

# INTERNET

Utilización de Internet  
para la prevención del  
uso indebido de drogas



NACIONES UNIDAS  
*Oficina contra la Droga y el Delito*



Red  
Mundial  
de la Juventud





**Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito  
Viena**

# INTERNET

utilización de Internet para la prevención  
del uso indebido de drogas



NACIONES UNIDAS  
Nueva York, 2003

La Oficina de Fiscalización de Drogas y de Prevención del Delito pasó a ser la Oficina contra la Droga y el Delito el 1 de octubre de 2002.

PUBLICACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS  
Número de venta: S.03.XI.10  
ISBN 92-1-348083-0

La presente publicación no ha pasado por los servicios de edición.

## Índice

Introducción	4
Lista de participantes	5
<b>¿POR QUÉ SE UTILIZA INTERNET PARA LA PREVENCIÓN DEL USO INDEBIDO DE DROGAS ENTRE LOS JÓVENES?</b>	<b>6</b>
Algunas consideraciones acerca de esta “ <i>Guía de utilización</i> ”	7
Factores que hay que tener en cuenta antes de decidir si se va a seguir un enfoque basado en Internet para la labor de prevención	9
Espacio Web para la prevención — características y estructuras	13
Tres tipos de espacio Web	16
<b>¡ORGANICEMOS UN ESPACIO WEB!</b>	<b>23</b>
Planificación	23
Concretando los planes	27
Construcción del espacio Web	30
Información — Contenido	35
Esforzándose por que haya calidad	39
Evaluación	41
Comercialización del espacio que hayan organizado ustedes	45
Mantenimiento	47
Espacios Web que duran	48
<b>LISTA RESUMIDA DE RECURSOS PARA LA PREVENCIÓN EN LÍNEA</b>	<b>49</b>
Lo que necesita su espacio Web	50
Lista de recursos	50
Ejemplos de buena práctica	52

## Introducción

Cabe decir que la creación y el incremento explosivo del uso de Internet a lo largo de los dos últimos decenios ha constituido el adelanto tecnológico más importante de los últimos tiempos. Internet ha cambiado la forma en que leemos, viajamos, compramos y nos divertimos. Como en el caso de la mayor parte de las nuevas tecnologías, son los jóvenes los que van a la vanguardia de esta "internetización" de nuestra existencia social. Los jóvenes no sólo se sienten a gusto utilizando Internet, también aportan su irreverencia y su mente ávida de conocimientos, factores que favorecen la expansión de este nuevo medio, que utilizan para hacer cosas que apenas cabía imaginar.

En vista del interés generalizado por este medio entre lo que denominaremos nuestra "audiencia-objetivo" y para aprovechar esa interesante articulación entre los jóvenes, la cultura juvenil e Internet, el proyecto de Red Mundial de la Juventud se asoció con la Red prevnet ([www.prevnet.net](http://www.prevnet.net)) para organizar una reunión de comunicación entre jóvenes e interlocutores juveniles que ya estaban utilizando Internet para la prevención del uso indebido de drogas.

La reunión se organizó en Atenas (Grecia) al margen de una conferencia Prevnnet de mayores dimensiones sobre telemática y prevención, que tuvo lugar del 13 al 16 de marzo de 2002 (los detalles de la conferencia principal figuran en <http://www.prevnet.net/events/athens/index.html>). La finalidad era agrupar a expertos jóvenes que habían obtenido una experiencia considerable en la utilización de la Red como parte de sus programas de prevención, y pedirles que nos ayudaran a escribir una breve guía del tipo "Cómo utilizar..." para otros grupos de jóvenes que quisieran empezar a utilizar Internet. Ciertamente es que Internet ha revolucionado la naturaleza del conocimiento, pero no menos cierto es que, según como se oriente, puede limitarse a ser una chuchería decorativa como los programas televisivos mal dirigidos sobre la prevención del uso indebido de drogas. Sus grandes posibilidades y su visibilidad destacan la importancia de que los jóvenes se familiaricen con el medio antes de que comiencen a utilizarlo para efectuar intervenciones sociales. Estas y muchas otras cuestiones fueron debatidas por los jóvenes que asistieron a la reunión, pertenecientes a grupos de Bélgica, Canadá, Eslovenia, Finlandia, Noruega y Países Bajos. La presente "Guía de utilización" es realmente el trabajo de todos ellos, y confiamos en haber conseguido exponer sus ideas con exactitud.

Esta Guía es el resultado de conversaciones entre los participantes, y de horas de intenso trabajo realizado por nuestros dos consultores de edición: Sra. Tracey Powers Erkkila, de la Fundación "A Clinic" de Finlandia, y Sra. Oonagh Maley, del proyecto de investigación TeeNet, de la Universidad de Toronto. Las dos consultoras pasaron mucho tiempo elaborando y reelaborando las ideas que surgieron durante la reunión, y exponiéndolas de forma que fueran fáciles de captar para los neófitos de Internet. Quisiéramos expresar oficialmente nuestra apreciación por sus esfuerzos. El profesor Harvey Skinner, también de la Universidad de Toronto, nos ayudó a moderar y dirigir algunas de las sesiones de la reunión, y ha sido una verdadera fuente de apoyo. Gautam Babbar, Coordinador del Proyecto de la Red Mundial de la Juventud, organizó la iniciativa general y junto con Giovanna Campello, Coordinadora de la iniciativa mundial sobre la Prevención Primaria, de la Sección de Reducción de la Demanda de la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD), contribuyó también a la redacción de esta Guía. Por último quisiéramos reconocer con agradecimiento el apoyo prestado por los Gobiernos de Canadá, Italia, Noruega, Reino Unido, Suecia y Suiza, gracias a cuyas contribuciones financieras ha podido llevarse a cabo el proyecto de la Red Mundial de la Juventud.

## Datos detallados para ponerse en contacto con participantes

### **OONAGH MALEY**

Oficina Teen Net, Universidad de Toronto  
Fitzgerald Building, RM 121, 150 College Street  
Toronto, Ontario  
Canadá  
oonagh.maley@utoronto.ca  
www.cyberisle.org

### **JENNIFFER ELLIOTT**

Oficina Teen Net, Universidad de Toronto  
Fitzgerald Building, RM 121, 150 College Street  
Toronto, Ontario  
Canadá  
jlcpce Elliott@hotmail.com  
www.cyberisle.org

### **OUTI LEHIKONEN**

Kylanevantie 6 A 16, 00320, Helsinki  
Finlandia  
Outi.lehikoinen@elamaonparastahuumetta.fi  
www.kultakala.com

### **NICOLAS NEYT**

Haardstedestraat 50  
9000 Gante  
Bélgica  
Nicolas\_neyt@yahoo.com

### **SAMI PAAKKANEN**

Parthaninkatu 6 c 76, 00530, Helsinki  
Finlandia  
Sammy76ers@hotmail.com  
www.kolumbus.fi/hubu  
www.elamaonparastahuumetta.fi

### **HYLKE VERVAEKE**

Westzaanstraat 11hs  
1013 NB Amsterdam  
Países Bajos  
hylkevervaeke@hotmail.com  
www.drugsinfo.tk

### **BART DEBOSSCHER**

Westzaanstraat 11hs  
1013 NB Amsterdam  
Países Bajos  
deboscherbart@hotmail.com  
www.drugsinfo.tk

### **IGOR ZOR**

Litijska 54 F, Liubliana 1000  
Eslovenia  
zor@drogart.org  
www.drogart.org

### **HENNING PEDERSEN**

Markveien 38 b  
0350 Oslo  
Noruega  
henning@futurebergen.com  
www.futurebergen.com

### **CARINA FAYE SYVERSEN**

Tertnesveien 68 A  
S113 Tertnes  
Bergen  
Noruega  
carina@futurebergen.com  
www.futurebergen.com

### **MATEJ SANDE**

VI 24 Junija 33  
1000, Liubliana  
Eslovenia  
matej@drogart.org  
www.drogart.org

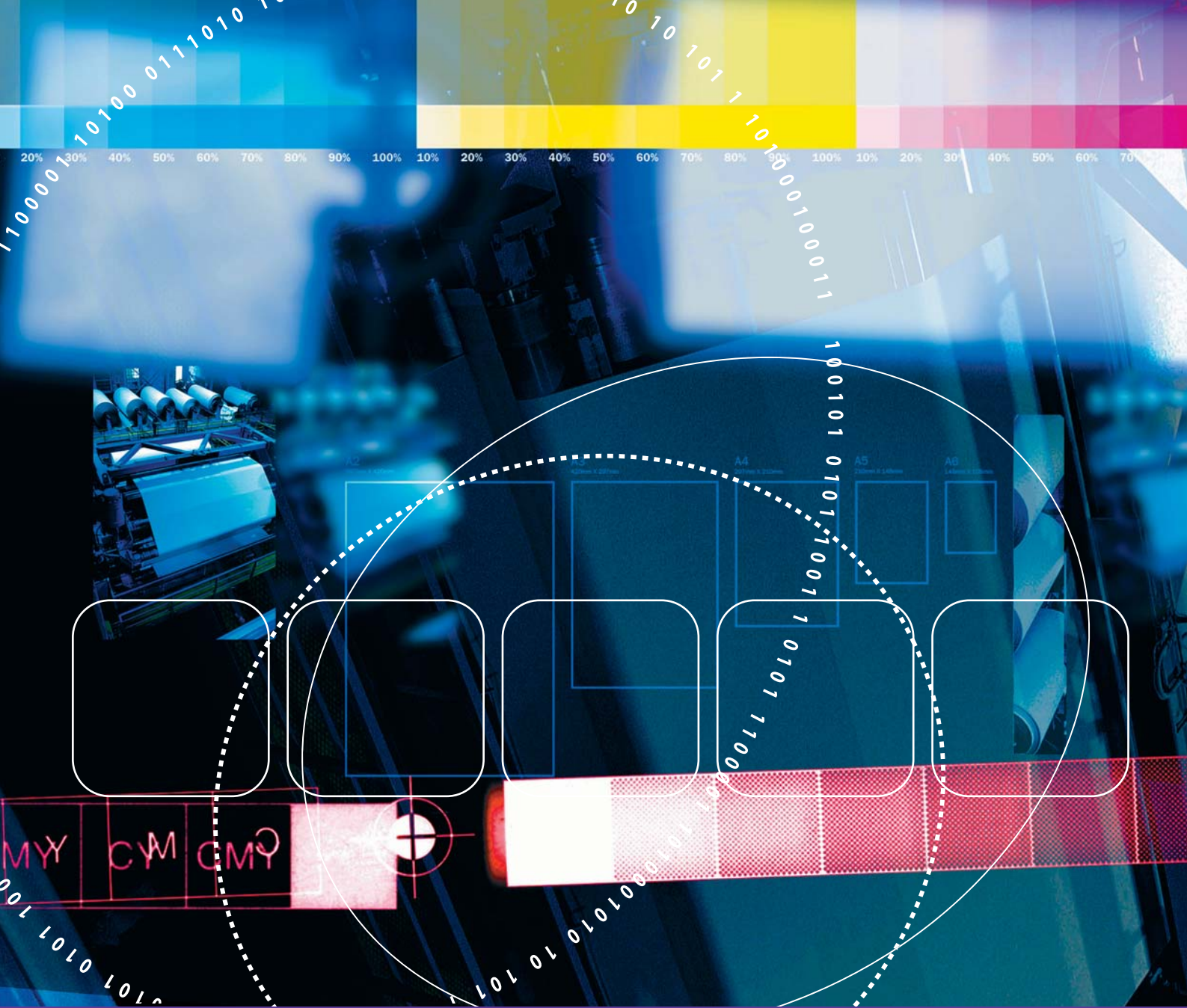
### **GAUTAM BABBAR**

UNODD, Apartado de correos 500  
A-1400, Viena  
Austria  
Gautam.babbar@UNODC.org

### **TAMARA LEDERMAN MAMAN**

c/o UNODD, Apartado de correos 500  
A1400, Viena  
Austria  
tamaraezequiel@hotmail.com





## ¿Por qué se utiliza Internet para la prevención del uso indebido de drogas entre los jóvenes?

Para muchos jóvenes Internet es una red rápida, divertida, interactiva y fácil de utilizar con un poco de práctica y algo de paciencia. Para ellos, colocarse en línea es una forma corriente de tener acceso a informaciones diversas y actualizadas al mismo tiempo que comunican con sus semejantes y que exploran formas de vida alternativa, sin olvidar la moda, la música y las tendencias del ocio y el esparcimiento. Los jóvenes han crecido al mismo tiempo que la tecnología, y por lo tanto no están intimidados por la base técnica de Internet ni por sus posibilidades de utilización, cada vez mayores; por el contrario, se dejan arrastrar por el entusiasmo que provoca su constante crecimiento.

Como una de las finalidades del proyecto de la Red Mundial de la Juventud es conseguir que la juventud participe de forma imaginativa y eficaz en las iniciativas de prevención del uso indebido de drogas, no hay mejor manera de lograrlo que comunicar con los jóvenes a través de un medio que les parece interesante y apropiado. Internet es un medio moderno, joven y ha captado ya la atención de jóvenes en todos los países. En suma, una prevención eficaz del uso indebido de drogas, que trata principalmente de crear y mantener un consenso social sobre cuestiones de importancia universal para la salud de los jóvenes, no perdería nada aprovechando la presencia de Internet, que es un medio muy popular, ubicuo y de posibilidades incalculables.

Como dijo un joven: "Es mucho mejor que ir a la biblioteca".

Desde el punto de vista de la prevención del uso indebido de drogas, la mayor ventaja de Internet es que permite contactar en el plano local y en el plano mundial con grupos de jóvenes que pueden ser muy grandes. Como instrumento de información, sus posibilidades de adaptación son infinitas, y, como uno de los participantes en esta reunión dijo, Internet puede ser "todo lo que uno quiere que sea". Además, si los programas de prevención eficaz procuran disminuir los factores de riesgo y reforzar los factores de protección, entonces Internet constituye un recurso excelente para todos nosotros. Actividades como el mejoramiento de las aptitudes decisorias, el establecimiento de relaciones con adultos de aptitudes humanitarias, y la práctica de las capacidades de comunicación se verán facilitadas si hay programas basados en Internet debidamente proyectados.

*"Le ofrece a uno aspectos diferentes de la misma cuestión y tiene un número infinito de mundos que explorar"*

Igor Zor, Drogart, Eslovenia

## **Algunas consideraciones acerca de esta "Guía de utilización"**

Trabajando con un grupo de jóvenes que participan actualmente en proyectos de prevención para jóvenes en línea en Bélgica, Canadá, Eslovenia, Finlandia, Noruega y los Países Bajos, hemos preparado esta "Guía de utilización" para ayudarles a ustedes a confeccionar un programa basado en Internet o a añadir un componente de Internet en sus actuales actividades de prevención. Esta Guía explicará lo que hay que hacer y lo que hay que evitar cuando se quiere crear una página o espacio Web, con ideas para involucrar a los jóvenes en la planificación, el desarrollo, la evaluación, el mantenimiento y la expansión de un espacio Web.



### ❖ ¿A quién está dedicada esta Guía?

Esta Guía la han escrito jóvenes para otros jóvenes o para personas que trabajen en proyectos basados en la juventud. Ha ido surgiendo a través de un proceso interactivo en sesiones paralelas en las que los jóvenes que participaban compartían su experiencia sobre el uso de Internet para la labor de prevención. Todos ellos han identificado consideraciones y conceptos fundamentales para otros jóvenes que quizá deseen servirse de Internet en la lucha contra la toxicomanía y el uso indebido de drogas.

Se considera que los lectores más importantes serán los jóvenes y los que trabajan para la juventud, pero esta Guía también puede ser de utilidad para los gestores de la salud pública y los gestores de proyectos de salud comunitarios que quieren servirse de Internet.

### ❖ ¿Qué puedo esperar de la lectura de esta Guía?

La finalidad principal de esta Guía es aclarar la confusión y disipar la intimidación que puedan sentir las organizaciones y los grupos que están tomando las primeras medidas para crear una iniciativa de prevención basada en Internet.

En la Guía encontrarán ustedes varias listas de medidas u operaciones que les ayudarán a realizar su trabajo, así como enlaces o vínculos con recursos que pueden ser de utilidad durante el transcurso del proyecto de utilización de Internet. Ahora bien, este manual no pretende ser una Guía que se basta por sí sola para resolver todos los problemas. Los jóvenes interesados en poner en marcha un proyecto de prevención deberían leer esta Guía conjuntamente con el manual de participación en la evaluación de necesidades y planificación de programas preparado por el proyecto de la Red Mundial de la Juventud, de la ONUDD.

### ¿Qué es Internet?

*Es una red de diferentes ordenadores conectados entre sí. Abarca todo el mundo. Uno puede encontrar en todas partes todo tipo de informaciones. Igor*

*Es una vida virtual. Una forma de comunicarse con los demás. Sami*

*Todo eso es mentira, Internet no es más que información. Carina*

Después de haber leído esta Guía, se habrán hecho ustedes una idea de las posibilidades que brinda Internet para la labor de prevención entre jóvenes, así como de algunas de sus limitaciones. No hay que olvidar que el establecimiento de una página o un espacio Web es algo que no hay que acometer a la ligera. Nuestro objetivo es que, para cuando hayan leído esta Guía, tengan una idea

más clara de lo que queda por hacer si deciden continuar su labor de prevención telemática. De esa manera las posibilidades de éxito del proyecto serán mayores y, lo que es aún más importante, el espacio Web que se cree reflejará la calidad de toda su labor de prevención entre jóvenes.

## **Factores que hay que tener en cuenta antes de decidir si se va a seguir un enfoque basado en Internet para la labor de prevención.**

Muchos de los jóvenes de nuestros días, especialmente en el mundo desarrollado (y la mayor parte de los jóvenes ricos de los países en desarrollo) no tienen problemas para obtener e intercambiar informaciones por conducto de Internet. Para ellos, Internet es un instrumento educativo que prácticamente se ha convertido en su segunda naturaleza, incluso si se trata de jóvenes que no tienen mucho interés en aprender. Para los jóvenes que trabajan en línea, Internet es una forma de comunicarse y de tener acceso a informaciones, ideas y personas de todo el mundo, sin la menor censura (en la mayor parte de los lugares), 24 horas al día. Internet posee también la capacidad de crear instantáneamente el anonimato, facilitando a los jóvenes (especialmente a los que están expuestos al uso indebido de drogas socialmente aceptado) el acceso a los medios de prevención y la posibilidad de participar más y mejor haciendo preguntas, buscando apoyo, exponiendo las ideas propias sobre la prevención, y debatiendo la cuestión con los demás.

La utilización de Internet dota al usuario de un mayor control de las corrientes de comunicaciones que forman parte de todas las intervenciones de prevención: por ejemplo, uno puede escribir y enviar respuestas sin que nadie le interrumpa cuando está poniendo en orden sus ideas. Las comunicaciones basadas en Internet son también inherentemente más flexibles en cuanto a la atención que requieren, pues los usuarios pueden exponer sus ideas en línea y ver lo que sucede, o sea, ponerlas a prueba en cierto modo. Pueden tomarse todo el tiempo que necesiten para analizar las respuestas, incluso iniciando discusiones sobre sus aspectos en diversas fases de la conversación. También pueden decidir qué información desean consultar y cuándo desean consultarla.

Desgraciadamente, algunos de los aspectos más positivos de la prevención en línea pueden obstaculizar también esas actividades de prevención. Los aspectos potencialmente negativos o colaterales de la prevención en línea deben ser tenidos en cuenta desde el principio del proyecto.

En primer lugar, no todo el mundo está conectado a Internet o puede colocarse "en línea", así que la realidad es que quizá no puedan conectarse



ustedes con los que más quisieran y necesiten ponerse en contacto. Aunque Internet es accesible teóricamente 24 horas al día, en muchos casos eso no es cierto, excepto para los que poseen sus propios servicios en línea. En las comunidades hay escuelas, cafés Internet y bibliotecas que se pueden utilizar, pero están abiertas siempre. Algunos de los grupos-objetivo que son más difíciles de alcanzar son precisamente las personas que no tienen acceso a Internet debido a su falta de educación, a su pobre situación socioeconómica, y a la falta o escasez de contacto con la tecnología. No cabe duda de que Internet puede llegar muy lejos, pero no hay que exagerar lo lejos que puede llegar realmente.

Hay diversos métodos de comunicación que se pueden aplicar para la programación basada en Internet, pero en el lenguaje de Internet es posible que predominen los términos ingleses. Esto puede ser un obstáculo para algunos de los usuarios (incluido el personal del grupo al que pertenecen ustedes), según sus conocimientos lingüísticos y el ámbito de la página o espacio Web de que se trate. El uso de gráficos brinda una agradable forma de reducir los niveles de alfabetización necesarios, pero no todos los ordenadores poseen las mismas capacidades y un número grande o excesivo de gráficos puede retrasar mucho la operación de bajada de datos.

Otra posible preocupación es que, una vez en línea, quizás se halle el usuario ante una "sobrecarga de información". Se calcula que actualmente hay más de 800 millones de espacios Web. Eso significa que hay muchísimas informaciones al alcance del usuario, lo que es muy positivo, pero también significa que hay que navegar a través de muchos espacios para llegar por fin a los que le interesan a uno. Se necesita práctica, tiempo, energía y tanteo para poder determinar con exactitud la calidad y la fiabilidad de un espacio y navegar por los diversos sistemas.

La utilización de un ordenador puede plantear algunos problemas técnicos que dependen de las capacidades del país o la zona de ustedes. Son muchos los que consideran que Internet es un sistema rápido y flexible, que también contiene muchos problemas técnicos como virus, datos poco fidedignos, etc., que pueden dificultar su utilización. El acceso a la utilización de un ordenador también depende del área en que se halle la persona que quiere utilizarlo.

Desde el punto de vista de un programa de prevención, aunque el establecimiento de un espacio Web es relativamente barato, su mantenimiento puede ser bastante oneroso. Una cosa es captar la atención de los usuarios, y otra cosa es mantenerla. Un espacio Web hay que cambiarlo, modificarlo y actualizarlo constantemente, lo que puede representar un volumen de personal (tiempo) y de dinero que quizás rebasa las posibilidades de algunos grupos de jóvenes. Tampoco se puede tener la completa seguridad de llegar a comunicar con el grupo que se ha designado como objetivo. Es evidente que uno puede designar como objetivo a una audiencia y comunicar con ella a

través de Internet, pero los programas y estudios necesarios para cerciorarse de que se está comunicando realmente con dicha audiencia pueden ser costosos y requerir mucho tiempo.

### Anonimato...

*(Es) otra forma de existir ... nuevas funciones, nuevas identidades y nuevas alternativas de vida... Igor*

La ética, la calidad y la confidencialidad de la información son también otras tantas preocupaciones para el usuario y pueden ser difíciles de conseguir en el propio espacio Web, especialmente si tiene un contenido muy interactivo. La utilización de Internet como instrumento de prevención es una posibilidad relativamente nueva y hasta el momento hay pocas estructuras de garantía de calidad y muy poca supervisión. Cualquiera puede establecer un espacio Web y prometer toda clase de cosas sin tener estructura alguna para la rendición de cuentas. En el "mundo real", las tácticas de ética laboral y de confidencialidad respecto de los clientes están profundamente arraigadas en las diversas profesiones que colaboran en la labor de prevención. Para que ustedes puedan incorporar esas seguridades en su espacio Web les hará falta desarrollar determinadas actividades de planificación y posiblemente contar con fondos para obtener apoyo técnico o profesional.

### ❖ ¿En qué se diferencia Internet de los enfoques "tradicionales"?

Antes de poner en funcionamiento el espacio Web es importante considerar de qué forma un programa de prevención basado en Internet se compara con los diversos enfoques tradicionales de la labor de prevención que quizá estén llevando a cabo ustedes. Es preciso que estén persuadidos de que la labor en línea merece todos los esfuerzos desplegados. También han de tener en cuenta que algunas de las ventajas respecto de los enfoques tradicionales quizá desaparezcan si se trata de un programa íntegramente basado en Internet.

La mayor diferencia entre los enfoques de la prevención basados en Internet y los enfoques tradicionales es la falta de interacción directa. Las formas no verbales de comunicación que ayudan a crear un sentimiento de amistad y de comprensión compartidas no existirán. El contacto con el grupo que se han fijado ustedes como objetivo y el control de los mensajes que desean retransmitir es probablemente más fácil de conseguir con los enfoques convencionales de la prevención, pues estarán ustedes sobre el terreno trabajando con el grupo al que desean ayudar. Una retroinformación inmediata obtenida mediante el estudio de expresiones faciales, lenguaje gestual, comentarios directos y esfuerzos de participación visibles son más fáciles de determinar y se prestan mejor a una discusión inmediata.



Dicho lo que antecede, conviene indicar que el anonimato que brinda Internet también puede ser de gran beneficio para el programa de ustedes, pues atrae a personas que no desean que se las vea y que, a pesar de ello, quieren aprender más acerca de los servicios que pueden obtener. Muy a menudo el anonimato puede bajar el umbral de acceso a los servicios, al abrir la puerta y establecer enlace con alianzas poco comunes en el seno de las comunidades.

### ∴ Más sobre "anonimato" en Internet

La libertad recién encontrada que existe en línea se parece mucho a una moneda con dos caras. El anonimato de Internet es uno de sus rasgos más interesantes, pero ese mismo anonimato puede plantear algunos problemas éticos a las actividades de prevención en línea.

El anonimato brinda la capacidad de crear y de experimentar consigo mismo. Reduce el temor al ridículo, la vergüenza o el apuro si las ideas de uno no siguen las normas sociales corrientes. Posee la capacidad de permitir que se tenga un sentimiento de igualdad de poder y de privacidad porque uno puede determinar lo que uno quiere, cuando quiere y como quiere. Desconectarse del grupo es cosa tan fácil como apagar el ordenador. Los diversos entornos en línea, como por ejemplo los grupos de discusión, las salas de correo electrónico ("e-mail") y de charla ("chat") ayudan a los jóvenes a comunicar con otros jóvenes que tienen gustos similares en materia de música, moda, ideología política e ideas acerca de los problemas corrientes. Este aspecto de la labor de prevención en línea puede ayudar a los jóvenes a franquearse y hablar acerca de sus opiniones, experiencias y preocupaciones en materia de drogas. Esos cambios de impresiones brindan la posibilidad de mejorar las actividades de prevención, al alcanzar a jóvenes que quizá no comunicarían con una organización por los canales tradicionales.

Ahora bien, hay algunos inconvenientes que también hay que tener en cuenta, especialmente durante toda la fase de planificación. Es difícil saber realmente con quién está hablando uno en las salas de charla o en los grupos de discusión y transmisión de mensajes. Hay cuestiones delicadas que quizá reciban informaciones equivocadas o no se traten adecuadamente, según el espacio que se visite. El abandono de la realidad en entornos en línea se presta a que los jóvenes puedan colorear lo que dicen, darle un aspecto sensacionalista o inventar intercambios de impresiones acerca de cuestiones sumamente reales relacionadas con el uso indebido de sustancias, como, por ejemplo, los casos de sobredosis y la lucha personal por resistir a la droga.

Las dificultades técnicas y éticas que plantea la censura de informaciones en las zonas de discusión hacen que la audiencia reciba informaciones que no son compatibles con el mensaje que ustedes, su organización principal o sus fuentes de financiación desean transmitir. La utilización de voluntarios o

personal capacitado como facilitadores y/o el análisis de todos los textos o anuncios publicados antes de mostrarlos en el grupo de discusión son algunas de las formas de combatir las dificultades técnicas, pero, naturalmente, todas tienen consecuencias financieras, y repercutirán en la libertad y, por lo tanto, en el tipo de comunidad en línea que quieran ustedes crear. Antes de decidir que ustedes quieren tener una comunidad en línea, necesitan definir los valores que esperan que la comunidad mantenga, de qué forma los mantendrán ustedes, y si esos valores y normas serán apropiados para la audiencia que se hayan fijado como objetivo.

## Espacio Web para la prevención *características y estructuras*

### ∴ Posibles características en línea

Por lo tanto, ¿qué se puede hacer en línea? Los jóvenes que participaron en la preparación del presente opúsculo presentaron una lista de características del espacio Web que luego calificaron utilizando una escala de 1 a 5 (☹), siendo 5 lo más difícil de llevar a cabo. Las dificultades pueden ser un factor de costo, el tiempo, y/o los conocimientos especializados necesarios. Otros aspectos de la dificultad pueden deberse más al nivel de política gubernamental u organizativa. En particular, las preocupaciones jurídicas, las necesidades de confidencialidad y los conflictos acerca de la libertad de expresión encontrados cuando se trabaja con algunos de los componentes en línea interactivos aumentan las dificultades de su utilización.

### Características básicas (1-2) ☺☺\*

Estas características o servicios o informaciones pueden proporcionarlas ustedes sin dificultades en su espacio Web; las cuestiones financieras y técnicas son fáciles de resolver.

1. Información acerca de esa organización, sus logros y su labor en relación con la juventud
2. Información básica sobre drogas
3. Sugerencias acerca de la experiencia, con descripciones de la euforia provocada por las drogas (estar "high" o "colocado")
4. Información sobre los efectos del uso indebido de drogas: básicos, a largo y a corto plazo
5. Información jurídica general
6. Enlaces con organizaciones análogas
7. Ideas o imágenes de la audiencia fijada como objetivo

\*☺ Las cifras entre paréntesis indican el grado de dificultad de la aplicación.





8. Cláusulas de salvaguardia (denegación de responsabilidad)
9. Detalles sobre la forma de involucrar a jóvenes en ese proyecto
10. Puntos de contacto para los jóvenes que quieren participar en ese proyecto
11. Enlaces con programas para bajar otros programas y para proteger la pantalla (que uno puede añadir a los de su ordenador)
12. Enlace con programas musicales o de espectáculos y diversiones que se pueden seguir en ese espacio Web
13. Tablero de mensajes (lugar en el que los usuarios pueden transmitirse notas entre sí), que sólo consultan el personal o los voluntarios
14. Referencias y fuentes para las informaciones disponibles en el espacio Web
15. Puntos de contacto para encargar productos o material informativo

#### **Características de dificultad moderada (3-4)** ☹☹☹☹

Estas características o servicios o informaciones requieren algo más de planificación, investigación e inversión, y posiblemente incluso capacitación.

1. Información farmacológica detallada (se prefiere el contenido de ese espacio Web en vez de usar los enlaces con otros espacios Web)
2. Informes de primera mano provenientes de la audiencia fijada como objetivo (experiencias positivas, reuniones o bailes muy concurridos en los que se suele consumir drogas (“raves”), “bummers” (malas experiencias)...etc.
3. Informaciones recientes sobre eventos recreativos en la comunidad
4. Información sobre aptitudes esenciales (habilidad para desenvolverse en la vida cotidiana)
5. Imágenes cambiantes de la audiencia fijada como objetivo – en cambio constante
6. Sus propios programas para bajar programas o que tienen ustedes actualmente para proteger la pantalla
7. Calendario o agenda interactivos con la lista de eventos sociales/recreativos diversos
8. Preguntas formuladas frecuentemente (PFF)
9. Formularios para encargar en línea productos, material informativo, etc.
10. Listas postales (que hay que firmar para recibir información acerca de diversas actividades de los jóvenes por conducto del espacio Web)
11. Zonas de debate, que pueden ser de dos clases:
  - las que sólo puede consultar el personal
  - las que están a disposición de moderadores/facilitadores capacitados
12. Tableros de mensajes que pueden consultar moderadores/facilitadores capacitados




### Difíciles (5)

Estas características o servicios o informaciones requieren mucha más planificación, investigación e inversión; es mejor acometerlas una vez que han lanzado ustedes sin dificultades un espacio Web con menos facilidades y servicios.

1. Crear sus propios programas de música/diversiones o espectáculos para el espacio
2. Asesoramiento pericial en línea (hacer preguntas a un asesor y recibir sus respuestas)
3. Respuesta por correo electrónico ("e-mail") a preguntas de los usuarios.
4. Correo electrónico gratuito para los usuarios
5. Salas de charla: conversaciones en línea con diversos participantes (4 ó 5), posiblemente con personal que supervise las discusiones
6. Grupos de apoyo en línea o grupos que participan por pasatiempo ("hobby"), líderes inter pares (4 ó 5)
7. Juegos de memoria, pruebas de autoevaluación, o cualquier instrumento docente interactivo que hayan creado ustedes mismos
8. Cursos proporcionados a través de Internet en materia de aptitudes de iniciativa personal, aptitudes decisorias o de autoestima, etc.

### ¿Crear, copiar o enlazar?

Cuando reflexionen ustedes acerca de las diversas características que pueden utilizar, es importante tener en cuenta la forma en que se incorporarán a su espacio Web. Hay tres formas de añadir contenido y/o características a un espacio Web:

-  Crear la información ustedes mismos
-  Copiar lo que hacen otros espacios Web
-  Enlazar con otras fuentes de información

La ventaja de crear el contenido del propio espacio Web es que tendrán ustedes el control. Por eso siempre es preferible contar con información directa, cuando sea posible. La información puede reflejar exactamente los objetivos de esa organización y adaptarse a las necesidades del grupo o grupos que hayan fijado ustedes como objetivo. El hecho de tener ese control significa evidentemente que también tendrán ustedes obligaciones éticas, pero de eso se tratará detalladamente más adelante. La creación de su propio contenido puede ser costosa, tanto financieramente como en términos del tiempo dedicado por el personal a la cuestión. El control de calidad también plantea un problema. Es posible que no cuenten ustedes con el personal, los fondos o los conocimientos especializados necesarios para actualizar el contenido y para mantener su exactitud y su valor de actualidad.



La posibilidad de copiar de otros espacios Web puede ser una alternativa viable para el desarrollo del propio contenido. Hay algunos componentes interactivos que pueden resultar onerosos si hay que crearlos a partir de la nada, y que a menudo requieren mucho tiempo para conseguir que sigan siendo utilizables, para tener en cuenta la sensibilidad cultural, etc. Hoy en día ya existen en línea muchas de esas características que han demostrado su eficacia. Quizá requieran cierta programación para poder utilizarlas en su propio espacio Web, pero el costo siempre será inferior al de crearlas a partir de la nada. Si no cuentan ustedes con una organización que tenga medios de investigación en materia de conocimientos especificados, sería lógico, en caso de necesidad, incorporar hechos y figuras provenientes de otras fuentes.

Sea lo que fuere lo que ustedes copian, es importantísimo que revisen todo el material cuidadosamente para cerciorarse de su calidad y que verifiquen las normas del derecho de autor antes de colocar el contenido en su espacio Web. Son ustedes responsables de lo que figure en su espacio Web, aunque los errores de información provengan de otras fuentes. También es importante que comuniquen a sus usuarios de dónde proviene la información. En otra parte de la presente guía se examinan las técnicas de determinación de la calidad.

El enlace con otros espacios Web es lo que requiere el menor grado de aptitudes técnicas, además de soslayar todas las preocupaciones acerca de las normas en materia de derechos de autor. Para los que sólo dispongan de un presupuesto pequeño, el enlace es una buena manera de mejorar el contenido de ese espacio Web. El enlace también puede ser útil si una característica interactiva determinada no puede ser incorporada al espacio que han creado ustedes o si ustedes no pueden o no se les permite copiar el código programático. Ahora bien, el recurso al enlace disminuye el control sobre el contenido del propio espacio Web que tienen ustedes, y es causa de que los usuarios abandonen ese espacio Web y utilicen otro. Lo mejor es poseer el máximo posible de información en el propio espacio Web para conseguir que los usuarios no cambien de espacio. Conviene reiterar que es importante revisar cuidadosamente todos los enlaces para cerciorarse de que el contenido que los usuarios encuentran en el espacio Web cumple las normas de calidad que se han fijado ustedes mismos.

## **Tres tipos** *de espacio Web*

Sobre la base de nuestras conversaciones con los jóvenes, hemos establecido una tipología de los espacios Web para actividades de prevención. Esos espacios pueden incluir cualquier número de las características antes mencionadas. Las tres estructuras de espacio Web que se indican a

continuación tienen por finalidad darles a ustedes una idea de los diversos grados de complejidad que puede tener su espacio, así como de sus posibilidades para las actividades de comunicación. Como en el caso de la sección anterior, las características indicadas han sido seleccionadas y clasificadas según el grado de dificultad por nuestro equipo de jóvenes siendo 5 el grado más difícil).

### ❖ Espacios Web unidimensionales

En este tipo de espacios lo que hace predominantemente el usuario es aprender gracias al contenido del espacio Web y buscar formas de contactar con otros para obtener más información, recibir ayuda, o involucrarse más a fondo. Dicho con otras palabras, la corriente de comunicaciones es de sentido único. Un espacio Web unidimensional no suele incluir la capacidad de interacción en línea. Es un método fácil de obtener muchas informaciones acerca de quiénes son ustedes y de lo que están haciendo como organización o grupo juvenil.

Efectivamente, Internet puede ser un instrumento de publicidad para ese grupo. Para que resulte interesante o divertido, el mensaje que envíen ustedes a la audiencia que hayan fijado como objetivo de prevención puede combinarse con otras fuentes, que no tienen necesariamente que estar relacionadas con la droga, como, por ejemplo, la música y las diversiones o los espectáculos, los eventos locales, la cultura "pop", o puede centrarse en un tema específico o destinarse concretamente a un grupo de personas.

Por lo que se refiere al costo, los espacios Web unidimensionales pueden ser los más efectivos en función de lo que cuestan, pues requieren poca programación o no requieren ninguna. El contenido del espacio es la principal atracción para el usuario, así que los esfuerzos que desarrollen ustedes se centrarán en conseguir que haya un contenido de calidad, interés gráfico y fácil utilización. Los espacios Web unidimensionales ofrecen menos opciones que requieren confidencialidad y que dificultarían su establecimiento y mantenimiento. Desde el punto de vista de la prevención, sin embargo, los espacios Web unidimensionales pueden resultar algo limitados ya que, realmente, no entrañan comunicación con sus usuarios.

A continuación se dan algunas ideas acerca de lo que podría incluir un espacio Web unidimensional:

- ❖ Información básica acerca de esa organización, sus logros y la labor en relación con los jóvenes (1)
- ❖ Información básica sobre drogas (2). Tengan ustedes en cuenta el grupo que han fijado como objetivo y adaptan la información a sus características



- Asesoramiento acerca de la experiencia (2). Tengan en cuenta el grupo que han fijado como objetivo y cerciórense de que se analizan las experiencias obtenidas
- Información farmacológica detallada (3-4)
- Información jurídica general (1-2)
- Información sobre los efectos: básicos, a largo plazo y a corto plazo (2)
- Informes de primera mano (experiencias positivas y negativas, "raves", etc.) (3)
- Información reciente acerca de eventos recreativos en la comunidad (3)
- Información sobre aptitudes de adaptación a la vida (3)
- Enlaces con organizaciones análogas (1)
- Imágenes de la audiencia fijada como objetivo: cambia constantemente (3-4), o es permanente y estable (1-2)
- Cláusulas de salvaguardia (1)
- Preguntas formuladas frecuentemente (PFF) (4)
- Puntos de contacto para los jóvenes interesados en involucrarse en ese proyecto (1)
- Detalles sobre la forma de que los jóvenes puedan involucrarse en ese proyecto (1)
- Referencias y fuentes para la información que se ofrece a través del espacio Web (2)
- Bajada de otros programas y protección de la pantalla (si se han bajado de algún sitio, 1-2; si son de su propia creación, 3-4)
- Calendario/agenda, con listas de diversos eventos sociales/recreativos (3)
- Un enlace con música para escuchar mientras se halla uno en el espacio Web (si es un enlace, 1-2; si lo han creado ustedes mismos, 5)
- Formularios de pedido para productos, folletos informativos, solamente impresos (1), o interactivos (4-5)

Con un espacio Web de formato unidimensional, puede utilizarse Internet más como instrumento tradicional de comunicación, como folleto. Utilizado de esa manera, Internet puede ser un método eficaz para transmitir informaciones a poblaciones que puedan ser difíciles de alcanzar de otra manera, como, por ejemplo, las que pertenecen a comunidades marginadas o clandestinas. La información disponible en el espacio Web de ustedes puede ayudar a vincular posibles clientes no solamente con esa organización, sino también con diversas estructuras de apoyo comunitarias, disminuyendo la dificultad de acceso a los servicios y quizá también ayudándolas a adoptar medidas para la obtención de asistencia. Ese espacio Web puede proporcionar también una forma de comunicarse con jóvenes que quizá no estimen que tienen problemas de drogas, pero que están interesados en obtener información no crítica acerca de las drogas; es posible que ese grupo no desee ir a instalaciones locales de tratamiento para hacer preguntas, pero que esté dispuesto a obtener información de manera más discreta por conducto de ese espacio Web.

### ∴ **Espacios Web bidimensionales**

Los espacios Web bidimensionales involucran más a los usuarios en el proceso de intercambio de informaciones. En estos casos el espacio Web ofrece un diálogo entre los usuarios y el especialista o los especialistas de la prevención, así como un entorno de aprendizaje más activo que la simple lectura de material en una página. Se pueden establecer vínculos entre los jóvenes y los profesionales de la atención médica u otros interlocutores de la prevención dentro de la comunidad, como, por ejemplo, los educadores inter pares, los sectores normativos, la policía y los trabajadores sociales. Los diversos servicios en línea conectados con espacios Web bidimensionales pueden ayudar a establecer relaciones con esos jóvenes que no se sienten a gusto en una comunicación a faz descubierta para tratar de temas difíciles como, por ejemplo, el uso indebido de drogas. Este tipo de espacio Web ofrece la posibilidad de crear relaciones que a menudo son difíciles de conseguir por medios tradicionales.

La interactividad entre el usuario y los especialistas de la prevención, así como las posibilidades de reflexión propia de que se dispone gracias a la estructura bidimensional, transmiten información en un entorno estimulante. Ofrece oportunidades de valorarse a sí mismo, de reflexionar y de formularse preguntas en el entorno seguro del propio domicilio, del despacho o de un café, y de efectuar interrogatorios organizados como si fueran concursos de preguntas y respuestas que recaban la participación del usuario de forma discreta y divertida, y le animan a profundizar en sus creencias y en su conducta acerca del uso indebido de drogas. Los usuarios pueden probar y demostrar sus conocimientos, quizá compararlos con los de otros para ver si responden a la realidad, y/o crear para sí mismos programas de “capacitación” a fin de estar más al corriente de cuestiones relacionadas con la prevención y el uso indebido de drogas.

Los espacios Web bidimensionales pueden contener todas las características mencionadas al hablar del formato unidimensional, a las cuales se pueden añadir algunos de los elementos que se mencionan a continuación.

La forma en que cada uno de esos elementos se incorpore al espacio Web que han organizado ustedes, influye en su grado de dificultad. Cuanto más prefieran ustedes crear sus propias características interactivas, más conocimientos especializados, fondos y tiempo necesitarán. El contar con personal que pueda dedicar su tiempo a la cuestión es otra dificultad con que tropezarán ustedes a medida que aumente el carácter interactivo de su espacio Web. La confección de una lista postal (según lo frecuente y detallada que sea), requiere poco trabajo personal en comparación con el envío directo de informaciones por correo electrónico y el asesoramiento en línea.



Tengan ustedes también en cuenta que estas características más interactivas gravan las responsabilidades que ustedes o su organización tienen en calidad de productores del espacio Web. Antes de poner en marcha su espacio Web es preciso que dejen claramente establecidas las políticas en materia de confidencialidad, el código de conducta para los servicios de asesoramiento y otras normas estructuradas.

- Pruebas de autoevaluación: creadas por ustedes (5), copiadas de otros sitios Web; interactivas (5), no interactivas (2), como enlaces (1)
- Cursos basados en Internet, por ejemplo, juegos para adquirir aptitudes de adaptación a la vida como autoestima/adopción de decisiones/escucha/reflexión crítica: creadas por ustedes (5); copiadas de otros espacios Web: interactivas (5), no interactivas (2), como enlaces (1)
- Juegos de memoria: creados por ustedes (5), copiados de otros espacios Web o enlaces creados (1-2)
- Servicio gratuito de correo electrónico para los usuarios (4)
- Lista postal (2)
- Retroinformación por correo electrónico (4-5)
- Servicio de asesoramiento a base de preguntas/respuestas (4-5)
- Asesoramiento pericial en línea (5)

RECUERDEN que tienen que verificar sus fuentes en el caso de todas las características que han copiado o que han hecho objeto de enlace.

### •• **Espacios Web tridimensionales**

En este caso el usuario no solamente participa como receptor de la información sino también como fuente importante de conocimientos para los demás que estén en línea. Esto sucede a través de un diálogo y la interacción entre la audiencia fijada como objetivo en las salas de charla, los tableros o grupos de mensajes, y otros foros sociales en línea. Los espacios Web tridimensionales ofrecen posibilidades gracias a las cuales los jóvenes pueden discutir y compartir sus ideas con otros jóvenes. En los entornos en línea, los jóvenes pueden relacionarse también con cada uno de los demás jóvenes para discutir acerca de sus opiniones sobre la droga, explorar tipos de vida alternativos y prestarse apoyo en situaciones personales problemáticas. Al contactar unos con otros y al poder hablar de sus experiencias colectivas, los jóvenes participan en el proceso de intercambio de informaciones. Esto puede desembocar en la formación de comunidades que tengan intereses comunes y que ofrezcan lugares "seguros" para que los jóvenes puedan hablar acerca de temas que pueden ser delicados y difíciles de comprender. Esas comunidades en línea pueden ser también una causa del establecimiento de nuevos líderes inter pares para esa organización.

Los espacios Web tridimensionales pueden utilizarse para relacionarse más a fondo con poblaciones difíciles de alcanzar, y proporcionan una especie de

ventana desde la cual se pueden observar algunos de los grupos más periféricos o marginados dentro de los diversos sectores de la droga. Para los especialistas de la prevención, las comunidades en línea sirven como instrumentos con los cuales se pueden evaluar las actuales escenas de la droga y comprender los puntos de vista de los jóvenes, pues brindan la posibilidad de echar una ojeada momentánea a grupos o ambientes que son muy difíciles de alcanzar. Ahora bien, como ya se ha dicho, esto plantea cuestiones acerca de la censura. Por lo general, los grupos que más se resisten a la acción de los servicios de prevención son los que menos utilizarán probablemente un foro que pueda ser objeto de censura; o sea que si desean ustedes utilizar su espacio Web como instrumento para investigar un grupo determinado fijado como objetivo, tienen ustedes que permitir la libertad de expresión y discusión.

Además de las posibilidades que ofrecen los espacios Web unidimensionales y bidimensionales, los espacios Web tridimensionales tienen las siguientes características:

- Grupos de apoyo en línea o grupos que intervienen como pasatiempo ("hobby") con líderes inter pares (4-5)
- Tableros o sectores de mensajes (1/2)
  - Con personal capacitado como moderadores/facilitadores (3/4)
- Salas de charla (4-5)
- Foros de discusión (3-4)
- Zonas de apoyo en línea para moderadores/inter pares, con personal capacitado:
  - que revisan los mensajes en zonas o tableros, foros de discusión o salas de charla (1-2)
  - que modera las discusiones dentro de las diversas esferas o de los diversos sectores (3-4)

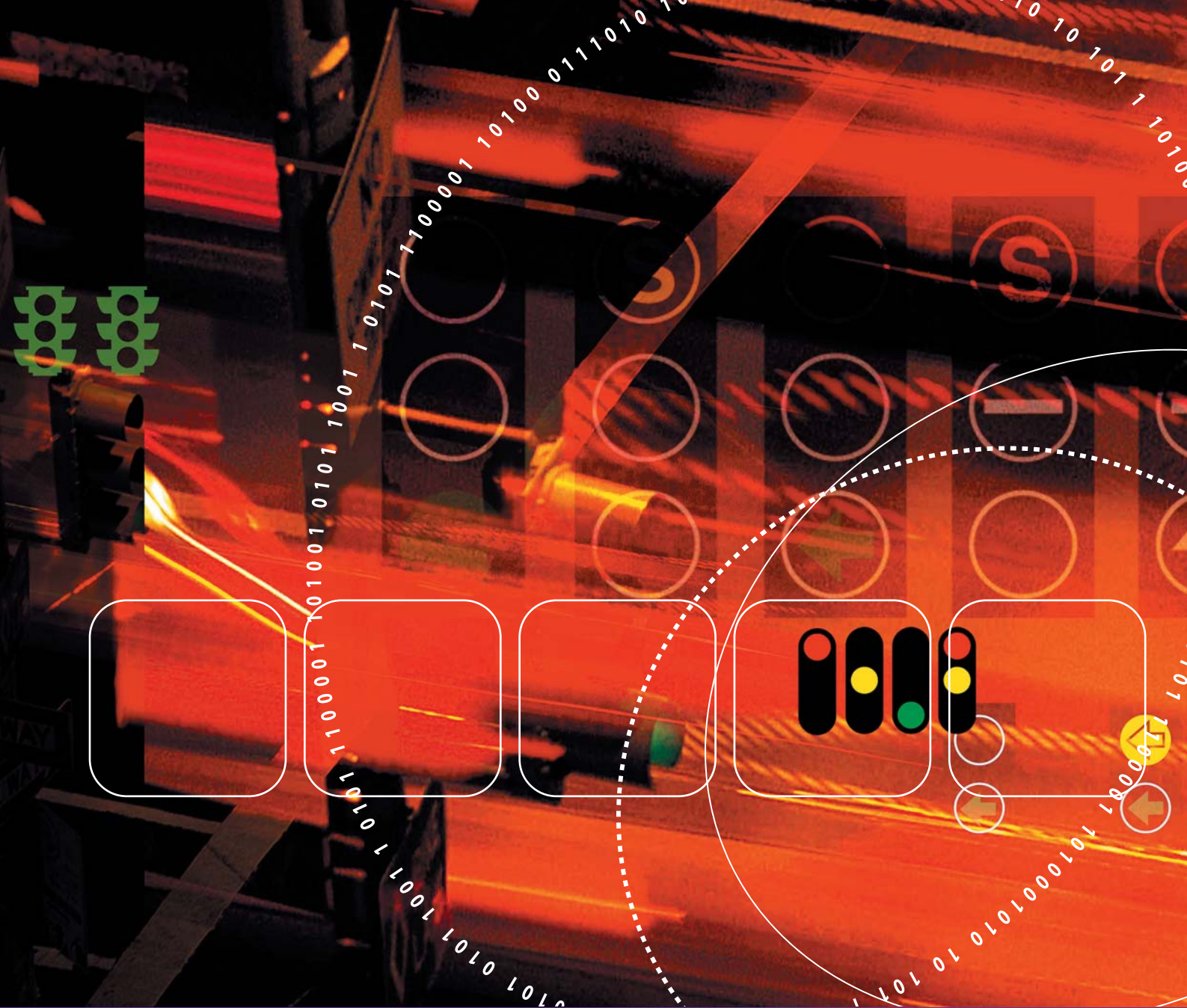
Hay espacios Web de prevención de todos los niveles de complejidad. Lo corriente es que, cuanto más interactivo sea un espacio Web con su usuario, más compleja será la estructura del espacio Web. Esto significa que los espacios Web sumamente interactivos son más difíciles de crear y de mantener que los espacios estáticos, más basados en la información; sin embargo, un mayor grado de dificultad no significa necesariamente que sea mejor – ¡tengan bien presente lo que se acaba de decir! Tienen ustedes que estructurar su espacio Web para atender las necesidades de su programa, su organización y los usuarios que supongan que van a utilizarlo. Por ejemplo, si lo que quieren es sencillamente utilizar un espacio Web para fines publicitarios, entonces bastará con un espacio Web unidimensional. Antes de decidir lo que desean incluir en su espacio Web, necesitan tener una idea clara de sus objetivos y de sus metas, así como de sus capacidades organizativas en materia de tiempo, fondos y personal.





### Lo que hay que incluir y por qué

- El espacio Web que creen ustedes a efectos de prevención no debe contener sugerencias positivas (sea formuladas por ustedes mismos, sea como parte integrante de las informaciones de primera mano que coloquen ustedes en su espacio Web) acerca de la utilización de sustancias, como, por ejemplo, “uno solo puede comprender el universo si ha experimentado con un alucinógeno”. Este tipo de expresiones es contrario al propósito general que tienen ustedes, que es prevenir el uso indebido de drogas, y podría anular todo su trabajo.
- Cerciórense de que han comprobado cuidadosamente sus enlaces, buscando mensajes que sean compatibles con los de ustedes.
- Tengan directrices acerca de la utilización de características interactivas. Por ejemplo, si tienen ustedes una sala de charla o un tablero de discusión, deberían elaborar normas para esas comunidades en línea. Debe haber a la vista de todos los usuarios una clara declaración de lo que no se aceptará como diálogo “apropiado”. Las normas de las discusiones en línea desempeñan un importante papel para lograr que sus comunidades en línea sean positivas y fortalecedoras. No olviden que les interesa que haya un buen ambiente.
- La política de confidencialidad de su espacio Web ha de ser expuesta con claridad. Por ejemplo, “la información derivada de las discusiones no se transmitirá a la policía, ni a los padres ni a ninguna posible autoridad, a no ser que alguien quiera perjudicarse a sí mismo”. Díganlo con claridad y sin circunloquios.
- Los usuarios tienen que darse cuenta de que no es posible garantizar la privacidad. Dentro de la ley o dentro de su organización puede haber situaciones en las que no es posible mantener la privacidad o la confidencialidad. Un ejemplo de lo antedicho sería cuando con ello se perjudicara gravemente uno mismo o perjudicara gravemente a otra persona. Averigüen acerca de sus autoridades locales los aspectos jurídicos que puedan influir en su espacio Web. Examinen también la política que van a seguir en sus operaciones en línea con las autoridades superiores de esa organización para evitar que se planteen problemas de responsabilidad y para que el personal competente sepa lo que tiene que hacer si se planteara una situación de ese tipo.



## ¡ORGANICEMOS UN ESPACIO WEB!

### Planificación

#### *::: ¿Qué quieren conseguir ustedes con su espacio Web?*

Es importante reflexionar acerca de su papel como creadores del espacio Web.... ¿pueden ustedes considerarse como los creadores de todo un mundo si lo desean! Algunas de las cuestiones de que tienen que ocuparse son las siguientes: qué grado de prevención desean conseguir; si quieren ustedes que Internet les ayude realmente en su labor de prevención, o si lo único que quieren es utilizar Internet para facilitar las actividades que desarrollan para otros objetivos secundarios. ¿Consisten sus objetivos en comunicarse con jóvenes en el grado primario, secundario y/o terciario de prevención? ¿Desean centrarse en una población concreta o una región/o un lugar o una cultura, o desean que su espacio Web se dirija a una audiencia más amplia? ¿Quieren proporcionar información, educar al grupo que hayan fijado como objetivo, trabajar en red con profesionales, o promover un servicio? Las posibilidades son innumerables. Un objetivo claro al principio de su proyecto Internet que identifique todas las formas en que su espacio Web reforzará su actual programación o se separará de ella le ayudará

a aliviar posibles problemas más adelante. (Si se desea más material pertinente sobre planificación de programas, véase “Guía para participar en programas de prevención del uso indebido de drogas entre jóvenes”, publicado por el proyecto Red Mundial de la Juventud, de la ONUDD, disponible en [http://www.unodc.org/youthnet/youthnet\\_action.html](http://www.unodc.org/youthnet/youthnet_action.html))

*Internet es una autopista de la información, una forma de expresar opiniones y de recibir información que luego puede utilizar uno como quiera. Internet es lo que uno quiere que sea. Jen*

### **∴ Incorporación del grupo que han fijado ustedes como objetivo al proceso de planificación**

Un grupo-objetivo, o los que deseen ustedes que sean los principales usuarios de su espacio Web, puede ser muy amplio o muy específico. También pueden tener ustedes más de un grupo fijado como objetivo, por ejemplo, un grupo-objetivo principal y otro secundario. Hay muchas maneras de definir un grupo fijado como objetivo. A continuación se indican algunas categorías que pueden ustedes utilizar para definir su grupo-objetivo:

- Edad
- Nivel de educación
- Género
- Etnia (música, idioma, religión, etc.)
- Modo de vida (actividades sociales, deportes, etc.)
- Tipo y grado de uso abusivo de drogas
- Pauta de uso (a título experimental, socialmente aceptado, arbitrario, adicción)
- Intereses

Una vez que hayan definido ustedes el grupo que hayan fijado como objetivo, necesitarán comprender lo que son y de qué forma utilizan Internet. ¿Se limitan a buscar información, o quieren estar en condiciones de poder comunicar con otros? Sea cual fuere la dimensión prevista de ese grupo-objetivo, recojan tantas informaciones como puedan acerca de ellos antes de empezar a crear el espacio Web. Cuanto mejor entiendan ustedes lo que es el grupo que han fijado como objetivo, más fácil les será organizar informaciones en su espacio Web a fin de atender sus necesidades. (Si se necesitan más detalles acerca de la forma de conseguir que las necesidades de la comunidad correspondan a sus propias necesidades colectivas, véanse las partes pertinentes de “Guía para participar en programas de prevención del uso indebido de drogas entre jóvenes” que ha publicado el proyecto Red Mundial de la Juventud de la ONUDD y que está disponible en [http://www.unodc.org/youthnet/youthnet\\_action.html](http://www.unodc.org/youthnet/youthnet_action.html))

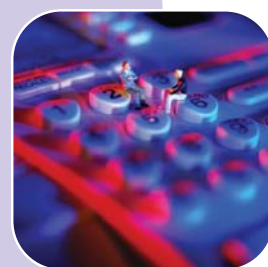
Hay muchas maneras de establecer contacto con su grupo-objetivo a fin de determinar sus necesidades en términos de prevención del uso indebido de drogas. Pueden recurrir ustedes a conversaciones o a grupos al principio de su proyecto, en reuniones con grupos de jóvenes ya estructurados. También pueden ser útiles las encuestas para determinar las necesidades de la comunidad fijada como objetivo. Consulten la información de que disponen ustedes dentro de su propia organización. ¿Qué actividades se han desarrollado en el pasado con el grupo que han fijado como objetivo? Por ejemplo, ¿se han llevado a cabo ya evaluaciones de las necesidades? También puede llevarse a cabo una investigación del mercado exterior, pero es posible que eso cueste más de lo que han presupuestado ustedes. Una buena manera de conseguir retroinformación adecuada consiste en incorporar miembros del grupo fijado como objetivo en el equipo que se ocupa del establecimiento del espacio Web de esa organización. A ustedes corresponde decidir cuál es el método que les conviene más, pero no está mal utilizar una diversidad de técnicas para asegurarse de que pueden entrar en contacto con la gama completa de miembros del grupo fijado como objetivo. Una vez establecido el contacto, manténganlo y eso les ayudará a orientar la evolución futura.

Si esperan ustedes fijarse como objetivo a grupos “de alto riesgo”, estudien todo lo antedicho desde el punto de vista de alguien que está casi marginado a causa de su uso indebido actual de drogas, o de la falta de acceso a Internet, o de la escasa frecuencia de utilización de Internet, o de su situación socioeconómica, etc. Consideren ustedes con realismo sus propias capacidades, así como las de la audiencia que se han fijado como objetivo.

Una vez que hayan identificado ustedes su grupo-objetivo y que estén más al corriente de sus necesidades y de sus deseos, tendrán que examinar de nuevo los objetivos que se habían fijado para su espacio Web. ¿Siguen siendo apropiados? ¿Atienden una necesidad genuina del grupo que han fijado como objetivo? Puede ser útil llevar a cabo un análisis de la situación respecto de la información recogida acerca del grupo fijado como objetivo en comparación con lo que está sucediendo realmente con las drogas en la comunidad de ustedes. Escuchen a los jóvenes del grupo fijado como objetivo para hacerse una idea de las necesidades que tienen y de los medios que podrían utilizarse para atender esas necesidades. Asegúrense siempre de que los objetivos seleccionados se pueden perseguir dentro del marco del mandato actual de esa organización.

### **❖ Su espacio Web y su organización: vinculando las actividades cuando estén y cuando no estén en línea**

Cuando fijen ustedes los objetivos de su proyecto es importante que tengan en cuenta a su organización, ya que su iniciativa Internet no podrá prosperar mucho sin el apoyo o el respaldo de su grupo principal. Cuando presenten



ustedes sus ideas acerca de un espacio Web no lo consideren como una actividad separada y aislada, sino como un instrumento que puede realzar el valor de las actividades en curso. Estudien las actividades en que está participando esa organización y reflexionen sobre la forma de que su espacio Web pueda realzar el valor de esos servicios ya establecidos. ¿Es posible crear un elemento de apoyo con su espacio Web? Este proceso de reflexión es importante porque puede ayudarles a identificar una necesidad genuina para su espacio Web tanto en el plano comunitario como en el plano organizativo.

Los recursos que son limitados, como, por ejemplo, el tiempo dedicado por el personal y los fondos, existen a menudo dentro del marco de organizaciones de salud pública, o sea que si se pueden poner en contacto de forma apropiada con servicios existentes, no solamente realzarán el producto que coloquen en línea sino que también asegurarán su longevidad. No solamente colaborarán ustedes con actividades ya establecidas, sino que aumentarán las necesidades organizativas de su espacio Web. Esto puede ser útil desde el punto de vista de la financiación, tanto inmediatamente como más adelante.

La comunicación con actividades del “mundo real” coadyuvará también a su propia motivación y su propio dinamismo personales. Muy a menudo los interesados organizan precipitadamente un espacio Web que no está verdaderamente conectado con el resto de sus actividades, y luego no tienen tiempo ni ganas de mantener lo que han creado. Puede decirse que fundamentalmente el espacio Web ha nacido muerto. Si el espacio Web está conectado con sus actividades fundamentales, entonces necesitarán ustedes mantenerlo y lo mantendrán.

A continuación se indican algunas formas de conectar su espacio Web a las actividades desarrolladas fuera de línea por esa organización:

- Utilicen el espacio Web para promover campañas de organización, para incorporar logos, mensajes de prevención y fechas y lugares de actividades en el espacio Web.
- Acojan a grupos de apoyo en línea para que coexistan con los grupos de apoyo que se reúnen en las instalaciones de esa organización.
- Vinculen cursos de capacitación para la prevención en línea con las sesiones de capacitación que estén llevando a cabo en el plano profesional o en el plano voluntario.

### •• **Preparen un presupuesto realista**

Es apropiado familiarizarse con el presupuesto de que disponen a fin de que sepan qué dimensiones y qué importancia puede tener el espacio Web que quieren crear. Piensen en el contenido que quisieran que tuviera su espacio Web y estudien lo que posiblemente costaría convertir documentos, etc., a un formato digital. ¿Quieren destacar ustedes la forma en que se presenta la

información, o sea más concentrada en los gráficos y en el diseño, o más concentrada en el contenido real de su espacio y en su nivel de interactividad? Sus posibilidades financieras pueden influir en este tipo de decisiones. Determinen cualquier posible limitación financiera que pueda existir para que su espacio Web no deje de funcionar a mitad de camino por falta de apoyo financiero. Piensen en la posibilidad de recurrir a un patrocinador, pero no se olviden de que eso podría limitar el tipo de informaciones que se pueden incluir en ese espacio Web. Una ventaja del copatrocinio, sin embargo, es que puede incrementar la credibilidad del espacio Web. Eso es algo que tendrán ustedes que investigar. Cuando preparen su presupuesto, no se olviden de incluir el mantenimiento y la comercialización del espacio Web.



Con un poco de imaginación comprobarán que hay muchísimas posibilidades que explorar. No tengan miedo de pecar de megalomanía pero procuren empezar modestamente, sobre todo si se trata de su primera experiencia con la prevención en línea. Anden primero, ya correrán después. Internet está destinado a cambiar -es un proceso que nunca acaba-, así que aprovéchenlo. Empezando modestamente podrán ustedes colocar material en línea más pronto y con menos inversión inicial. Entonces podrán comprobar ustedes que en cuanto tengan un espacio Web, obtendrán informaciones de otros y luego podrán continuar sobre la marcha. No se sorprendan si sus primeras ideas que consideran ustedes trascendentales cambian en cuanto tengan ya establecido el espacio Web. Surgirán nuevas oportunidades y lo que al principio eran ideas claras se tornarán confusas y/o parecerán innecesarias o necesitarán modificación. Conviene tener un plan claro al principio, pero no hay que olvidar que podrán adaptar ustedes sus objetivos a medida que el espacio cambia y recuerden que hay que dejar un margen de crecimiento..



(Si se desean más detalles sobre presupuestación y financiación, consúltese "Needs Assesment and Programme Planning: A hands on Training Module" (Evaluación de necesidades y planificación de programas: Un ensayo sobre módulos de capacitación), disponible en: [http://www.unodc.org/youthnet/youthnet\\_action.html](http://www.unodc.org/youthnet/youthnet_action.html)).



## Concretando los planes

### ∴ Formación de su equipo

Una vez que hayan identificado ustedes su grupo o grupos fijado como objetivo y la meta o metas para su espacio Web, les será preciso identificar a los que participarán en la producción del espacio. A continuación se indican algunos cargos que quizá deseen ustedes incluir en la estructura de su equipo:

una persona gestora de Web/de tecnologías de la información, un dibujante de gráficos, un redactor/editor, un administrador del proyecto o alguien que se ocupe de que todo funcione debidamente. Probablemente serán ustedes capaces de cubrir algunos de esos cargos con personas de su organización o con voluntarios, pero es posible que tengan que procurarse o contratar expertos del exterior.

Es importante comparar sus necesidades y deseos y sus requisitos organizativos con las capacidades del personal de que disponen y con las finanzas con que cuentan. Por ejemplo, si tienen la intención de utilizar su propio personal o voluntarios para crear su espacio Web, esto significa que disponen ustedes de personal y voluntarios con los conocimientos especializados necesarios. La utilización de su propio personal y de voluntarios será generalmente menos onerosa y les dará a ustedes más control sobre el diseño del espacio Web. Ahora bien, su personal y sus voluntarios quizá no posean los conocimientos especializados que necesitan ustedes o tengan otros compromisos que pueden aumentar el tiempo necesario para completar el proyecto. Si contratan ustedes a una agencia del exterior o a un diseñador de espacios Web de libre dedicación podrán seleccionar ustedes los conocimientos especializados que necesitan y fijar los plazos que deseen, pero generalmente eso les costará más. Estableciendo un equilibrio al principio del proyecto entre la cantidad de control que desean tener y los conocimientos especializados y las finanzas disponibles en la propia organización ayudarán a disminuir las posibilidades de conflicto durante el proceso de producción.

Incluyendo a jóvenes del grupo fijado como objetivo en su equipo del espacio Web ayudará a conseguir que el espacio Web sea adecuado y que pueda alcanzar a dicho grupo. Esos jóvenes pueden conseguir que presenten ustedes informaciones en los términos adecuados, utilizando gráficos atractivos y el tono apropiado. La utilización de un idioma y diseños apropiados y pertinentes no solamente atraerá a los usuarios sino que también mantendrá su interés y promoverá más su utilización. Incluyendo en el equipo a jóvenes del grupo fijado como objetivo también se impulsará un sentimiento de propiedad entre los jóvenes que incrementará la credibilidad del espacio Web, contribuyendo a que sea sostenible. Esos jóvenes también pueden ayudar en diversas esferas de labor del espacio Web, al margen de su desarrollo, como la evaluación y la comercialización. Por ejemplo, los jóvenes pueden constituir un sistema de publicidad gracias a la comunicación oral entre ellos.

Entre las tácticas apropiadas para involucrar a los jóvenes cabe citar las siguientes:

- Hay que darles algunos incentivos o recompensas inmediatos para que participen. Ofreciendo algo de comer en las reuniones puede ser una buena forma de convencer a los jóvenes para que asistan, y un incentivo para que trabajen.

- Ofrézcanles cursos gratuitos de formación profesional para participantes, como, por ejemplo, cursos de pinchadiscos (disc jockeys), grafismo informático y otras aptitudes relacionadas con las tecnologías de la información. Los cursos que ofrezcan deben seleccionarse sobre la base de su pertinencia e interés para el grupo que hayan fijado como objetivo.
- Organicen concursos artísticos para crear imágenes para su espacio Web y/o concursos de redacción para obtener artículos de interés.
- Utilicen a líderes inter pares para ayudar a generar interés en el proyecto en escuelas, centros juveniles y otros lugares a los que suele asistir su grupo fijado como objetivo.
- Los jóvenes pueden crear grupos de debate con otros jóvenes del grupo que han fijado como objetivo para identificar metas para el espacio Web y para determinar las necesidades de la comunidad fijada como objetivo.
- Aprovechen las relaciones anteriormente establecidas como consecuencias de otras actividades y otros esfuerzos.

### •• Preocupaciones éticas

Al principio de la labor es importante que establezcan o definan ustedes principios que luego orientarán la labor del espacio Web. Esos principios o valores deben indicarse con toda claridad. Los que utilicen su espacio Web deben estar al corriente de las opiniones de esa organización acerca de la droga, el uso indebido de drogas, las políticas de reducción del perjuicio, y las actividades de prevención entre jóvenes.

Mientras crean ese espacio Web, manténganse al corriente de los efectos que ejercen ustedes en el grupo fijado como objetivo. Deben ocuparse de las informaciones con sentido de responsabilidad, y con un alto grado de rendición de cuentas. El contenido del espacio debe caracterizarse por su exactitud; la fiabilidad de las informaciones debe comprobarse consultando a sus respectivas fuentes. Todos los aspectos de su espacio Web, especialmente los interactivos, deben caracterizarse por el anonimato y la protección de la confidencialidad. Las fotografías deben utilizarse con autorización de los interesados, o estar ligeramente borrosas para que no se reconozca a los interesados. Debe comunicarse a los usuarios lo que se puede hacer con cualquier información que añadan al espacio Web, por ejemplo, mediante grupos de debates o sistemas de registro. No está de más añadir una cláusula de salvaguardia a ese espacio Web para protegerles a ustedes, a su organización y a sus usuarios. Las cuestiones relativas a los derechos de autor deben exponerse claramente. Por ejemplo: "El material expuesto en este tablero puede/no puede ser utilizado para publicaciones/investigaciones sin el permiso de la organización/de los miembros". Una fórmula de este tipo es directa y va al grano.

Como el tema fundacional del espacio Web es bastante delicado, especialmente en algunos ambientes políticos, asegúrense de que están al corriente de los aspectos éticos relacionados con la información y los artículos que deseen





ustedes facilitar en línea. Por ejemplo, ¿están ustedes dispuestos a ayudar a alguien aunque tengan que romper el anonimato para hacerlo? ¿Cómo se van a ocupar de temas posiblemente difíciles de tratar, como los mensajes a favor de las drogas que aparecen en algunas esferas de debate? Esas cuestiones y otras muchas han de quedar resueltas antes de iniciar la operación en línea. Las directrices que preparen ustedes deben ser claras para todos los usuarios de su espacio Web.

Ahora bien, dicho lo que antecede, cuando creen por vez primera un espacio Web no podrán estar al corriente de todas las normas y directrices que necesitan conocer. Por ejemplo, aunque puedan ustedes prever el tipo de discusión que los usuarios sostendrán en su espacio Web, no podrán saber ustedes con exactitud lo que van a discutir sus usuarios mientras su espacio Web no sea operacional. Después de elaborar un juego de principios rectores, examínenlos tan pronto como hayan establecido el espacio Web. A la larga puede resultar beneficioso que hayan estudiado todos los posibles tropiezos con que pueden enfrentarse, aunque irán surgiendo nuevas situaciones a medida que pasa el tiempo por su espacio Web. Algunas reglas fundamentales que se encuentran comúnmente en las esferas de debate desautorizan toda forma de comentario sexista o racista. Una esfera que requerirá cuidadosa concentración como espacio Web para la prevención, es el grado hasta el cual permitirán ustedes que los jóvenes hablen de drogas desde un punto de vista favorable a las drogas.

“¡Es complicado!”, convino nuestro equipo de jóvenes.

## **Construcción** *del espacio Web*

### **∴ Cuestiones técnicas**

Hay muchísimos recursos disponibles en línea para los que no son eruditos en tecnología. Esos recursos serán de especial utilidad si tienen ustedes la intención de iniciar la construcción del espacio. En el índice de la presente Guía se ofrece una lista de algunos de esos espacios Web. Los programas informáticos necesarios para ayudarles a construir su espacio Web son fáciles de obtener, algunos de ellos se pueden obtener gratuitamente, pero en todos los casos tendrán ustedes que llevar a cabo algunas investigaciones. Para encontrar los programas adecuados para ustedes tendrán que utilizar un procedimiento empírico, un sistema de tanteo.

Otro factor que ustedes necesitarán obtener es un Proveedor de Servicios de Internet (ISP), que es donde se acogerá al espacio Web y se le vinculará con Internet. A este concepto se le puede denominar también “anfitrión del

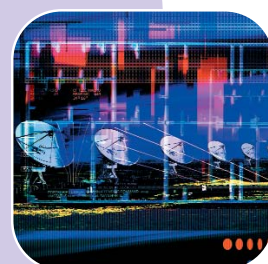
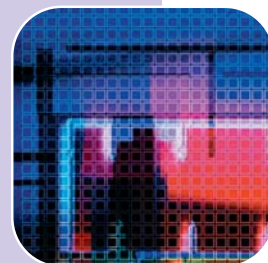
espacio Web". Si esa organización posee ya un espacio Web, entonces no necesitan ustedes nada más. Si esa organización usa el correo electrónico, podrán comprobar ustedes que hacer de anfitriones de un pequeño espacio Web está incluido en el servicio o disponible mediante el pago de una suma adicional. De lo contrario, tendrán ustedes que buscar ese servicio. Pueden utilizar ustedes la lista de recursos que figura en el índice de la presente Guía y/o preguntar a las organizaciones de esa comunidad quién hace de anfitrión de su espacio Web. No se olviden de preguntarlas si están contentas con su ISP; muchos ISP son anfitriones de espacios Web mediante el pago de una cantidad mensual o anual.

### **❖ Creando un nombre de dominio (dirección Web) para su espacio**

Tienen que pensar ustedes en la creación de un nombre de dominio para su espacio Web. Un nombre de dominio es el único nombre que se dará a su espacio Web. Por ejemplo, [unodc.org/youthnet](http://unodc.org/youthnet) es el nombre de dominio exclusivo de la Red Mundial de la Juventud, en la Oficina contra la Droga y el Delito, de las Naciones Unidas. Encontrar un nombre que no se haya utilizado ya puede requerir cierto esfuerzo de imaginación por parte de ustedes. Lo mejor es preparar una lista de posibilidades, proceso en el que pueden ustedes involucrar a jóvenes del grupo fijado como objetivo.

Los nombres de dominio se adquieren. Pueden adquirirlos ustedes a través de su proveedor de servicios de Internet (ISP) o utilizando un registrador adecuado. La lista de recursos que figura al final de la presente Guía les ofrece información sobre la forma de localizar a un registrador en su país. Tendrán ustedes que consultar en su propio país acerca de las normas y de los estándares para el registro de su nombre de dominio, pues pueden variar. Un nombre de dominio puede ayudarles a ustedes a encontrar y mantener su grupo de usuarios del espacio Web. Es mejor que el nombre sea corto, que guarde relación con el proyecto, y que sea fácil de pronunciar. Si sus usuarios se esforzaran por adivinar cuál es su nombre de dominio, ¿qué nombre escogerían? Es de suponer que deseen ustedes que sus usuarios puedan encontrarlo fácilmente.

Otra ventaja si tienen ustedes su propio nombre de dominio es que su proveedor de servicios de Internet (ISP) puede crear direcciones de correo electrónico personalizadas para ustedes. Por ejemplo, en [www.cyberisle.org](http://www.cyberisle.org) pueden comunicar ustedes por correo electrónico con el ISP en [ponganaquisunombre@cyberisle.org](mailto:ponganaquisunombre@cyberisle.org).

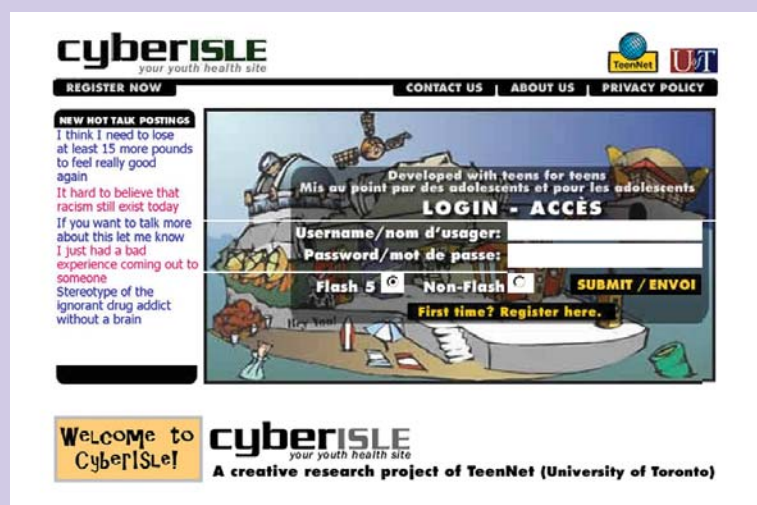


## ❖ Diseño

La creación del aspecto y la imagen de su espacio Web puede ser muy divertida. Como parte del diseño de su espacio Web, necesitarán ustedes seleccionar un aspecto general, determinar la disposición del contenido y pronunciarse por un sistema de navegación. El sistema de navegación es importantísimo porque es la forma de que sus usuarios puedan desplazarse en torno al espacio Web de ustedes y encontrar un contenido interesante. Ustedes quieren que su sistema de navegación sea claro y fácil de utilizar. La entrada y salida en su espacio Web deben ser rápidas e intuitivas.

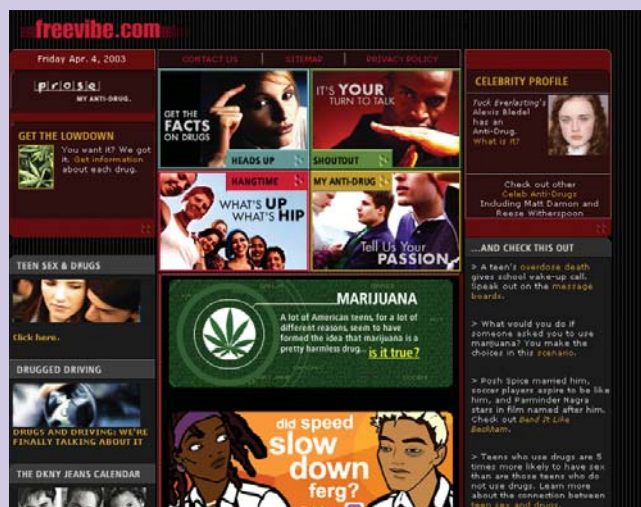
Para conseguir algunas ideas para el diseño de su espacio Web, fíjense en lo que está sucediendo actualmente en línea. No tienen por qué molestarse si comprueban lo que hacen sus competidores y qué mensajes están enviando a los jóvenes y de qué forma se retransmiten esos mensajes. También pueden contactar ustedes con otros espacios Web de prevención para ver cuáles son los elementos interactivos que trabajan bien con qué grupos fijados como objetivo. Esto no solo puede ahorrarles tiempo sino también recursos financieros.

Para hacerse una idea visual de sus planes confeccionen con pluma y papel una maqueta de su espacio Web y de sus diversas páginas. Esto les ayudará a determinar las posibles deficiencias y puntos débiles. Disponiendo su espacio Web como aparecerá en línea podrán determinar de qué forma debe articularse su contenido. Con todo esto podrán elaborar ustedes el sistema de navegación de su espacio Web. Vean de nuevo lo que hace “la competencia” y lo que les funciona bien (o no les funciona). Seguramente eso les dará algunas nuevas ideas que vale la pena ensayar.



Los gráficos son elementos importantes del espacio Web que hayan preparado y probablemente serán la primera cosa con la que se pongan en contacto sus usuarios. No olviden que conviene que sean interesantes e incluso divertidos. Las imágenes relacionadas con la droga son interesantes para los jóvenes, así como las imágenes que guardan relación con la cultura de la juventud, pero tengan cuidado con las imágenes que usan. Una cosa es mostrar el aspecto de una droga, y otra cosa es mostrar a personas que la están consumiendo. Para bajar un espacio Web con muchas imágenes y/o con imágenes muy grandes se necesita bastante tiempo, y es posible que sus usuarios no tengan la paciencia requerida. Las secuencias de imágenes con sonido en un espacio Web son una buena manera de atraer a los internautas, pero pueden resultar perjudiciales si no corresponden al uso general a que se destina el espacio. También puede ser de utilidad el preparar dos o tres versiones de su espacio Web para audiencias con diferentes conocimientos técnicos; por ejemplo, pueden preparar una versión con texto únicamente, una versión sin marcos, y una versión "flash" o html.

Los logotipos son una forma excelente de expresar la imagen del grupo que ha preparado el espacio Web, así como fácil de recordarlo. Los logotipos deben ser sencillos, y no hay que esforzarse por expresar demasiadas ideas de una sola vez. Si el logotipo no incluye ninguna palabra, utilicen el nombre de la organización con el logotipo para asegurarse de que sus usuarios saben de quién se trata. Otra idea que vale la pena explorar es tener una mascota. Una mascota puede ser muy atractiva para los grupos-objetivo más jóvenes. Lo importante es cerciorarse de que el logotipo o la mascota reflejan las actividades que están desarrollando ustedes.



### ❖ **Más comentarios sobre el formato**

La sencillez de movimientos es esencial para la utilidad de un espacio Web. Debe ser fácil navegar para alcanzarlo y consultarlo y para que lo comprenda el grupo fijado como objetivo. A continuación se indican algunos aspectos importantes que conviene tener en cuenta, junto con ideas sobre la forma de ponerlos en práctica:

- ❖ **Utilicen una barra de navegación**  
La barra debe verse claramente en cada página, y debe emplear palabras/imágenes clave que correspondan al espacio Web
- ❖ **Incluyan un índice para cada una de las diferentes subsecciones**  
Como "imagen emergente" que se presente al pulsar las palabras clave de navegación
- ❖ **Empleen una presentación uniforme para todas las páginas**  
Facies ("Type faces") análogas, género artístico y gráficos que se correspondan entre sí, colores uniformes en todas las páginas
- ❖ **Indiquen a los usuarios en qué lugar del espacio Web se hallan en un momento dado**  
Utilicen colores específicos para las páginas o temas, incorporen en la barra de navegación la posibilidad de que el usuario pueda seguir sus propios desplazamientos a través del espacio Web
- ❖ **Ofrezcan desde el principio al usuario la posibilidad de saber de qué opciones dispone en el espacio Web**  
Expónganse claramente esas opciones por conducto de la barra de navegación
- ❖ **Inclúyase al pie de cada página, o en varios lugares del texto si es muy largo, un enlace para volver al principio del texto**
- ❖ **Inclúyase en todas las páginas un enlace para volver a la página inicial del espacio Web**  
Utilicen en todas las partes una imagen o un texto similares, para que sean fáciles de encontrar

### Consejos para tener éxito

*Organicen un espacio Web sencillo y conciso, ordenen su contenido, sepan a qué audiencia se dirige, consigan que sea fácil de utilizar, interactivo y que interese visualmente, que ofrezca incentivos para que el usuario vuelva a consultarlo, que sea oportuno, pertinente, accesible y compatible*

### Elementos fundamentales para tener en cuenta

*Utilicen elementos gráficos lógicos, repitan las características fundamentales, tengan en cuenta la conveniencia de la accesibilidad, utilicen los colores acertadamente, creen sensación de equilibrio, velen por que la corriente de información sea fluida, y pregúntense en todo momento: ¿interesará lo que voy a hacer al grupo o grupos que hemos fijado como objetivo?*

Desde el principio tengan en cuenta las posibilidades de expansión. No diseñen o creen un espacio Web que después no puedan ampliar, por ejemplo, ampliando nuevas secciones o nuevos temas. No gasten tampoco tanto dinero en el diseño de su espacio Web que luego no puedan actualizar su aspecto dentro de un par de años. La utilización de informaciones con valor de actualidad y un aspecto nuevo seguirán atrayendo usuarios a ese espacio Web. Si no tienen fondos suficientes para cambiar el aspecto de todo el espacio Web, estudien la posibilidad de cambiar el aspecto de determinadas partes del espacio. En cuanto pongan en línea su espacio Web verán cuáles son las páginas que más conviene cambiar.



### ❖ Breve lista recapitulativa de la calidad del diseño

- |   |       |
|---|-------|
| ❖ Puedo determinar fácilmente quién es el propietario                             | Sí/No |
| ❖ Puedo establecer contacto con el propietario del espacio Web                    | Sí/No |
| ❖ Tengo acceso a todo el espacio Web sin cometer errores                          | Sí/No |
| ❖ El espacio Web tiene un aspecto lógico, un “estilo casero”                      | Sí/No |
| ❖ Puedo encontrar fácilmente lo que busco en el espacio Web                       | Sí/No |
| ❖ Los gráficos y las imágenes son útiles  | Sí/No |
| ❖ El espacio Web se deja “bajar” rápidamente                                      | Sí/No |
| ❖ En todo momento puedo saber sin problemas en qué lugar del espacio Web me hallo | Sí/No |



## Información

### Contenido

#### ❖ ¿Dónde buscarla?

Puede obtenerse información de muchas y muy diversas fuentes, puntos de vista y métodos de expresión. Por lo que se refiere a las metas de ese grupo u organización, procuren obtener un contenido que les permita expresarse de forma diferente que la multitud de espacios Web utilizados para la prevención. ¿Creen ustedes que hay informaciones que en la actualidad es difícil encontrar en línea en esa comunidad? Eso sería una buena oportunidad para iniciar sus actividades y crear una necesidad instantánea de sus servicios en línea.

A continuación se indican algunas fuentes en que se puede buscar y encontrar contenido:

- ❖ Otros espacios Web, especialmente los que pertenecen a otras organizaciones relacionadas con las drogas

- Libros, revistas académicas y otro material publicado
- Personas de su propia organización, profesionales de la prevención, investigadores
- Revistas, periódicos, artículos de actualidad de interés para los jóvenes
- Jóvenes, personas inter pares, miembros de la escena de la droga
- Voluntarios jóvenes, personas que trabajan con jóvenes
- Policías, miembros del sistema de justicia
- Funcionarios del Gobierno
- Personal sanitario, médicos, trabajadores sociales
- Otros tableros o boletines de espacios Web
- Otras PFF (preguntas formuladas frecuentemente) de espacios Web
- Organizaciones comerciales

### •• **Contenido proveniente de sus usuarios**

Una de las mejores maneras de conseguir que ese espacio Web se relacione con el grupo fijado como objetivo consiste en incorporar informaciones y contenido que provengan directamente de ellos. Los usuarios pueden aportar material gráfico, comentarios y/o relatos acerca de sus propias experiencias que probablemente tendrán más resonancia en la audiencia que se han fijado ustedes como objetivo que una descripción de segunda mano. Una de las hipótesis de la labor inter pares es que los jóvenes probablemente creen más lo que dicen otros jóvenes. No dejen de utilizar esa hipótesis para beneficio de su propio espacio Web.

*Una red electrónica mundial permite compartir y comunicar toda clase de informaciones. Bart*

Otra forma de involucrar a los usuarios es mediante la utilización de algunas de las características interactivas, como, por ejemplo, las esferas de debate y los tableros de mensaje. En este caso sus usuarios pueden añadir eficazmente contenido a ese espacio Web sobre una base continua. Nuevos anuncios y debates acalorados pueden ser sumamente eficaces para mantener la fidelidad de los usuarios y para promover su regreso al espacio Web, pero ¿qué van a hacer ustedes si un debate se traduce en informaciones erróneas o si hay que resolver discrepancias con el punto de vista o los objetivos del espacio Web que han organizado ustedes, antes de exponer las páginas de que

se trate? Una táctica que permite evitar anuncios superfluos consiste en capacitar a los líderes inter pares y a los jóvenes del grupo que han fijado como objetivo para que se ocupen de las informaciones falsas o engañosas y ayuden a facilitar los debates. El lanzamiento de una esfera de debate, que a lo mejor se convierte en la parte central de las actividades de prevención en línea, también entraña obligaciones adicionales, y requiere una mejor planificación a largo plazo que otros elementos interactivos.

### **∴ Dirigiéndose a una audiencia más amplia**

La información que coloquen ustedes en su espacio Web no tiene por qué tratar únicamente de drogas y de jóvenes: la incorporación de informaciones para padres, profesores y otros miembros de esa comunidad también puede resultar beneficiosa, pues posiblemente ayude a tender puentes entre grupos sociales. Las informaciones acerca de conciertos, acontecimientos, eventos sociales y otros temas de interés para la juventud pueden incrementar el tiempo que los usuarios dedican a ese espacio Web. Esto, a su vez, aumenta las posibilidades de que esos usuarios se interesen por el contenido relativo a la prevención y comuniquen la localización del espacio a sus amigos o a otros jóvenes. Si la diferencia de idioma no es un problema, también pueden tratar ustedes de comunicar a la juventud de su zona o región con jóvenes y eventos juveniles de todo el mundo, para tener así una imagen más universal.

### **∴ Algunas indicaciones para escribir en la red**

Recuerden que la lectura de un espacio Web no es como la lectura de algo impreso; un libro o un folleto, por ejemplo. Los ojos se cansan y la paciencia no es inagotable. Subdividan los documentos grandes, procurando que cada parte sea corta y vaya al grano. Los cuños (bullet points) son útiles para poner algo de relieve. Imaginen que sus usuarios están “escaneando” la información. ¿Cuáles son los puntos principales que quisieran ustedes comunicarles? Esos deben ser para ustedes las palabras clave o los puntos focales. Los títulos cortos son más fáciles de captar para el usuario mientras esté en ese espacio Web, y le recordarán mejor la información cuando haya salido de él. Esfuércense por que la información sea de fácil acceso para los usuarios si quieren formular preguntas o desean más detalles. Eso dará también más credibilidad al espacio Web.

### **∴ Examinen detalladamente todo el contenido**

Es importante que no olviden que todas las informaciones no son buenas informaciones. Examinen cuidadosamente el contenido antes de publicarlo en su espacio Web. Todas las informaciones que se publiquen en su espacio Web deben haber sido evaluadas por miembros de ese equipo.





La utilización de una lista recapitulativa para evaluar documentos y otros espacios Web que están pensando ustedes incorporar al suyo, puede ayudarles a cerciorarse de que la información utilizada corresponde a las finalidades de su espacio Web y a la calidad de su contenido. Cuando estén estudiando la posibilidad de incorporar nuevo material informativo a su sitio Web, puede serles útil la creación de un formato sistemático para el examen de la información. Si parte del contenido queda rechazado, conserve los resultados de la evaluación por si más tarde hay que utilizar ese contenido o, por lo menos, para saber lo que ya se ha examinado. Eso no parece tan importante al principio, cuando el espacio Web es pequeño, pero a medida que el espacio crece, la conservación de notas sobre posible contenido para el espacio Web es útil, ahorra tiempo y puede ayudar a crear una valiosa lista de personas de contacto.

A continuación figura una lista recapitulativa básica de algunos detalles que conviene tener en cuenta al evaluar el contenido (enlaces y documentos) para su espacio Web:

- Autor
- Finalidad del espacio/de la información
- Ámbito del espacio/de la información
- Contenido
- Presentación
- Recomendación
- ¿Por qué se utilizó o no se utilizó?

Utilicen su lista recapitulativa teniendo en cuenta lo siguiente: examinen la fuente. ¿Está próxima a ustedes la fuente? ¿Está dentro de su equipo, proviene de una organización exterior, proviene de los medios informativos locales, o proviene de alguien de la comunidad? ¿Qué fiabilidad tiene la fuente? ¿Cómo se compara la información con otras informaciones sobre el mismo tema? ¿Cuándo se escribió la información? ¿Tiene valor de actualidad y es oportuna? ¿Está respaldada por datos cualitativos o cuantitativos? ¿Corresponden su estilo y su lenguaje a los de las demás páginas del espacio Web? Cuanto más próxima a ustedes esté la fuente, más posibilidades tendrán de conseguir que sea fiable, pues les será más fácil obtener respuestas a sus preguntas. Ahora bien, no podemos ser expertos en todas las cosas: utilicen los recursos de su comunidad y obtengan opiniones profesionales. Todas esas cosas requieren mucha reflexión, pero al final les ahorrarán tiempo y dinero a ustedes cuando editen el espacio Web.

## Esforzándose por que haya calidad

Cuando comprueben su espacio Web tengan en cuenta las cuestiones que se indican a continuación, para cerciorarse de que los materiales utilizados y su presentación corresponden a las normas y criterios que se han fijado ustedes:

- ¿Es útil la información que se ofrece en el espacio Web?
- ¿Es fácil comprender la información?
- ¿Queda claro cuál es la finalidad del espacio Web?
- La información, ¿parece ser exacta y fidedigna?
- ¿La redacción de la información es obra de personas aptas?
- ¿Puedo determinar sus aptitudes?
- El espacio Web, ¿ofrece vínculos útiles con otros espacios de buena calidad?
- ¿Los procesos y procedimientos de confidencialidad del espacio Web están claramente determinados?

Es evidente que ustedes o el administrador del espacio Web se plantearán una y otra vez estas preguntas mientras examinan su labor, pero también es importante consultar con otros interesados directos. Por ejemplo, probablemente obtendrán ustedes comentarios de las organizaciones que hayan aportado una ayuda financiera para el espacio Web, pero también deben procurar conocer las reacciones de los oficiales gubernamentales si necesitan trabajar con ellos a algún nivel. Recabar opiniones profesionales dentro y fuera de la esfera de prevención también les ayudará a obtener una perspectiva diferente.

Los oficiales gubernamentales y el personal profesional a veces carecen de tiempo, lo que dificulta la obtención de informaciones provenientes de ellos, o sea que necesitarán confeccionar ustedes algunos planes preparatorios. Las indagaciones de última hora quizá no den muchos resultados. También tienen que tener cuidado ustedes con la fiabilidad de la persona de quien recaban la información. ¿Es digna de fiar? ¿Comparte la doctrina que tienen ustedes? Antes de publicar el resultado de sus exámenes busquen profesionales fidedignos que compartan los puntos de vista de ustedes. Ahora bien, aunque no estén ustedes de acuerdo con la opinión que reciben de ellos, es posible que estimen ustedes que ellos pueden ofrecerles puntos de vista alternativos que ofrecerán una perspectiva más equilibrada a sus usuarios. Las preguntas que se pueden hacer a los profesionales incluyen las siguientes:

- ¿Es exacta y verificable la información?
- ¿Respalda la información el mensaje principal del espacio Web?
- ¿Ofrece una imagen completa o es una imagen parcial?



- ¿Qué prevén que serán las reacciones o los efectos de la información?
- ¿El espacio Web es apropiado para la edad del grupo que se han fijado como objetivo?

Huelga decir que es importantísimo que obtengan ustedes informaciones acerca de la labor que están desarrollando, provenientes del grupo que han fijado como objetivo. El tipo de comentarios que pueden recibir ustedes de ellos incluye los siguientes:

- ¿Está clara la finalidad del espacio Web?
- ¿La información tiene aspecto de ser fiable y exacta?
- ¿Tiene sentido la información?
- ¿Qué clase de repercusiones tiene la información?
- ¿Expone claramente el espacio Web de dónde proviene su contenido?
- ¿Proporciona el espacio Web la información que se espera del usuario?
- ¿Son útiles los enlaces?
- ¿Respalda el espacio Web las necesidades sanitarias de los usuarios?
- ¿Trata el espacio Web con respeto a los usuarios (sin pedantear sin sermonear)?
- ¿Ofrece opciones el espacio Web en vez de decir lo que hay que hacer?
- ¿Proporciona el espacio Web “instrumentos” para ayudar a adoptar decisiones?
- ¿El hecho de utilizar el espacio Web le anima a uno a pensar en sus propios valores y creencias?
- ¿El espacio Web le ayuda a uno a adoptar sus propias decisiones y a elegir lo que quiere hacer?
- ¿El espacio Web le ofrece a uno la posibilidad de comunicarse con otros adolescentes?

Es evidente que todas las cuestiones antedichas han de ser formuladas según la audiencia que se han fijado ustedes como objetivo y que hay que plantearlas siguiendo las técnicas apropiadas; por ejemplo, en el caso de las audiencias más jóvenes fijadas como objetivo quizá prefieran ustedes hacer entrevistas personales. Las anteriores listas recapitulativas se han adaptado del formulario de evaluación de espacios Web del Proyecto de Investigación TeenNet ([www.teennetproject.org](http://www.teennetproject.org)).

### ••• **Dotando de calidad a su espacio Web**

Dotando de calidad a su espacio Web desde el principio ayudará a establecer normas que más adelante orientarán el crecimiento de dicho espacio. Como ya se ha dicho, esto puede ser facilitado por el establecimiento de protocolos sobre la forma de incorporar el contenido a su espacio Web. Por ejemplo, es

importante indicar con claridad quién ha creado el espacio Web y exponer claramente todos los avisos referentes a la privacidad y a la confidencialidad. El material debe indicar la fecha de creación y/o de su actualización más reciente. Cerciórense ustedes de que sus enlaces funcionan bien. Es una de las cosas más fáciles de hacer, pero si no se hace con la debida exactitud, su espacio Web perderá credibilidad.

Decidan qué tipos de instrumentos de retroinformación se incorporarán a ese espacio Web. Las direcciones de correo electrónico, los números de teléfono y las señas de organizaciones deben presentarse claramente para que los usuarios puedan obtener retroinformación y establecer contacto si es necesario. Formulen un protocolo o directrices para responder a la retroinformación de los usuarios. Contesten sin perder tiempo al correo electrónico recibido; así comunicarán a los usuarios que están trabajando ustedes activamente en el espacio Web y que están a su disposición.

Estudien la posibilidad de incorporar diversas medidas de seguridad para luchar contra los jaqueadores (hackers), así como capacidades de cortafuego (firewall) con sus programadores y su ISP. Esto reviste especial importancia si están proporcionando ustedes servicios de funcionamiento en línea o si desarrollan otras interacciones confidenciales con clientes. Si después de establecer esos tipos de servicios se dan cuenta ustedes de que el sistema no responde a las normas de confidencialidad, eso no solo tendrá consecuencias para la credibilidad sino también consecuencias jurídicas para ustedes y para la organización en cuyo nombre actúan.

## Evaluación

La evaluación de su espacio Web puede llevarse a cabo en muchos planos y debe efectuarse durante el desarrollo de su espacio Web y también después de su lanzamiento. La evaluación les ayudará a determinar lo efectivo que es su espacio Web para alcanzar al grupo fijado como objetivo, si han conseguido ustedes los objetivos prefijados, y qué es lo que van a hacer a continuación. Si quieren ustedes observar los resultados de su espacio Web en el plano comunitario, incorporen también en el proceso a padres, profesores y otros profesionales de la comunidad.

### ∴ Métodos de evaluación

Hay dos aspectos de un espacio Web sostenible que hay que someter a ensayo y estudio para poder tener éxito. El primero es su carácter útil: si se está utilizando realmente el espacio Web, y, en caso afirmativo, si está funcionando como ustedes querían y si contiene las informaciones que deseaban los usuarios.



Se pueden utilizar diversos métodos en línea y directos para evaluar esos y otros aspectos de su espacio Web, incluidos grupos de debate, análisis estructurado y encuestas en línea enfocadas al grupo fijado como objetivo, y/o estadísticas internas Internet. Algunas de las posibilidades sugeridas en materia de utilidad son las siguientes:

- Recaben retroinformación mediante mensajes electrónicos o encuestas en línea
- Supervisen al grupo o grupos fijados como objetivo para averiguar lo que piensan de la pertinencia, construcción, accesibilidad, etc., del espacio Web
- Averigüen lo que opinan el grupo o grupos fijados como objetivo acerca de los conocimientos de ustedes y acerca del espacio Web
- Registren el número de visitas que recibe el espacio Web
- Registren el número de textos expuestos en zonas de debate o en otras salas interactivas
- Registren el número de usuarios que vuelven a visitar el espacio Web
- Tengan en cuenta el tiempo transcurrido por los usuarios en el espacio Web
- Determinen las esferas del espacio Web que los usuarios utilizan más y las que utilizan menos
- Comprueben el nivel de conocimientos de los grupos de debate.
- Analicen el contenido de los anuncios en los tableros de mensajes y en otras zonas interactivas
- Observen el proceso de remisión, y si hay personas que obtienen información sobre servicios en ese espacio Web
- Tengan en cuenta el número de solicitudes de trabajo en red provenientes de otras organizaciones
- Tengan en cuenta el número de jóvenes que solicitan el ingreso en el programa de ustedes

A menudo se pueden buscar en otras organizaciones y en otros espacios Web útiles encuestas, temas de debate y otros elementos de retroinformación. Esto puede ahorrarles a ustedes mucho tiempo y dinero, pero tengan en cuenta las cuestiones relativas a los derechos de autor cuando utilicen instrumentos de evaluación pertenecientes a otras organizaciones. Su ISP está seguramente en condiciones de proporcionarles información acerca de la utilización de su espacio Web, incluido el número de visitas, el número de archivos "bajados", la utilización de características interactivas y las rutas efectivas de navegación. También se puede recurrir a programas estadísticos más selectos o a sistemas exteriores de supervisión para el análisis de las estadísticas de Internet, pero esas soluciones pueden ser onerosas.

### ∴ *Ensayos de utilidad y sus motivos*

El segundo aspecto es su carácter usable: ¿está respondiendo el diseño y el contenido del espacio Web a las necesidades y expectativas de los usuarios? ¿Los usuarios pueden explotar efectivamente y a fondo las diversas funciones de ese espacio Web? Los ensayos de utilidad deben llevarse a cabo en diversos momentos durante el proceso de desarrollo del espacio Web. No querrán ustedes esperar a que su espacio Web esté completo para enterarse de que los usuarios del grupo fijado como objetivo no comprenden el sistema de navegación o no pueden operar las características interactivas. Generalmente cuesta menos tiempo y dinero corregir los problemas durante la labor de desarrollo que cuando el espacio Web está ya ultimado.

El carácter usable se puede comprobar sobre la base de cinco características diferentes:

1. **Facilidad de aprendizaje:** ¿Con qué rapidez puede aprender las tareas básicas un usuario que no ha ingresado nunca en ese espacio Web a fin de poder navegar efectivamente a través de las diversas páginas y de los diversos instrumentos?
2. **Eficiencia de la utilización:** ¿Cuánto tiempo se necesita para utilizar las características (por ejemplo, las pruebas de autoayuda) de ese espacio Web?
3. **Memoria:** ¿Se acuerda el usuario de la forma de utilizar el espacio Web con eficacia cuando vuelve a visitarlo?
4. **Frecuencia y gravedad de los errores:** ¿Con qué frecuencia cometen errores los usuarios dentro del espacio Web? ¿Les resulta fácil recuperarse de esos errores?
5. **Satisfacción del usuario:** ¿Cuánto le gusta ese espacio Web al usuario?

Esas características se pueden someter a prueba sirviéndose de grupos controlados de la audiencia que han fijado ustedes como objetivo, que utilicen muchos de los formatos mencionados en la sección anterior. Llámenles, enséñenles el espacio Web y vean lo que pueden hacer con él sin recibir instrucciones. ¿Con qué rapidez consiguen adaptarse al paso de las páginas? ¿Tienen paciencia para las pruebas de autoayuda, las encuestas, etc.? ¿Con qué frecuencia se les atascan las páginas a los usuarios? ¿Dónde están los puntos deficientes? Esas pruebas colectivas pueden y deben llevarse a cabo más de una vez. ¿Encuentran más fácil los usuarios el espacio Web cuanto más veces vuelven a utilizarlo? ¿Tienen aspecto de estar contentos cuando se hallan dentro del espacio? ¿Retiene su interés el espacio Web? Según el grado de interactividad que caracterice a ese espacio Web, algunos de los mencionados criterios quizá no sean necesarios pero hasta cierto punto es importante tenerlos todos en cuenta. Independientemente del contenido del espacio Web, les ofrecerán a ustedes una valiosa información acerca del diseño y la estructura de las páginas de ese espacio Web.



### **∴ Otras fuentes de retroinformación para añadir a la evaluación general**

Hay otras muchas formas de obtener retroinformación de utilidad para el proceso de evaluación que están llevando a cabo ustedes. Efectúen exámenes, encuestas o entrevistas personales directas con miembros de la comunidad que no pertenezcan al grupo que han fijado ustedes como objetivo. Los oficiales gubernamentales y los profesionales pueden proporcionarles información acerca de la imagen de su espacio Web en la comunidad, y también les dirán si se tiene alguna idea errónea acerca de los servicios de ustedes. Examinen el espacio Web con personal de esa organización y con voluntarios para cerciorarse de que el espacio mantiene la relación con las directrices organizativas, al mismo tiempo que se le promueve a un nivel de organización superior. Examinen los ejemplos de casos de éxito que les comunican el grupo o los grupos fijados como objetivo, para ayudar a determinar el impacto que su espacio Web está teniendo en sus usuarios. Todo esto se puede ver facilitado mediante la utilización de estructuras de cuestionario análogas a las que figuran en la sección "calidad".

Lleven un registro de la publicidad que recibe su espacio Web entre los medios informativos, pero eviten todo tipo de sensacionalismo. De esta manera podrán adquirir más retroinformación acerca de la forma en que su espacio Web está considerado públicamente o las repercusiones que tiene dentro de esa comunidad. También puede generar ideas en materia de comercialización y nuevos temas que se podrían añadir al contenido del espacio Web.

De ser posible involucren a jóvenes provenientes del grupo que han fijado como objetivo en la operación de las evaluaciones del espacio Web que lleven a cabo. Por ejemplo, pueden recoger retroinformación en línea examinando la correspondencia electrónica y las encuestas en línea, o pueden ir sobre el terreno y organizar entrevistas inter pares acerca de la utilización y el valor de ese espacio Web. La participación de los jóvenes no solo les brinda una posibilidad de formar líderes inter pares sino que también realza los aspectos educativos de su espacio Web para la comunidad que han fijado como objetivo. Cuanto mayor sea el número de jóvenes que participan, más oportunidades tendrán de aprender acerca de la prevención del uso indebido de drogas.

### **∴ Retroinformación continua**

La evaluación de un espacio Web es un proceso continuo: no se acaba cuando el espacio Web entre en servicio. En determinados momentos de la vida útil de ese espacio Web (por ejemplo, cuando proyecten ustedes diseñarlo de nuevo o cuando añadan nuevas secciones), querrán llevar a cabo evaluaciones estructuradas recurriendo a los métodos antes examinados. En los intervalos entre esos momentos es útil recoger continuamente información entre sus

usuarios. El análisis de esos datos será de utilidad para que identifiquen ustedes las esferas problemáticas y generen ideas para el futuro crecimiento del espacio.

Los mecanismos utilizados para la evaluación continua no tienen que ser complejos. Por ejemplo, pueden recoger ustedes continuamente retroinformación añadiendo un formulario adecuado a su espacio Web para que los usuarios puedan transmitirles las informaciones apropiadas, o proporcionando una dirección electrónica para el envío de retroinformación, o preguntando a los nuevos clientes y voluntarios si se han enterado de la existencia de esa organización por conducto de su espacio Web, o guardando referencias acerca de las interacciones que tienen lugar en el marco del espacio Web (zonas de debate, servicios de asesoramiento, etc.). También deben analizarse con regularidad las estadísticas correspondientes a las visitas efectuadas al espacio Web. Por ejemplo, si las estadísticas de que disponen ustedes indican que una esfera del espacio Web es especialmente popular, podrían comenzar a utilizar esa esfera para promover características que hayan resultado menos populares.

Los beneficios principales de la evaluación que efectúen ustedes de su espacio Web son los siguientes:

- Pone de relieve las deficiencias de la navegación y el contenido
- Indica los cambios que es preciso efectuar
- Identifica nuevas ideas para el desarrollo del espacio Web
- Señala lo que está sucediendo con la estrategia de comercialización que tengan ustedes
- Les proporciona información acerca del grupo que hayan fijado como objetivo
- Ayuda a determinar las direcciones que ese espacio Web puede seguir en el futuro
- Facilita detalles para financiar informes y/o para financiar propuestas

## Comercialización *del espacio que hayan organizado ustedes*

Una vez que hayan creado ustedes su espacio Web, necesitan contar con algún tipo de plan de comercialización. Un plan de comercialización no significa necesariamente que hay que gastar mucho dinero: el objetivo de esa organización debería consistir en incrementar el número de visitantes y en ir aumentando la actividad.





### ∴ **Comercialización en línea**

Entre las posibilidades elementales de que disponen ustedes para incrementar el tráfico con destino a su espacio Web figuran el registro con listas e instrumentos de búsqueda, la creación de un boletín en línea para comunicar con los usuarios a intervalos regulares, la promoción del espacio Web mediante grupos de debate y salas de charla en otros espacios Web, y la exploración de las posibilidades de hacer publicidad con títulos sugestivos. Si se registran en motores de búsqueda, utilicen una diversidad de frases o palabras clave que guarden relación con el tema de su espacio Web a fin de mejorar las posibilidades de tener éxito con los usuarios que se han fijado como objetivo. Pidan a otros espacios similares al de ustedes que enlacen con el suyo. Elementos interactivos divertidos de su espacio Web, como por ejemplo tarjetas postales en línea, pueden utilizarse también como medios de comercialización. En el índice de la presente Guía se indican algunos recursos que les ayudarán a desarrollar actividades de comercialización en línea.

### ∴ **Comercialización fuera de línea**

Cuando la comercialización se hace fuera de línea, el objetivo consiste en lograr que la dirección de su espacio Web (o sea, el URL de ustedes) esté lo más frecuentemente posible a la vista de los interesados. Indiquen su URL en todo el material impreso que utilicen, así como en los encabezamientos de cartas, en las hojas de fax, en las tarjetas comerciales, y en todo el material electrónico que envíen. Si trabajan ustedes con una organización mayor cerciórense de que en el material que dicha organización distribuya figure información sobre ese espacio Web. Si los usuarios no pueden encontrar su URL, no les va a ser fácil a ustedes conseguir que visiten ese espacio Web.

Otro método consiste en identificar de qué forma el espacio Web de esa organización puede formar parte de algunas actividades o eventos proyectados o próximos, entre los que lleva a cabo esa organización. Por ejemplo, en los cursos prácticos que lleve a cabo su organización se pueden distribuir pegatinas, tarjetas postales y otro material de promoción acerca de ese espacio Web.

*Los autobuses son un magnífico lugar para anunciar algo ya que los viajeros no tienen mucho con que distraerse. Yo leo siempre las pegatinas que han puesto en los respaldos traseros de los asientos. Outi*

Otros tipos de comercialización más tradicionales incluyen la publicación de comunicados de prensa, la publicidad televisiva, la radio y otros medios informativos. Aunque les parezca a ustedes que no tienen los fondos necesarios para desarrollar ese tipo de tácticas, vale la pena de investigarlas

porque a veces una empresa les proporcionará la intervención de los medios informativos a tarifa reducida o incluso gratuita. Tengan en cuenta que la prevención en línea sigue siendo algo relativamente nuevo, y que los medios informativos quizá estén más interesados de lo que ustedes creen. Procuren recurrir a medios informativos que sean de interés para el grupo que hayan fijado como objetivo, como por ejemplo revistas para jóvenes, espectáculos televisivos o programas radiofónicos que estén teniendo éxito.

Escribir un artículo para una revista profesional o presentar el espacio Web en una conferencia sobre la prevención es útil para la comercialización de ese espacio Web en una comunidad más profesional, abriendo quizá la puerta a una colaboración futura.

No se olviden de hablar con su personal y voluntarios de su organización y con jóvenes del grupo que han fijado como objetivo acerca de las ideas que tienen en materia de comercialización de ese espacio Web. Hay muchísimas posibilidades interesantes que no significan necesariamente que hay que gastar mucho dinero.

## Mantenimiento

El mantenimiento es la parte del desarrollo de un espacio Web que menos se suele tener en cuenta. Planifiquen la labor de mantenimiento cuando estén ustedes preparando su espacio Web, y procuren prever cuánto dinero y cuánto tiempo dedicado por el personal y/o los voluntarios se requerirá para mantener su espacio Web en funcionamiento y con valor de actualidad. Sean realistas cuando decidan lo que pueden hacer y lo que no se pueden permitir con los fondos de que disponen.

Como van a ocuparse ustedes periódicamente de su espacio Web a continuación les indicamos algunos puntos que conviene tener en cuenta por lo que se refiere a su mantenimiento.

Lista recapitulativa:

- El espacio Web trabaja como se había previsto
- Todos los enlaces funcionan todavía
- El contenido tiene valor de actualidad, sigue siendo exacto y encaja en la imagen general del espacio Web
- Los controles anteriores han quedado completados
- El espacio Web sigue respondiendo a las necesidades del grupo que han fijado como objetivo



- La calidad del espacio sigue cumpliendo todos los criterios necesarios
- Los acuerdos respecto de los aspectos del espacio adquiridos (como nombres de dominio, etc.) siguen en pie
- Los gastos de mantenimiento se han recalculado en el presupuesto vigente

Procuren no tirar las informaciones obsoletas (como, por ejemplo, las de grupos de mensaje y esferas de debate) y guárdenlas en un archivo. Un archivo puede proporcionarles valiosa información acerca del crecimiento de ese espacio Web, su contenido y el diálogo sobre actividades de prevención del uso indebido de drogas dentro de la comunidad que se hayan fijado como objetivo.

## Espacios Web *que duran*

En todo este manual se ha dejado bien sentado que el mundo de Internet es un mundo en constante cambio, en constante evolución. Nada en él es estático. Lo que esto significa para ustedes es que necesitan poner en práctica una doctrina moderna para lograr que el espacio Web dure, y eso engloba la disponibilidad de personal, de financiación, de contenido informativo y de gráficos para actualizaciones, así como de margen para nuevas características interactivas si fueran necesarias. Cualquiera puede establecer un espacio Web, lo difícil es conseguir que dure. El establecimiento de un plan a largo plazo que incorpore los diversos aspectos de que se ha tratado en esta Guía puede ayudarles a crear un proyecto establecido en línea. Semejante plan puede y debe ser flexible porque algunos cambios no se van a presentar hasta que estén ustedes en línea, pero puede serles útil que tengan un objetivo claro, la ambición de tener un buen espacio Web, y que conozcan sus necesidades en materia de personal y su capacidad financiera.

### ••• *Consideraciones finales*

Permítannos creer que todo esto no les ha atemorizado y que, por el contrario, están ustedes sumamente interesados acerca de las nuevas posibilidades que se les ofrece gracias a la prevención en línea. La operación en que se embarcan puede ser un desafío para ustedes, debido a que van a tratar con nuevas tecnologías y van a hallarse en un territorio con el que no están familiarizados, pero hay un sinfín de posibilidades que les están esperando. No olviden que éste es un nuevo instrumento dentro del campo de la prevención del uso indebido de drogas, con muchas posibilidades y margen para la imaginación y la exploración. ¡Qué les divierta y que se diviertan!



Lista resumida de recursos para la prevención en línea

## Lo que necesita su espacio Web

### *Lista recapitulativa*

- Fijar uno o más objetivos para ese espacio Web
- Identificar al grupo fijado como objetivo
- Establecer un presupuesto
- Fijar un plazo o una fecha para cada una de las fases del proceso: planificación, diseño, construcción, evaluación y mantenimiento
- Determinar qué información hay que presentar
- Determinar qué tipo de información solicitará el usuario
- Determinar el nivel técnico del espacio en relación con el grupo fijado como objetivo
- Cómo van a medir ustedes los resultados de su espacio Web
- Crear una lista de enlaces
- Seleccionar el tipo de navegación
- Crear las principales características del espacio
- Crear un nombre de dominio
- Determinar qué parte de ese espacio Web necesitará actualización
- Determinar cómo se utilizará la retroinformación relacionada con el espacio Web
- Crear un plan para la comercialización de ese espacio

## Lista

### *de recursos*

#### **Información general sobre Internet:**

- The Race to Web Readiness. Espacio canadiense de apoyo basado en Internet: [www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/](http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/)
- Instrumentos técnicos para entidades no lucrativas [www.techsoup.org](http://www.techsoup.org)
- Material técnico gratuito por conducto de Charity Village: [www.charityvillage.com/charityvillage-club.asp](http://www.charityvillage.com/charityvillage-club.asp)
- Normas para Internet publicadas por el Gobierno [www.go.tas.gov.au/infoman/gips/homepage.htm](http://www.go.tas.gov.au/infoman/gips/homepage.htm)
- Forma de construir su propio espacio Web: [www.allaboutyourownWebsite.com](http://www.allaboutyourownWebsite.com)
- Lo que sugieren los expertos: [www.addto.com/article/Webdevelopment](http://www.addto.com/article/Webdevelopment)  
[www.tips-tricks.com](http://www.tips-tricks.com)

### ***Programas o material gratuitos***

- [www.blueearthhouse.com](http://www.blueearthhouse.com)
- [www.Websitegarage.netscape.com](http://www.Websitegarage.netscape.com)
- [www.freefever.com](http://www.freefever.com)

### ***Fuentes de financiación***

- [www.volnet.org](http://www.volnet.org)
- [www.npower.org](http://www.npower.org)

### ***Nombres de dominio***

- [www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/factsheets/domain\\_names.html](http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/factsheets/domain_names.html)
- [www.netnation.ca/products/domain\\_ca.cfm](http://www.netnation.ca/products/domain_ca.cfm)
- [www.internic.net](http://www.internic.net)

### ***Redactando textos para Internet***

- [www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/factsheets/Webwriting.html](http://www.hc-sc.gc.ca/hppb/get-Web-ready/factsheets/Webwriting.html)
- [www.useit.com](http://www.useit.com)

### ***Accesibilidad y utilidad***

- [www.usableWeb.com](http://www.usableWeb.com)
- [www.usability.gov/methods/index.html](http://www.usability.gov/methods/index.html)
- [www.Websitetips.com/design/usability.html](http://www.Websitetips.com/design/usability.html)
- [www.arealvalidator.com](http://www.arealvalidator.com)

### ***Diseño***

- [www.killersites.com](http://www.killersites.com)
- [www.info.med.yale.edu/caim/manual/index.html](http://www.info.med.yale.edu/caim/manual/index.html)
- [www.useit.com](http://www.useit.com)
- [www.dsiegel.com](http://www.dsiegel.com)

### ***Evaluación y calidad***

- [www.desire.org/detective/](http://www.desire.org/detective/)
- [www.quick.org.uk](http://www.quick.org.uk)
- [www.virtualsalt.com/evalu8it.htm](http://www.virtualsalt.com/evalu8it.htm)
- [www.vuw.ac.nz](http://www.vuw.ac.nz)
- [www.biome.ac.uk/guidelines/eval/factors.html](http://www.biome.ac.uk/guidelines/eval/factors.html)

### ***Fuentes de información***

- [www.elisad.org](http://www.elisad.org)
- [www.kidshealth.org/kid/grow/know\\_drugs.html](http://www.kidshealth.org/kid/grow/know_drugs.html)
- [www.sosig.org](http://www.sosig.org)

### ***Datos para la búsqueda***

- [www.searchtools.com](http://www.searchtools.com)
- [www.google.com/services/free.html](http://www.google.com/services/free.html)

### ***Presentando el espacio Web a motores de búsqueda***

- [www.Webdeveloper.com/management/management\\_search\\_engine\\_tips.html](http://www.Webdeveloper.com/management/management_search_engine_tips.html)
- [www.crunchers.bc.ba](http://www.crunchers.bc.ba)

### ***Posibles lenguajes de programación***

- HTML (Lenguaje de anotación de hipertextos)
- JavaScript
- DHTML (HTML dinámico)
- XML
- XHTML
- ASP (Entorno de desarrollo de páginas Web)
- PHP

## **Ejemplos de buena práctica**

- Universidad de Toronto, Proyecto TeenNet: [www.teennetproject.org](http://www.teennetproject.org)  
CANADÁ
- Universidad de Toronto, Cyberisle: [www.cyberisle.org](http://www.cyberisle.org)  
CANADÁ
- Fundación A-Clinic, Paihdelinkki (en inglés): [www.paihdelinkki.fi](http://www.paihdelinkki.fi)  
FINLANDIA
- Agencia Noruega de Salud y Protección Social, "Dopinfo": [www.dopinfo.no](http://www.dopinfo.no)  
NORUEGA
- Centro sobre uso indebido, Condado de Vest Zeland, [www.netstof.dk](http://www.netstof.dk)  
(en danés)  
DINAMARCA
- CAN, [www.drugsmart.com](http://www.drugsmart.com) (en sueco)  
SUECIA
- <http://www.freevibe.com/>  
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

En vista del profundo interés que ha despertado Internet entre los jóvenes y a fin de aprovechar la interesante "interfaz" entre jóvenes, cultura juvenil y tecnología, la Red Mundial de la Juventud ha producido la presente Guía, de fácil uso para los jóvenes y los trabajadores de apoyo a la juventud que deseen empezar a utilizar Internet como parte de sus programas en curso o que deseen establecer una iniciativa totalmente basada en Internet.

# INTERNET

**كيفية الحصول على منشورات الأمم المتحدة**  
يمكن الحصول على منشورات الأمم المتحدة من المكتبات ودور التوزيع في جميع أنحاء العالم. استعلم عنها من المكتبة التي تتعامل معها أو اكتب إلى: الأمم المتحدة، قسم البيع في نيويورك أو في جنيف.

如何购取联合国出版物

联合国出版物在全世界各地的书店和经销处均有发售。 请向书店询问或写信到纽约或日内瓦的联合国销售组。

## HOW TO OBTAIN UNITED NATIONS PUBLICATIONS

United Nations publications may be obtained from bookstores and distributors throughout the world. Consult your bookstore or write to: United Nations, Sales Section, New York or Geneva.

## COMMENT SE PROCURER LES PUBLICATIONS DES NATIONS UNIES

Les publications des Nations Unies sont en vente dans les librairies et les agences dépositaires du monde entier. Informez-vous auprès de votre libraire ou adressez-vous à: Nations Unies, Section des ventes, New York ou Genève.

## КАК ПОЛУЧИТЬ ИЗДАНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

Издания Организации Объединенных Наций можно купить в книжных магазинах и агентствах во всех районах мира. Наводите справки об изданиях в вашем книжном магазине или пишите по адресу: Организация Объединенных Наций, Секция по продаже изданий, Нью-Йорк или Женева.

## CÓMO CONSEGUIR PUBLICACIONES DE LAS NACIONES UNIDAS

Las publicaciones de las Naciones Unidas están en venta en librerías y casas distribuidoras en todas partes del mundo. Consulte a su librero o diríjase a: Naciones Unidas, Sección de Ventas, Nueva York o Ginebra.

Printed in Austria  
V.03-84409—August 2003—235

Publicación de las Naciones Unidas  
Núm. de venta S.03.XI.10  
ISBN 92-1-348083-0

