222.271	Área de Atención Social y Servicios Personales (Concejalía de Juventud)
23	BADALONA	219.786	Concejalía de Juventud
24	CARTAGENA	214.918	Área de Atención Social, Empleo y Juventud
25	JEREZ DE LA FRONTERA	210.861	Área de Gobierno de Servicios al Ciudadano (Participación, Educación y Juventud)
26	ALCALÁ DE HENARES	203.686	Área de Juventud e Infancia
27	FUENLABRADA	198.560	Área de Juventud e Infancia
28	PAMPLONA	197.932	Área de Participación, Juventud y Deporte
29	ALMERÍA	190.349	Área de Turismo y Juventud
30	SAN SEBASTIÁN	186.185	Dirección de Juventud, Educación, Cooperación, Igualdad y Derechos Humanos

31	SANTANDER	179.921	Concejalía de Juventud
32	CASTELLÓN	180.114	Concejalía de Juventud
33	BURGOS	179.251	Concejalía de Juventud
34	LOGROÑO	152.641	Unidad de Infancia y Juventud
35	SANTIAGO DE COMPOSTELA	95.207	Concejalía de Juventud y Deporte
36	TOLEDO	83.108	Concejalía de Juventud
37	CEUTA	82.376	Consejería de Juventud, Deportes y Nuevas Tecnologías
38	MELILLA	78.476	Consejería de Fomento, Juventud y Deporte
39	MÉRIDA	57.797	Delegación de Juventud

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE). Datos a 1 de enero de 2011. Elaboración propia.

Al analizar los planes sectoriales más recientes diseñados por los diversos entes territoriales que hemos seleccionado como objeto de estudio, se identifican diferentes estrategias de participación, emancipatorias y afirmativas.

Con objeto de realizar una aproximación exploratoria a los temas o asuntos que aparecen presentes en las webs de los ayuntamientos (que representan nuestras unidades de contexto) y tomando como referencia las áreas de gestión señaladas, se articula un primer libro de códigos en el que se establece una tipología para la variable dependiente: desarrollo de políticas juveniles, en función de su naturaleza participativa, emancipatoria o afirmativa.

Tabla 2. Code Book_Desarrollo de políticas juveniles

CÓDIGO	TEMA (ISSUE)
ENC	Encuentros y congresos
PAR	Participación (voluntariado, asociacionismo, consejos sectoriales)
MOV	Movilidad internacional y ciudadanía europea
PLA	Planes estratégicos
PRE	Acciones preventivas, salud y atención psicológica
INF	Planes informativos orientados a la emancipación (infoempleo, emprendimiento, infovivienda...)
BEN	Beneficios/descuentos/subvenciones/ayudas
FOR	Formación reglada y no reglada/nuevas tecnologías/idiomas/asesoría psicopedagógica y sexual
ACT	Actividades organizadas/iniciativas/servicios
INS	Instalaciones (centros juveniles/albergues/centros de creación/puntos de información juvenil)
ART	Programas de desarrollo artístico y juvenil
SOC	Programas socio-cultural, ocio, tiempo libre y deporte

	Políticas participativas
	Políticas sectoriales emancipatorias o de transición
	Políticas sectoriales identitarias o afirmativas

Fuente: Campillo (2011).

En las tablas 3 y 4 se distinguen los medios de comunicación social y la tecnología multimedia para la web 2.0: los primeros son el resultado de la aplicación de esa tecnología 2.0 al entorno social actual; los segundos nos ofrecen documentos sonoros y/o visuales dentro de las páginas web, aunque, en muchos casos, no es posible opinar, interactuar o compartir esos materiales. Esta distinción es

relevante y ha sido observada en la herramienta metodológica diseñada para la codificación de ambas variables dependientes.

Tabla 3. Code Book_Redes sociales y plataformas 2.0 en la web social de los ayuntamientos

CÓDIGO	REDES SOCIALES/ PLATAFORMAS 2.0
FAC	Facebook
TWI	Twitter
TUE	Tuenti
LIN	Linkedin
GOO	Google +
BLO	Blogs
FLI	Flickr
YOU	Canal YouTube (Broadcasting)
WID	Widgets sociales
MEN	Menéame

Fuente: Campillo y Ramos (2013).

Tabla 4. Code Book_Aplicación de nuevas tecnologías en la web social de los ayuntamientos

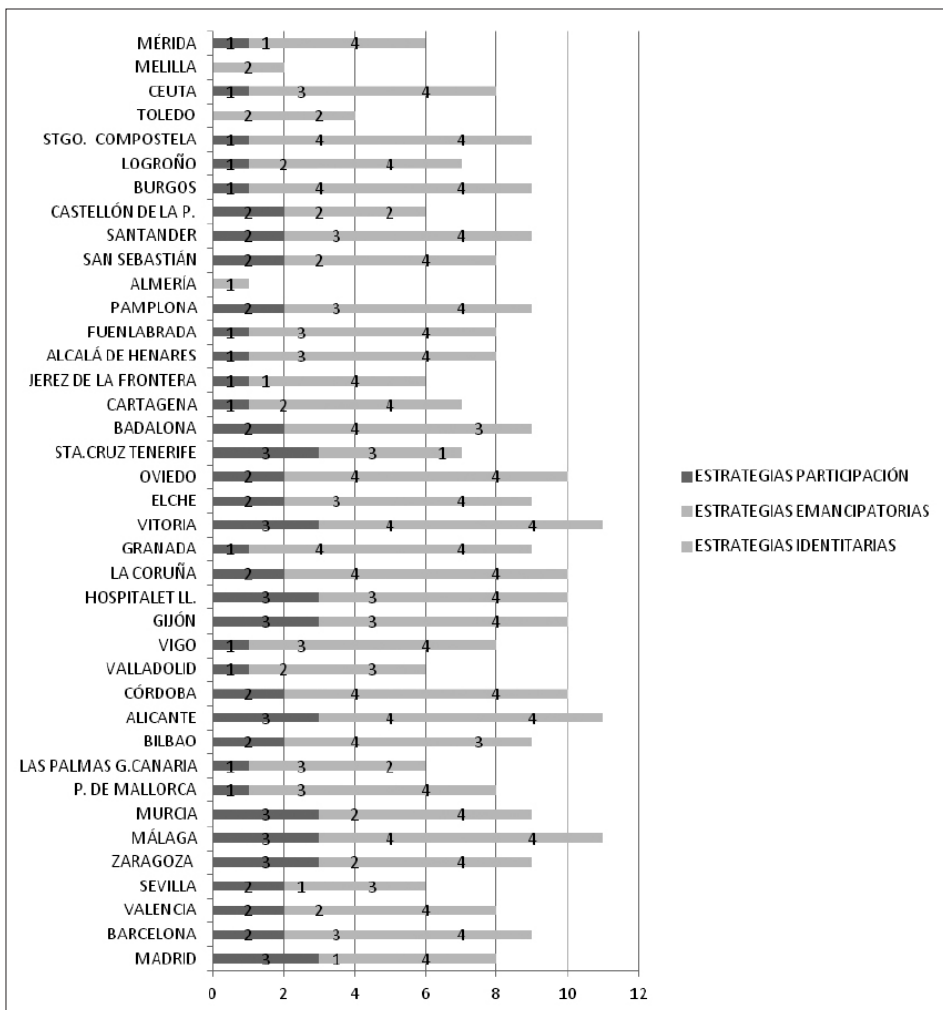
CÓDIGO	NUEVAS TECNOLOGÍAS
POD	Podcast
RSS	Sindicación de contenidos
TVD	Televisión Digital
RAD	Emisora de radio digital
VID	Vídeos

Fuente: Campillo y Ramos (2013).0

Mediante el diseño de dos matrices, elaboradas a partir de las cuatro tablas anteriores, en primer lugar, podemos analizar si los temas o asuntos relacionados con las políticas sectoriales de juventud como primera variable dependiente (tabla 2), aparecen de forma recurrente en las webs sociales de los ayuntamientos seleccionados como objeto de estudio; en segundo lugar, nos interesa comprobar si existe relación entre la mayor o menor visibilidad de los temas que aparecen en las webs sociales de las instituciones municipales, con la integración en ellas de redes sociales y plataformas 2.0, como segunda variable dependiente que representa a los medios sociales (tabla 3), así como con las nuevas tecnologías (tabla 4) o si, por el contrario, no existen dependencias significativas. La recogida de datos se ha efectuado durante el mes de julio de 2012.

A partir de este análisis podremos realizar una radiografía de la difusión de las políticas sectoriales juveniles por parte de la Administración local, orientadas a un colectivo que se caracteriza por ser sumamente heterogéneo y que va superando diferentes fases personales durante esta etapa vital para construir su propia identidad como individuo.

Gráfico 1. Visibilidad de las políticas juveniles en la web social de los ayuntamientos



Siguiendo la tipología propuesta, se establece el siguiente ranking, atendiendo a la mayor o menor presencia de políticas sectoriales en la web social y al número de habitantes por municipio.

Tabla 6. Ranking de municipios en la visibilidad de políticas sectoriales juveniles

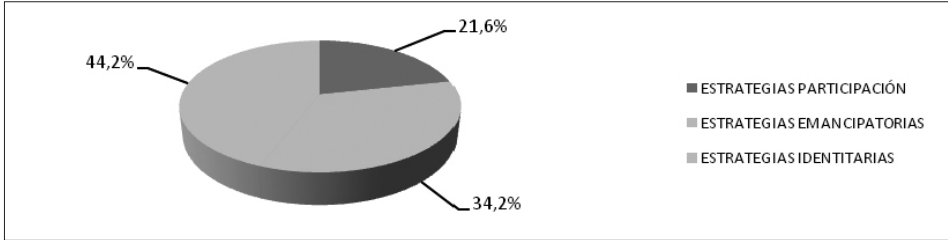
CATEGORÍA A	Valor_Políticas de Juventud
1º	MÁLAGA (11)
2º	ALICANTE (11)
3º	VITORIA (11)
4º	CÓRDOBA (10)

5º	GIJÓN	(10)
6º	L'HOSPITALET DEL LLOBREGAT	(10)
7º	LA CORUÑA	(10)
8º	OVIEDO	(10)
9º	BARCELONA	(9)
10º	ZARAGOZA	(9)
11º	MURCIA	(9)
12º	BILBAO	(9)
13º	GRANADA	(9)
14º	ELCHE	(9)
15º	BADALONA	(9)
16º	PAMPLONA	(9)
17º	SANTANDER	(9)
18º	BURGOS	(9)
19º	SANTIAGO DE COMPOSTELA	(9)
CATEGORÍA B		Valor_Políticas de Juventud
20º	MADRID	(8)
21º	VALENCIA	(8)
22º	PALMA	(8)
23º	VIGO	(8)
24º	ALCALÁ DE HENARES	(8)
25º	FUENLABRADA	(8)
26º	SAN SEBASTIÁN	(8)
27º	CEUTA	(8)
28º	SANTA CRUZ DE TENERIFE	(7)
29º	CARTAGENA	(7)
30º	LOGROÑO	(7)
31º	SEVILLA	(6)
32º	LAS PALMAS	(6)
33º	VALLADOLID	(6)
34º	JEREZ DE LA FRONTERA	(6)
35º	CASTELLÓN DE LA PLANA	(6)
36º	MÉRIDA	(6)
CATEGORÍA C		Valor_Políticas de Juventud
37º	TOLEDO	(4)
38º	MELILLA	(2)
39º	ALMERÍA	(1)

En consecuencia, se observa que el 48,7% de los ayuntamientos muestran de forma muy destacada los contenidos orientados a la juventud como segmento poblacional (categoría A); el 43,6% lo hacen de forma notable (categoría B), mientras que solamente el 7,7% (categoría C) no cumplen los requisitos mínimos que hemos establecido como contenidos suficientes.

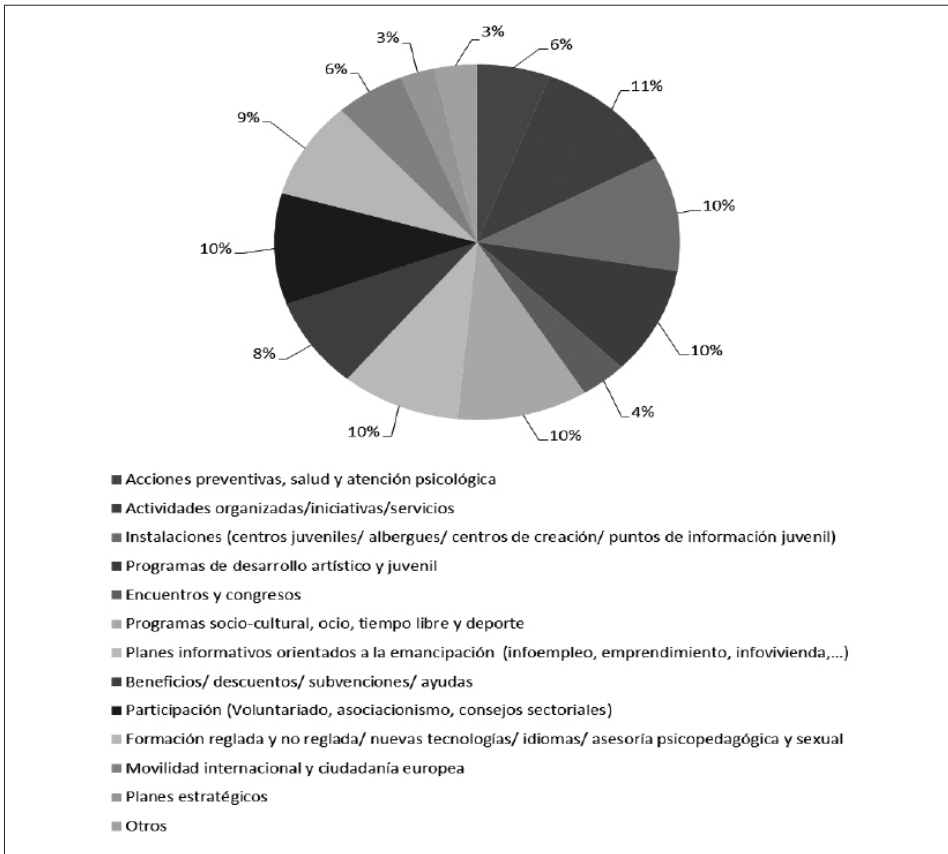
En cuanto a la naturaleza de las políticas estratégicas sectoriales de juventud, podemos observar, a través del gráfico 2, que las más predominantes son las identitarias (con un 44,2%), seguidas de las emancipatorias (con un 34,2%) y las de participación, en tercer lugar, con un 21,6%.

Gráfico 2. Naturaleza de las políticas juveniles en las webs sociales de los ayuntamientos



Al analizar la distribución de temas o asuntos en la web social de los entes municipales, que hemos identificado en el libro de códigos de la tabla 2, se observa que la recurrencia de temas es bastante homogénea, ya que hemos podido constatar que la distribución de los mismos en las webs de los servicios de juventud de los ayuntamientos resulta bastante regular.

Gráfico 3. Distribución de temas



24	CARTAGENA	■	■	■				■	■	■	
25	JEREZ DE LA FRONTERA										
26	ALCALÁ DE HENARES	■	■	■						■	■
27	FUENLABRADA										
28	PAMPLONA	■	■	■				■	■		
29	ALMERÍA										
30	SAN SEBASTIÁN										
31	SANTANDER										
32	CASTELLÓN										
33	BURGOS										
34	LOGROÑO	■	■	■				■	■		
35	SANTIAGO DE COMPOSTELA										
36	TOLEDO	■	■	■				■			
37	CEUTA	■								■	
38	MELILLA										
39	MÉRIDA										

CÓDIGO	REDES SOCIALES/ PLATAFORMAS 2.0
FAC	Facebook
TWI	Twitter
TUE	Tuenti
LIN	LinkedIn
GOO	Google +
BLO	Blogs
FLI	Flickr
YOU	Canal YouTube (Broadcasting)
WID	Widgets sociales
MEN	Menéame

A partir de esta matriz, y siguiendo la metodología propuesta, agrupamos de nuevo en diferentes categorías a los ayuntamientos, utilizando como segunda variable la utilización de redes sociales y plataformas 2.0 en los servicios o unidades administrativas que asumen las políticas de juventud. Para ello, se propone la siguiente tipología: categoría A (valores entre 10 y 6), categoría B (valores entre 5 y 2), categoría C (valores entre 1 y 0).

Se constata que existen entidades en las que se utiliza un número muy elevado de herramientas 2.0 para establecer una interacción permanente con el segmento juvenil a través de procesos relacionales y de comunicación bidireccional. Por otra parte, nos encontramos con que determinadas administraciones municipales implementan de forma mucho más limitada, o incluso nula, las diferentes alternativas existentes que permiten gestionar los procesos de coorientación de tales políticas desde la filosofía que representa la web social. En la siguiente tabla se observa la inclusión o exclusión de recursos tecnológicos.

Tabla 8. Aplicación de nuevas tecnologías en las webs de los departamentos/áreas/ unidades de juventud

		POD	RSS	TVD	RAD	VID
1	MADRID					
2	BARCELONA					
3	VALENCIA					
4	SEVILLA					
5	ZARAGOZA					
6	MÁLAGA					
7	MURCIA					
8	PALMA					
9	LAS PALMAS					
10	BILBAO					
11	ALICANTE					
12	CÓRDOBA					
13	VALLADOLID					
14	VIGO					
15	GIJÓN					
16	L'HOSPITALET DEL LLOBREGAT					
17	LA CORUÑA					
18	GRANADA					
19	VITORIA					
20	ELCHE					
21	OVIEDO					
22	SANTA CRUZ DE TENERIFE					
23	BADALONA					
24	CARTAGENA					
25	JEREZ DE LA FRONTERA					
26	ALCALÁ DE HENARES					
27	FUENLABRADA					
28	PAMPLONA					
29	ALMERÍA					
30	SAN SEBASTIÁN					
31	SANTANDER					
32	CASTELLÓN					
33	BURGOS					
34	LOGROÑO					
35	SANTIAGO DE COMPOSTELA					
36	TOLEDO					
37	CEUTA					
38	MELILLA					
39	MÉRIDA					

CÓDIGO	NUEVAS TECNOLOGÍAS
POD	Podcast
RSS	Sindicación de contenidos
TVD	Televisión digital
RAD	Emisora de radio digital
VID	Vídeo

En el gráfico 4, se analizan las variables de las tablas 7 y 8 para constatar la relación existente entre la implementación de tecnología multimedia con la utilización de redes sociales y plataformas 2.0, y se elabora un segundo *ranking* de los ayuntamientos acogidos a la Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de Medidas para la Modernización del Gobierno Local, a partir de este análisis.

Gráfico 4. Grado de implementación de las redes sociales y nuevas tecnologías en las webs de los departamentos/áreas/ unidades de juventud

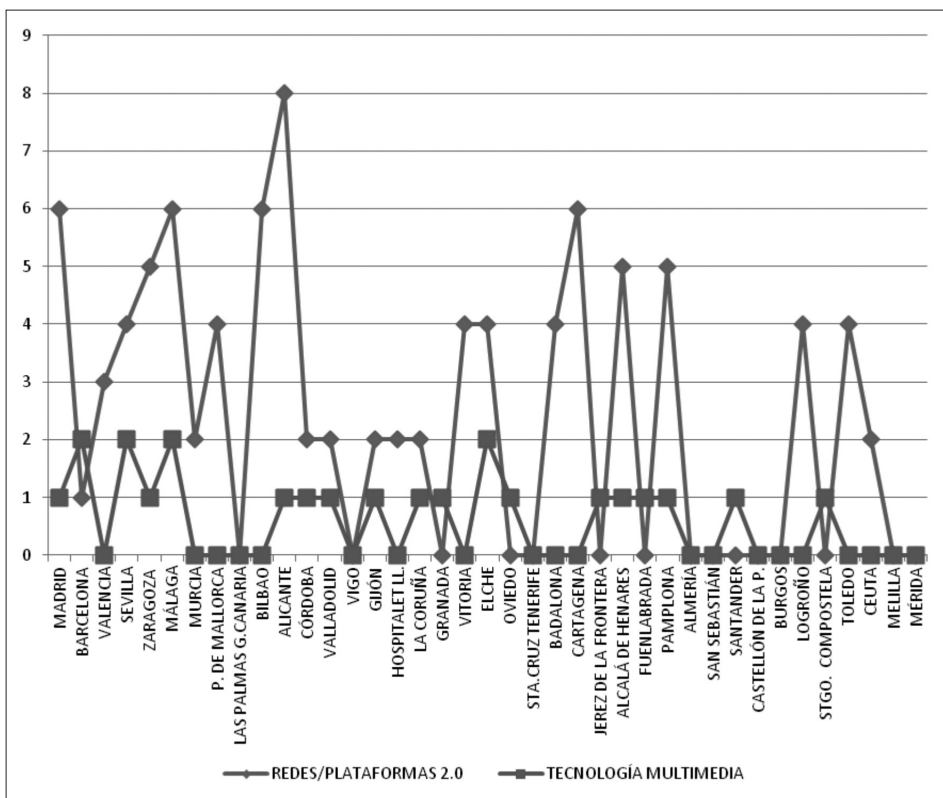


Tabla 9. Ranking de municipios en la implementación de redes sociales y tecnología multimedia para la difusión de políticas juveniles

CATEGORÍA A		Valor_Red	Valor_Tecnología
1º	ALICANTE	(8)	(1)
2º	MÁLAGA	(6)	(2)
3º	MADRID	(6)	(1)
4º	BILBAO	(6)	(0)
5º	CARTAGENA	(6)	(0)
CATEGORÍA B		Valor_Red	Valor_Tecnología
6º	ZARAGOZA	(5)	(1)

7º	ALCALÁ DE HENARES	(5)	(1)
8º	PAMPLONA	(5)	(1)
9º	SEVILLA	(4)	(2)
10º	ELCHE	(4)	(2)
11º	PALMA	(4)	(0)
12º	VITORIA	(4)	(0)
13º	BADALONA	(4)	(0)
14º	LOGROÑO	(4)	(0)
15º	TOLEDO	(4)	(0)
16º	VALENCIA	(3)	(0)
17º	CÓRDOBA	(2)	(1)
18º	VALLADOLID	(2)	(1)
19º	GIJÓN	(2)	(1)
20º	LA CORUÑA	(2)	(1)
21º	MURCIA	(2)	(0)
22º	L'HOSPITALET DEL LLOBREGAT	(2)	(0)
23º	CEUTA	(2)	(0)
CATEGORÍA C		Valor_Redés	Valor_Tecnología
24º	BARCELONA	(1)	(0)
25º	GRANADA	(0)	(1)
26º	OVIEDO	(0)	(1)
27º	JEREZ FRO.	(0)	(1)
28º	FUENLABRADA	(0)	(1)
29º	SANTANDER	(0)	(1)
30º	STGO. COMPOSTELA	(0)	(1)
31º	LAS PALMAS GRAN CANARIA	(0)	(0)
32º	VIGO	(0)	(0)
33º	STA. CRUZ TENERIFE	(0)	(0)
34º	ALMERÍA	(0)	(0)
35º	SAN SEBASTIÁN	(0)	(0)
36º	CASTELLÓN P.	(0)	(0)
37º	BURGOS	(0)	(0)
38º	MELILLA	(0)	(0)
39º	MÉRIDA	(0)	(0)

En este sentido, se constata que el 12,8% de los ayuntamientos analizados posee un grado muy elevado de implementación de redes sociales, plataformas 2.0 y tecnología multimedia al servicio de la difusión de las políticas sectoriales de juventud. El porcentaje mayor (46,2%) se corresponde con las entidades locales que ya utilizan de forma regular estas herramientas, mientras que el 41%, todavía no ha acudido a los recursos alternativos de la web social para dinamizar y potenciar la difusión de los contenidos orientados a la ciudadanía joven. Podemos afirmar, por tanto, que el 59% de las administraciones municipales que se rigen por la Ley de Grandes Municipios ya han implementado de forma notable o suficiente el usos de redes y plataformas sociales en los procesos comunicativos y relacionales sobre políticas juveniles.

Tras el estudio que hemos efectuado, consideramos que resulta sumamente pertinente que algunas de las instituciones locales analizadas (especialmente las clasificadas en la categoría C, para las variables dependientes políticas sectoriales

de juventud y la integración de plataformas 2.0 y redes sociales) se replanteen su estrategia de difusión *online*.

Por otra parte, se verifica que existe relación entre el grado de implementación de las redes sociales y plataformas 2.0 en las webs sociales de los ayuntamientos con la mayor o menor presencia de asuntos vinculados a las políticas de juventud. De hecho, se constata que los ayuntamientos de Alicante, Málaga y Bilbao, clasificados bajo la categoría A para la variable dependiente integración de plataformas 2.0 y redes sociales, aparecen también en la categoría A para la variable dependiente políticas sectoriales de juventud; en el extremo opuesto, y coincidiendo también en la categoría C para las dos variables analizadas, nos encontramos con los ayuntamientos de Melilla y Almería.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La crisis representa una oportunidad para reforzar alianzas y consolidar una gobernanza multinivel en la que se deben implicar todos los niveles de gobierno. Y aunque nos encontramos ante una difícil situación económica y social, también es posible identificar, en este momento, oportunidades, capacidades y potencialidades; por tanto, el trabajo en red y el intercambio de experiencias municipales se configuran como una herramienta fundamental para la progresiva mejora y el fortalecimiento del sistema de servicios sociales en general y de las políticas sociales juveniles en particular.

Por una parte, sería pertinente que las instituciones locales revisaran periódicamente sus planes sectoriales para adecuar las políticas de juventud que son necesarias en el actual contexto social, político y económico, reforzando especialmente las políticas emancipatorias y participativas; ya que como hemos podido verificar, a partir de la primera hipótesis planteada en nuestro estudio, a pesar de que en la agenda política y mediática nos encontramos con discursos permanentes sobre ambas, realmente son las políticas identitarias las que poseen mayor representación en la gestión que se refleja en la web social de los ayuntamientos españoles. En consecuencia, en el actual contexto de crisis económica, creemos que es necesario potenciar, de forma prioritaria, políticas emancipatorias sólidas que permitan al ciudadano joven recorrer su transición hacia la vida adulta, entendida como verdadera autonomía y emancipación.

Por otra, y para complementar la estrategia de comunicación *offline*, la implementación eficaz de los medios sociales en el diseño de la estrategia de comunicación *online* de todas las actuaciones, iniciativas y proyectos implementados para el colectivo joven favorecerá, sin duda, una gestión más automatizada, una promoción eficiente de este segmento poblacional, una mayor participación y la generación de valor social, por extensión, hacia los ayuntamientos, como organizaciones de proximidad que actúan como artífices y dinamizadoras de los planes estratégicos.

La creación de una comunidad virtual que conversa en espacios abiertos como Facebook y Twitter, la incorporación de expertos en diferentes materias, el *networking* (a través de redes sociales profesionales como LinkedIn o Xing), los

debates y, sobre todo, la posibilidad de compartir conocimiento a través de las plataformas 2.0 y las redes sociales contribuyen a reforzar la imagen de las instituciones municipales, propiciando efectos relevantes, positivos y trascendentes.

Los entornos colaborativos 2.0 permiten establecer canales de contacto directo y fomentar la difusión y la viralidad de la información; circunstancia que va a exigir a los gestores públicos vinculados a las políticas estratégicas de juventud una alta especialización en comunicación 2.0. De la misma forma que en el ámbito empresarial se ha implementado la figura del *community manager* para gestionar la reputación *online* de las marcas, consideramos que este rol profesional emergente en la Administración pública municipal, por analogía, también puede aportar un importante valor añadido a la interacción que se produce entre los departamentos o unidades de juventud y los ciudadanos a los que se orientan estos servicios.

Se aventura, en consecuencia, un reto sumamente interesante para las organizaciones municipales, ya que a sus estrategias comunicativas y relacionales *offline* se irán incorporando progresivamente otras estrategias *online* que pueden contribuir sustancialmente a la difusión eficaz de las políticas identitarias, participativas y de emancipación que exige la situación actual a la que se ven abocados los jóvenes españoles.

Concepción Campillo Alhama es profesora contratada doctora del Departamento de Comunicación y Psicología Social de la Universidad de Alicante. Licenciada en Ciencias de la Información (Publicidad y Relaciones Públicas) por la UCM. Doctora en Sociología por la Universidad de Alicante. Premio *Blas Infante 2010* de Estudio e Investigación sobre Gestión y Administración Pública, concedido por el

Instituto Andaluz de Administración Pública (IAAP). Experta en Protocolo y Relaciones Institucionales por la Universidad Miguel Hernández de Elche y la Escuela Internacional de Protocolo (EIP). Sus principales líneas de investigación se centran en la comunicación de proximidad de las entidades municipales, la agenda mediática local y la gestión de eventos creativos e innovadores.

Notas

¹ En abril de 2011, el Senado aprueba el Libro Blanco para la Juventud en España 2020, coincidiendo con la irrupción de las políticas de juventud en el marco de la Unión Europea, bajo un contexto de gran crisis económica y social.

² El Programa La Juventud en Acción (2007-2013) es un claro referente. Este plan

de la Unión Europea fomenta los intercambios entre las personas jóvenes y les permite participar en actividades de voluntariado para fomentar una ciudadanía activa. Además, en España, municipios como Madrid, Valencia, Zaragoza, Alicante, Valladolid, Granada, Santa Cruz de Tenerife, Pamplona y Castellón de la

Plana poseen un plan estratégico sectorial que marca las directrices esenciales en las políticas orientadas al colectivo joven.

³ Plan integral de Juventud (1991-1993); Plan de Juventud (1994-1997); Plan de Acción Global en materia de Juventud (2000-2003); Plan Interministerial de Juventud (2005-2008).

⁴ La *web 2.0* es un término acuñado por O. Reilly (2004) que se refiere a una nueva generación de servicios en la web basados en el concepto de red, la creación de comunidades, un cierto minimalismo en el diseño estético de la web y la utilización de recursos tecnológicos en un contexto de diálogo permanente.

La red, como modelo organizativo fundamental, para la creación de contenidos colaborativos mediante *blogs*, *microblogging* o *broadcasting* entre otras posibilidades.

⁵ La Ley establece un régimen orgánico específico para los municipios con población superior a los 250.000 habitantes, las capitales de provincia de población superior a 175.000 habitantes, los municipios capitales de provincia, capitales autonómicas o sede de instituciones autonómicas y los municipios cuya población supere los 75.000 habitantes, que presenten circunstancias económicas, sociales, históricas o culturales especiales.

Bibliografía

AIMC. (2012). "Navegantes en la red". Disponible en: <<http://download.aimc.es/aimc/f5g9/macro2011ppt.pdf>>. Consultado el 15 de septiembre de 2012.

Bernete, F. (2010). "Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes". *Revista de Estudios de Juventud*, 88, p. 97-114.

Camacho, J.M. (2007). "Principales retos de las políticas de juventud". *Revista de Estudios de Juventud*, 94, p. 49-67. Disponible en: <<http://www.injuve.es/contenidos.download.action?id=2103081831>>. Consultado el 15 de septiembre de 2012.

Campillo, C. (2010). "Comunicación pública y administración municipal. Una propuesta de modelo estructural". *Pensar la Publicidad*, IV, 1, p. 45-62.

—. (2011). *Comunicación pública y gestión estratégica municipal. Un estudio exploratorio sobre la agenda temática*. "Colección Premios Blas Infante 2010". Sevilla: Instituto Andaluz de Hacienda y Administración Pública.

Campillo, C.; Ramos, I. (2013). "La comunicación 2.0 de las políticas orientadas a mayores en los ayuntamientos españoles".

Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 19, núm. especial abril, p. 661-670. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42149>.

Catalina, B. (2011). *Estudio sobre la interactividad en las web de los ayuntamientos de España*. Tesis doctoral. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.

Chaín, C.; Muñoz, A.; Más, A. (2011). "La gestión de información en las sedes web de los ayuntamientos españoles". *Revista Española de Documentación Científica*, 31, p. 612-638.

COM. (2006). "Decisión nº 1719/2006/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 15 de noviembre de 2006, por la que se establece el programa «La juventud en acción» para el período 2007-2013". Disponible en: <http://europa.eu/legislation_summaries/education_training_youth/youth/c11080_es.htm>. Consultado el 19 de septiembre de 2012.

Comas, D. (2007). "Políticas de juventud en la España democrática". Madrid: INJUVE. Disponible en: <<http://www.injuve.es/contenidos>>. Consultado el 18 de septiembre de 2012.

Consejo de la Juventud de España. (2005). "Bases para una nueva política de juventud".

Disponible en: <<http://www.cjelx.es/sites/default/files/documentosdebases.pdf>>. Consultado el 18 de septiembre de 2012.

“Constitución Española”. (1978). Disponible en: <http://www.lamoncloa.gob.es/NR/rdonlyres/79FF2885-8DFA-4348-8450-04610A9267F0/0/constitucion_ES.pdf>. Consultado el 15 de septiembre de 2012.

Criado, J.I. (2009). *Entre sueños utópicos y visiones pesimistas*. Madrid: Instituto Nacional de Administración Pública.

De la Fuente, Y.; Martín, M.C. (2012). “Los servicios sociales y sus nuevas respuestas a la juventud”. Disponible en: <<http://www.injuve.es/observatorio/los-servicios-sociales-y-sus-nuevas-respuestas-a-la-juventud>>. Consultado el 19 de septiembre de 2012.

Fernández, C.; Arda, Z. (2011). “Ciudadano/a 2.0” En: Asociación Científica Icono 14 (ed.) *Actas II Congreso Internacional de Ciudades Creativas*. Universidad Complutense de Madrid, p. 1-12.

Flores Vivar, J.M. (2009). “Nuevos modelos de comunicación, perfiles y tendencias en las redes sociales”. *Comunicar*, 33, p. 73-81. Disponible en: <<http://dx.doi.org/10.3916/c33-2009-02-007>>. Consultado el 19 de septiembre de 2012.

Gentile, A.; Mayer, C. (2009). “Transición a la vida adulta y políticas de juventud en España” ponencia presentada en el I Congreso REPS. Oviedo, 5-7 de noviembre. Disponible en: <<http://www.espanet-spain.net/congreso2009/archivos/ponencias/TP03P11.pdf>>. Consultado el 25 de septiembre de 2012.

Grupo de Estudios sobre Tendencias Sociales. (2008). *Tendencias de cambio de las identidades y valores de la juventud en España (1995-2007)*. Madrid: INJUVE.

Ley 57/2003, de 16 de diciembre, de medidas para la modernización del gobierno local.

Disponible en: <http://noticias.juridicas.com/base_datos/Admin/157-2003.html>. Consultado el 15 de septiembre de 2012.

Nebaskues, I. (2005). “La participación ciudadana en el ayuntamiento y las nuevas tecnologías”. *Mediatika*, 11, p. 35-42.

O. Really. (2005). “What is web 2.0?”. Disponible en: <<http://oreilly.com/web2/archive/what-is-web-20.html>>. Consultado el 22 de septiembre de 2012.

“Plan Integral de Juventud (1991-1993)”. Disponible en: <<http://www.espanet-spain.net/congreso2009/archivos/.../TP03P11.pdf>>. Consultado el 16 de septiembre de 2012.

“Plan de Juventud (1994-1997)”. Disponible en: <<http://www.espanet-spain.net/congreso2009/archivos/.../TP03P11.pdf>>. Consultado el 16 de septiembre de 2012.

“Plan de acción global en materia de Juventud (2000-2003)”. Disponible en: <<http://libros-revistas-derecho.vlex.es/vid/plan-accion-global-materia-juventud-117460>>. Consultado el 16 de septiembre de 2012.

“Plan interministerial de la Juventud (2005-2008)”. Disponible en: <http://www.joves.net/_joves/archivos/2711_ca-ES_Plan%20juventut%202005-2008.pdf>. Consultado el 16 de septiembre de 2012.

SEN. (2011). “Libro Blanco para la Juventud en España 2020”. Disponible en: <<http://www.injuve.es/contenidos.downloadatt.action?id=979858270>>. Consultado el 11 de septiembre de 2012.

Taberner, C.; Aranda, D.; Sánchez-Navarro, J. (2010). “Juventud y tecnologías digitales: espacios de ocio, participación y aprendizaje”. *Revista de Estudios de Juventud*, 88, p. 77-96.

Tezanos, J.F. [et al.] (2010). *El horizonte social y político de la juventud española*. Madrid: INJUVE- Fundación Sistema.

