

# Bolsa interactiva de anuncios para jóvenes en Zaragoza

La Bolsa Interactiva de Anuncios para Jóvenes en Internet, de Zaragoza, es, como su nombre indica, un servicio de anuncios para jóvenes que funciona a través

de una base de datos en Internet que permite la búsqueda y también la inserción de anuncios. El departamento de contacto y responsable del proyecto es el

Centro de Información Juvenil de Zaragoza (CIPAJ). En concreto se puede contactar con Gema Villa o Angel Sancho. Tel. 976-721-800. e-mail: [cipaj@ayto-zaragoza.es](mailto:cipaj@ayto-zaragoza.es).

EN Zaragoza, no había un servicio de anuncios para jóvenes que permitiese a este sector de la población la posibilidad de ofrecer, buscar, intercambiar, vender, comprar, etc. Los anuncios que existían, los de los clasificados de los periódicos, no respondían a las necesidades y demandas de los jóvenes y, de hecho, en nuestros anuncios han crecido de forma espectacular los campos más específicamente juveniles: alojamiento en pisos compartidos, clases particulares, empleo (en especial trabajillos y los empleos vinculados a la animación deportiva y sociocultural), intercambio de conversación en diferentes idiomas, búsqueda de gente para realizar actividades en común (hacer deporte o iniciativas culturales, completar grupos de teatro o musicales), etc.

### DESCRIPCIÓN

Se trata de un servicio de anuncios para jóvenes que funciona a través de una base de datos en Internet que permite la búsqueda y también la inserción de anuncios. Los anuncios son validados diariamente por un informador documentalista del CIPAJ, siguiendo las normas y criterios fijados en el "Manual de Procedimiento de los Anuncios para Jóvenes del CIPAJ", y los anuncios correctamente insertados pasan a ser accesibles y visibles en Internet.

Los anuncios para jóvenes se clasifican en los siguientes apartados: Alojamiento (oferta y demanda), Clases particulares (oferta y demanda), Compra-Venta, Empleo (oferta y demanda), Gente, Intercambios, Prácticas en Empresas (oferta y demanda), Voluntariado (oferta y demanda) y Varios. La base de datos de anuncios permite la edición automática de informes en formatos pdf y word que, a su vez, posibilitan su difusión semanal a 140 centros juveniles de la ciudad y se publican semanalmente en el periódico "El Heraldo de Aragón" de los sábados, y mensualmente en la revista del CIPAJ, la revista universitaria "Campus", y la revista cultural "ACTUM".

The screenshot shows the CIPAJ website interface. On the left is a vertical sidebar with the CIPAJ logo and several icons representing different services: 'EL BOLETÍN DEL CIPAJ', 'GUÍA DE VERANO PARA JOVENES 2004', 'PUBLICACIONES', 'RECURSOS JOVENES', and 'espacio cedido por: iberCaja'. The main content area features several links and icons: 'SI BUCAS ALOJAMIENTO EN ZARAGOZA', 'TARJETA SANITARIA EUROPEA', 'AGENDA JUVENIL ZARAGOZA', 'LAS WEBs FAVORITAS DEL CIPAJ', 'SELECCIONES INFORMATIVAS', 'ARTIC 04: ILIMITADO', 'ENCUESTA a los Visitantes de este Web', 'AYUNTAMIENTO DE ZARAGOZA', 'ANUNCIOS PARA JOVENES', and 'PORTAL EUROPEO DE LA JUVENTUD'. At the bottom, it says 'Direcciones de correo electrónico de las Antenas del CIPAJ' and 'Web www.cipaj.org'.

### OBJETIVOS

- Ofrecer a los jóvenes de la ciudad un servicio gratuito donde contactar con otros jóvenes y organizaciones para conseguir resolver algunos de los temas que más les afectan: vivienda, trabajo, prácticas, aficiones, etc.
- Poner a disposición de los jóvenes una herramienta, eficaz, ágil, rápida, además de adaptada a sus necesidades e intereses.
- Dotar a la juventud zaragozana de un recurso, fácil de utilizar, que favorezca el intercambio interpersonal y las relaciones humanas y sociales.

### ESTRATEGIA, DESARROLLO DEL PROYECTO Y METODOLOGÍA

La base de datos que gestiona los anuncios para jóvenes permite la inserción de anuncios desde cualquier ordenador con acceso a Internet, anuncios que son visibles una vez que han sido revisados por el Centro de Información Juvenil.

Los anuncios pueden ser consultados a través de internet en la página del CIPAJ ([www.cipaj.org](http://www.cipaj.org)) y en la página principal de la Universidad de

Zaragoza ([www.unizar.es](http://www.unizar.es)) por el especial interés que este servicio tiene para esta institución que recibe 35.000 estudiantes al año.

Además de Internet, están otros mecanismos de difusión de los anuncios en soporte papel como los mencionados más arriba. Desde 1996, fecha en la que se realiza la base de datos, este servicio se ha consolidado como uno de los más utilizados por los jóvenes de Zaragoza.

### TEMPORALIZACIÓN

Realizamos la base de datos de gestión de Anuncios para Jóvenes en Internet, en 1996, en colaboración con el Centro de Cálculo de la Universidad de Zaragoza. Después de 6 años funcionando, en abril de 2003, estrenamos un nuevo programa de gestión más sencillo y con mejor presentación, realizado técnicamente por el Centro Municipal de Informática. El nuevo programa permite, por ejemplo, el envío de los anuncios por correo electrónico, la emisión de informes automáticos en pdf y otras mejoras.

# Tecnimap (2)/ Soluciones

## DESTINATARIOS

Jóvenes de Zaragoza y asociaciones y entidades que trabajan con ellos, especialmente el apartado de voluntariado. Los anuncios son también muy utilizados por los jóvenes extranjeros que llegan a Zaragoza, especialmente los apartados de alojamiento, clases particulares e intercambio de conversación en diferentes idiomas. En nuestra carta de servicios asumimos el compromiso de actualizar diariamente la bolsa de anuncios para jóvenes y así se lo comunicamos a cada usuario al insertar un anuncio.

El 95% de los anuncios son de Zaragoza, excepto alguna oferta de empleo que se extiende a otras zonas de Aragón. También las consultas de los anuncios en Internet provienen en más del 90% de los jóvenes de la propia ciudad, ya que su comportamiento durante un día de festividad local es idéntico al de un domingo.

## RESULTADOS

Los indicadores cuantitativos elegidos son:

2000: 25.281 accesos, 2.944 anuncios.

2001: 34.341 acceso, 3.472 anuncios.

2002: 63.148 accesos, 5.080 anuncios.

2003: 77.034 accesos, 6.522 anuncios.

Si tomamos como ejemplo el pasado mes de enero de 2004, se gestionaron un total de 638 anuncios válidos, lo que supone una media de 34 anuncios por día laboral. Por tipologías, los anuncios de enero correspondieron a: Alojamiento, 155 (80 ofertas y 75 demandas); Clases particulares, 94 (89 ofertas y 5 demandas); Compra, 16; Venta, 105; Empleo, 184 (33 ofertas y 151 demandas); Gente, 45; Intercambios, 21; Voluntariado, 10; Otros, 8.

Durante el mes de febrero de 2004 el número de accesos a la primera página de anuncios (contabilizando sólo 1 por cada entrada, independientemente de la navegación posterior por diferentes páginas de la base de datos) fue de 12.135, el segundo servicio más visitado de la página del Ayuntamiento de Zaragoza ([www.zaragoza.es](http://www.zaragoza.es)), después del buscador, el servicio más visitado de la página de CIPAJ ([www.cipaj.org](http://www.cipaj.org)), que recibió 13.365 visitas.

Los Anuncios para Jóvenes son un servicio muy bien valorado por nuestros usuarios. El 22% de los jóvenes que acuden a las Visitas didácticas al CIPAJ consideran que los anuncios son el servicio más útil del Centro de Información. Dentro del Boletín del CIPAJ, la sección de Anuncios es la preferida por los lectores más jóvenes (15 a 19 años).

## VALORACIÓN

Como puntos fuertes se pueden señalar:

1. La alta participación juvenil en la gestión de esta información y su alto grado de autonomía al hacerlo. Los jóvenes sienten que los anuncios son



suyos. El alto nivel de utilización de los anuncios para jóvenes y el importante espacio que ocupan entre los clasificados de Zaragoza lo explica.

2. Los anuncios están teniendo también una importante incidencia en la formación de grupos de creación artística y de comunicación (revistas, cortos cinematográficos, programas de radio), organización de viajes, formación de grupos musicales, contacto de jóvenes procedentes de un mismo país, aportación de información sobre lugares visitados, etc.

El gran interés por esta información mostrado por los jóvenes y también por otros medios de información (periódicos, páginas web) que nos solicitan poder reproducir esta información.

3. La especificidad conseguida en algunos apartados. Así, por ejemplo, se gestionan a través de estos Anuncios para Jóvenes la práctica totali-

cimientos (informática por guitarra...). En Búsqueda de gente, se utiliza para realizar actividades conjuntas.

Como puntos débiles, se pueden señalar:

1. La responsabilidad asumida por el Centro de Información por intermediar en información que viene del exterior; aunque en los ocho años que lleva funcionando nunca hemos tenido ningún problema.

2. Dificultad para comprobar la veracidad de todos los contenidos. Es muy importante fijar bien los criterios de admisión y eliminación de anuncios y comprobar, contactando con la fuente, todos los de contenido dudoso antes de su inserción.

Desde el inicio de este servicio, se ha producido un incremento permanente de su utilización por parte de los jóvenes, del volumen de informa-

**“Los jóvenes sienten que los anuncios son suyos, con una importante incidencia en la creación de grupos de creación artística y de comunicación”.**

ción gestionado por el sistema y de su repercusión en otros medios y recursos de información. Su valoración es muy positiva también en medios municipales, y el Ayuntamiento de Zaragoza está estudiando actualmente el ampliar el servicio de anuncios para jóvenes a otros sectores de la población, como ya se ha hecho con la Agenda Juvenil que ha facilitado la Agenda Zaragoza.

La realización de la primera base de datos fue asumida por el Centro de Cálculo de la Universidad de Zaragoza, y la segunda por el Centro Municipal de Informática. Como recursos, se cuenta con un ordenador y acceso a internet, y con el trabajo de un informador documentalista durante unas 7 horas semanales (1/5 de la jornada laboral). ☒