



# Futuro de los servicios de información y asesoramiento juvenil: evolucionando según las tendencias y necesidades de información

Muhaimin Karim and Gunilla Widén  
Åbo Akademi University, Information Studies, Finlandia

en colaboración con  
Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil  
(ERYICA)



Erasmus+



**Licencia: CC BY 4.0**

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/ERYICA asbl mayo 2018>

Esta publicación es resultado del proyecto "Youth.info: FutureYouthInformationToolbox", financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea.

#### Consortio del proyecto:



NGO Creativitas



Åbo Akademi University



Charity and Support Foundation for Young People (Jauniems)



European Peer Training Organisation



Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (ERYICA)

European youth information and counselling agency



Austrian Youth Information Centres



National Youth Council Of Latvia



jup! Berlin - Youth and Family Foundation of the State of Berlin (jfsb)



Youth Work Ireland

**Autores:** Muhaimin Karim y Gunilla Widén en colaboración con Eva Reina y Jessica Walker de la Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (ERYICA)

**Editora jefa:** Eva Reina

**Editores:** Ingrida Jotkaitė, Evaldas Rupkus, Jessica Walker

**Diseño:** Ismet Lisica

Título en español: Futuro de los Servicios de Información y Asesoramiento Juvenil: Evolucionando según las Tendencias y Necesidades de Información. Texto original producido por Abo Akademi University y ERYICA. Este texto se publica bajo acuerdo con ERYICA asbl, pero bajo la completa responsabilidad de la traductora. © [diciembre, 2019] Traductora: Deutzia L. Sánchez Johnson. Formato: Isabel Blázquez. Traducción al español.



Erasmus+

Esta publicación ha contado con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. Esta publicación se ha realizado con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida en la misma.

# Índice

---

10	1. Introducción
11	2. Antecedentes
11	2.1. ¿Qué es la información y asesoramiento juvenil?
12	2.2. Antecedentes políticos e históricos
13	3. Metodología y Muestras
15	4. Usuarios de Servicios de Información y Asesoramiento Juvenil
15	4.1. Demografía: Usuarios
15	4.1.1. Edad y género de los usuarios
16	4.1.2. Residencia actual de los usuarios
16	4.1.3. Nivel educativo de los usuarios
17	4.1.4. Estado actual de los usuarios
18	4.2. Calidad de los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes: Perspectiva de los usuarios
18	4.2.1. Duración del uso de los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes
18	4.2.2. Frecuencia del uso de los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes
19	4.2.3. Acceso a la información por parte de los usuarios y nivel de dificultad
20	4.2.4. Asistencia de los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes
21	4.2.5. Demanda de información por parte de los usuarios
21	4.2.6. Presentación de la información: Preferencias de los usuarios
22	4.3. Evaluación y fiabilidad de la información: Usuarios
23	4.3.1. Fuentes de información fiables para los usuarios según el área de interés
23	4.3.2. Fiabilidad general de las fuentes de información según los usuarios
24	4.3.3. Satisfacción de los usuarios con los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes

25	4.3.4. Alfabetización mediática e informacional de los usuarios
26	4.3.5. Influencia de la información compleja en los usuarios
27	4.4. Resumen de los resultados del grupo de usuarios
28	5. Personas que no usan los servicios de información y asesoramiento juvenil (no usuarios)
28	5.1. Demografía: No usuarios
28	5.1.1. Edad y género de los no usuarios
29	5.1.2. Residencia actual de los no usuarios
30	5.1.3. Nivel educativo de los no usuarios
30	5.1.4. Estado actual de los no usuarios
31	5.2. Calidad de los servicios de información y asesoramiento de los jóvenes: perspectiva de los No usuarios
31	5.2.1. Acceso a la información por parte de los no usuarios y nivel de dificultad
32	5.2.2. Demanda de información por parte de los no usuarios
32	5.2.3. Presentación de la información: Preferencias de los no usuarios
33	5.3. Evaluación y fiabilidad de la información: No usuarios
33	5.3.1. Fuentes de información fiables para los no usuarios según el área de interés
34	5.3.2. Fiabilidad general de las fuentes de información para los no usuarios
34	5.3.3. Alfabetización mediática e informacional de no usuarios
35	5.3.4. Influencia de la información compleja en los no usuarios
36	5.4. Resumen de los resultados del grupo de no usuarios
37	6. Comparación entre los usuarios y no usuarios
39	7. Conclusiones
39	Usuarios
40	No usuarios
42	8. Recomendaciones
44	9. Referencias

# Resumen ejecutivo

---

La Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (ERYICA) y sus organizaciones miembros han establecido una red robusta de servicios de información y asesoramiento juvenil por toda Europa en las últimas décadas. El objetivo de estos servicios es **proporcionar información fiable y completa a la población joven** según los principios de la [Carta Europea de Información Juvenil](#).

Para evaluar la calidad del servicio y entender la percepción de la gente joven de los servicios de información y asesoramiento juvenil, ERYICA llevó a cabo una encuesta dirigida a los usuarios en 2013. Al final del 2017 se llevó a cabo otra encuesta a nivel europeo como parte del proyecto juvenil *Erasmus+ KA2 "Youth.Info: Future Youth Information Toolbox"*. Esta vez el objetivo era estudiar el comportamiento informacional y las experiencias con los servicios de información y asesoramiento juvenil tanto de los usuarios como de la gente que no usa el servicio. El objetivo principal de la encuesta era analizar los patrones de uso dentro de la base actual de usuarios para luego compararla con los de los no usuarios. Durante el proceso la encuesta reveló las fuentes de información preferidas, la fiabilidad percibida de la información obtenida, las preferencias en el medio y forma de presentación y la confianza que deposita la gente joven en los servicios de información y asesoramiento juvenil. De forma paralela a la encuesta, el proyecto llevó a cabo un estudio de prospectiva que incluía tres métodos diferentes para identificar posibles cambios en el ámbito de la información juvenil en los años venideros. Las apreciaciones obtenidas de la Planificación de Escenarios, el Campamento *Juventud Futura* y la encuesta Delphi proporcionaron las directrices para entender el comportamiento informacional de la gente joven y ayudaron a interpretar los resultados de la encuesta.

ERYICA, junto con ocho diferentes socios del proyecto y sus organizaciones miembros realizaron la encuesta en **18 países diferentes** de Europa y en **20 idiomas**. La encuesta iba dirigida a **jóvenes de entre 12 y 29 años** de edad. La encuesta se distribuyó a través de internet y los datos se recopilaron entre el 1 de noviembre de 2017 y el 14 de diciembre de 2017. Más de 6,000 individuos participaron en la encuesta. El grupo de encuestados estaba compuesto tanto por usuarios como no usuarios de los servicios. La mayoría de ambos grupos eran mujeres, entre los 12 y 29 años de edad, muchas residentes de áreas urbanas y matriculadas en instituciones educativas.

La encuesta trató de estudiar la percepción sobre **la calidad de los servicios de información juvenil y la fiabilidad y evaluación de la información** por parte de los jóvenes encuestados. El estudio reveló que se puede acceder fácilmente a información relacionada con **el ocio, la salud y la educación**, mientras que, en temas como la **iniciativa empresarial, la vivienda y el empleo** había dificultades en la obtención de información fiable. La gente joven también exigió más disponibilidad de información relacionada con **la educación y el empleo** y eligió como medios preferidos los servicios presenciales de asesoramiento e información juvenil, los servicios de búsqueda en internet y las redes sociales. Una contradicción llamativa en las respuestas de la encuesta indicaba que, a pesar de la popularidad de las fuentes de internet, la gente joven tiene dificultades a la hora de corroborar la información en Internet. Un gran número de encuestados exigieron una fuente de información que no necesite verificación. Por otra parte, la mayoría de los encuestados confiaba en la fiabilidad de la información proporcionada por los servicios de información y asesoramiento juvenil. Los usuarios estaban lo suficientemente satisfechos con la experiencia y depositaban la suficiente confianza en los servicios como para recomendarlos a otras personas. Así, la encuesta señalaba la **importancia de los servicios de información y asesoramiento juvenil** en Europa. De ahí la necesidad de evaluar la estructura actual del servicio para que se pueda extender, modificar, equipar y mejorar con el fin de cubrir futuras demandas.

El ámbito de la información, que cambia de manera constante, se hará más diverso y complejo en los años venideros. Junto a la nueva tecnología, los cambios en el comportamiento informacional de los nativos digitales serán igual de significativos. En este contexto, es importante tener en cuenta que, aunque la gente joven utiliza internet a gran escala para buscar información, esto no significa que posean las capacidades de pensamiento crítico para determinar la relevancia y veracidad de lo que encuentran. De hecho, esta generación tiene más posibilidades que otras anteriores de exigir **información fiable** en formatos convenientes. Por lo tanto, es altamente recomendable que los servicios de información y asesoramiento juvenil perfilen y promuevan sus servicios como una fuente de información fiable y que cuenten con el apoyo institucional para hacerlo.

Es necesaria una mayor disponibilidad de la información, en particular en las áreas más difíciles, pero es imprescindible compartirla a través de canales apropiados y en el formato y medio preferidos. Debido al auge de las tecnologías móvil, las comunicaciones inalámbricas y las nubes de contenido interminables, hoy se dispone de más servicios de información que nunca, a cualquier hora y en cualquier lugar, a través de internet y las aplicaciones móviles. Los servicios de información juvenil también siguen esta tendencia y deben renovarse según las preferencias de la gente joven para poder asegurar su visibilidad y mantenerse conectados con el grupo al que se dirigen. No obstante, a pesar del gran atractivo de los medios de comunicación en internet, **los servicios de información y asesoramiento juvenil siguen siendo los canales más populares para conseguir información**. La combinación entre estas dos preferencias puede abrir un nuevo horizonte para el suministro de información juvenil. Un ejemplo sería incluir las videollamadas en los servicios de información y asesoramiento juvenil.

Además, la encuesta mostró que no toda la gente joven conoce los servicios de información y asesoramiento juvenil. Al mismo tiempo que se mejora el servicio para los usuarios actuales, con el fin de asegurar su relevancia y desarrollo sostenible, será **de vital importancia para los servicios de información juvenil hacerse más visibles y llegar** especialmente a los grupos sociales menos representados. La innovación de las actividades P2P de los servicios de información juvenil podría ser otra manera efectiva de incrementar el alcance entre los *no usuarios*. Por ejemplo, la implicación de multiplicadores e *influencers* en las actividades de información juvenil no es sólo una manera efectiva de incrementar el alcance de los servicios de información juvenil, sino también una forma genuina de empoderar a la gente joven y asegurar su participación en el suministro y promoción de información juvenil.

El respeto por **la democracia, los derechos humanos y las libertades fundamentales** en la era de la posverdad implica el derecho de toda la gente joven a tener acceso a información completa, fiable, comprensible, libre de prejuicios y que resuelva todas sus preguntas y necesidades.

# Agradecimientos

Nos gustaría expresar nuestra gratitud a todas las personas que han contribuido en este estudio, concretamente:

**Aquellas organizaciones que participaron en la traducción y difusión de la encuesta:**

*Allianssi - Suomen Nuorisoyhteistyö Allianssi, Finlandia*  
*Instituto Andaluz de la Juventud - IAJ, España*  
*AYICC - Zajednica informativnih centara za mlade u Hrvatskoj, Croacia*  
*Ayuntamiento de León, Juventud, España*  
*Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos, Austria*  
*Agència Catalana de la Joventut - ACJ, España*  
*CIDJ - Centre d'information et de documentation jeunesse, Francia*  
*CIJ - Centre Information Jeunes, Luxemburgo*  
*Comunidad de Madrid, Dirección General de Juventud y Deporte, España*  
*De Ambrassade, Bélgica*  
*ECYC - European Confederation of Youth Clubs*  
*ENTK - Eesti Noorsootöö Keskus, Estonia*  
*Eurodesk Brussels Link*  
*European Peer Training Organisation*  
*Fédération Infor Jeunes – Bélgica*  
*Forum för Ungdomsinformationskontor, Noruega*  
*Gobierno de Cantabria – Dirección General de Juventud y Cooperación al Desarrollo, España*  
*IJAB Fachstelle für Internationale Jugendarbeit der Bundesrepublik Deutschland, Alemania*  
*INJUVE - Instituto de la Juventud de España, España*  
*Institut Balear de la Joventut – IBJOVE, España*  
*IPDJ - Instituto Português do Desporto e da Juventude, Portugal*  
*IVAJ - Institut Valencià de la Joventut, España*  
*Jauniems, Lituania*  
*Koordinaatti – Nuorten tieto- ja neuvontatyön kehittämiskeskus, Finlandia*  
*Lithuanian Youth Council, Lituania*  
*Ministry of Education and Sports, Ucrania*  
*Mladiinfo, FYR Macedonia*  
*National Youth Council of Latvia*  
*NUV - Národního ústav pro vzdělávání, República Checa*  
*Región de Murcia, Dirección General de Juventud, España*  
*Xunta de Galicia, Dirección General de Juventud, España*  
*Fundación para la Juventud y la Familia del Estado de Berlín, Alemania*  
*Comité de Juventud de Chipre, Chipre*  
*Youth Work Ireland, Irlanda*



**A las personas que participaron en la encuesta Delphi:**

*Cristina Bacalso (Youth Policy Labs), Barbara Buchegger (ÖIAT - Österreichisches Institut für angewandte Telekommunikation), Rares Craiut (European Confederation of Youth Clubs), Jaana Fedotoff (Koordinaatti), Maria Freitas (FEPS – Foundation for European Progressive Studies), Audrey Frith (Eurodesk), José Herrera Fernández (Solna Ungdomscafé), Sofie Iserbyt (De Ambrassade), Didace Kalisa (CIJ), Marta Medlinska (EU-CoE Youth Partnership), Liselott Nyström Forsén (Municipality of Korsholm), Anu Ojaranta (Åbo Akademi University), Mikael Österlund (Lieto), Mika Pietilä (Koordinaatti) and Daniel Poli (IJAB)*

**A las personas que participaron en la Planificación de Escenarios:**

*Naila Freixes (ACJ- Agència Catalana de la Joventut), Nerijus Kriauciumas (Badgecraft), Anna Mari (ACJ- Agència Catalana de la Joventut), Michaela Münster (wienXtra), Irmantas Sujeta (Eurodesk Lithuania), Edita Varneckiene (Eurodesk Lithuania) and Julia Wolfschütz (InfoEck)*

**A las personas que asistieron a los Campamentos sobre el futuro de los jóvenes:**

*Ingrida Jotkaite (Lithuanian Youth Council), Silvija Telksnyte (Lithuanian Youth Council) and Gita Tillere (National Youth Council of Latvia)*

**Los miembros de la junta Directiva de ERYICA que ayudaron a la finalización de este informe:**

*Janna Fedotoff (Koordinaatti) and Miriam Teuma (Aġenzija Żgħażaġh)*

Hemos puesto todo nuestro empeño en hacer referencia a todas las personas implicadas en este estudio. Pedimos disculpas por cualquier omisión y será un placer corregirla en la próxima edición.

# 1. Introducción

Debido al reciente avance de las tecnologías de la información, las redes sociales y los medios de comunicación, el abastecimiento de información resulta más fácil que nunca. Hoy en día, la información está disponible de la forma y en el lugar que se requiera a través de múltiples dispositivos, formas y medios de comunicación diferentes.

Sin embargo, esto ha traído consigo nuevos retos. La información falsa y la desinformación cubre casi todos los canales de información populares, a menudo de forma deliberada o debido a una fuente inadecuada y una mala investigación. La legitimidad cuestionable de la información es un problema para los jóvenes cuando deben seleccionar fuentes de información legítimas que puedan usarse para tomar decisiones constructivas (Koltay 2011; Schellenbarger 2016). El compromiso de los servicios de información y asesoramiento juvenil es, por lo tanto, el de asegurar el acceso a información de calidad y así garantizar el derecho de una persona a ser informada. Un fácil acceso a información fiable ayuda a la gente joven a alcanzar sus aspiraciones, promueve su participación como miembros activos de la sociedad (ERYICA 2018) y contribuye al desarrollo de una generación alfabetizada en información y medios de comunicación.

ERYICA y sus organizaciones miembros han establecido una red sólida de servicios de información y asesoramiento juvenil por toda Europa, que trabaja incesantemente para prestar a los jóvenes unos servicios de información y asesoramiento juvenil de alta calidad. Los servicios de información prestados a través de esta red han de ser controlados y actualizados constantemente para que puedan hacer frente a los cambios constantes en el mundo de la información, los medios de comunicación y la tecnología. Este estudio sobre la información juvenil intenta por tanto analizar si los servicios están diseñados para atraer a la gente joven y describir la experiencia con los servicios de información juvenil. Los resultados sobre su grado de satisfacción e insatisfacción y sus comentarios serán comunicados a las respectivas partes interesadas.

Este informe se basa en una encuesta que formó parte del proyecto *Erasmus+ KA2 Youth.info: Future Youth Information Toolbox* en colaboración con diferentes partes interesadas y miembros de la red ERYICA. El consorcio del proyecto está compuesto por ocho organizaciones que figuran en la tabla 1. La encuesta se basa en una similar que llevó a cabo ERYICA en 2013 (Krzaklewska y Potočník 2014). Las organizaciones correspondientes de este proyecto fueron:

European Youth Information and Counselling Agency (LU)	Viešoji įstaiga Creativitas (LT)
European Peer Training Organisation (BE)	Jugend- und Familienstiftung des Landes Berlin (DE)
Åbo Akademi University (FI)	Bundesnetzwerk Österreichische Jugendinfos Verein (AT)
Youth Work Ireland (IE)	Labdaros ir paramos fondas Jauniems (LT)
National Youth Council of Latvia (LV)	

Tabla 1: Organizaciones que participan

## 2. Antecedentes

### 2.1. ¿Qué es la información y asesoramiento juvenil?

*Permitir un mayor acceso a la independencia.* El propósito del asesoramiento e información de los jóvenes es **informar y acompañar a la gente joven** en el delicado camino hacia la vida adulta, un periodo desafiante y transitorio. Durante esta etapa relativamente corta se espera que tomen un sinfín de decisiones importantes que sin lugar a duda tendrán una gran influencia en su futuro. Estas primeras decisiones necesitan estar basadas en **información completa, exhaustiva y libre de prejuicios**. La gente joven, que a menudo se enfrenta con dilemas que resolver, acuden a varias fuentes de información, entre ellas, los servicios de información y asesoramiento juvenil.

La labor generalista de los servicios de asesoramiento e información juvenil cubre **todos los temas de interés juvenil** y puede incluir un gran abanico de actividades. El término "asesoramiento e información juvenil" puede abarcar un amplio rango de servicios y actividades, tales como informar, asesorar, apoyar, orientar, entrenar, P2P, crear redes o derivar servicios especializados. Los servicios se pueden establecer en diferentes marcos de trabajo y a través de muchos actores y medios de comunicación diferentes. El objetivo fundamental de los servicios de asesoramiento e información juvenil es interactuar con la gente joven y participar en su empoderamiento, **orientándoles en su propia toma de decisiones**. Se basa en el hecho de que no es posible tomar una decisión fundada sin saber las opciones y alternativas que se tienen. El servicio de información juvenil pretende garantizar el **derecho de la gente joven a recibir información fiable y completa**, independientemente de su nacionalidad, sexo, religión o situación social. La [Carta Europea de Información Juvenil](#) establece los estándares mínimos de los servicios de información y asesoramiento juvenil de acuerdo con nueve principios: independiente, accesible, inclusiva, basada en las necesidades, empoderadora, participativa, ética, profesional y proactiva.

#### Los objetivos de la información juvenil son (entre otros):

- Proporcionar información fiable, precisa, libre de prejuicios y adaptada a la juventud;
- Facilitar el acceso a diferentes fuentes y canales de información;
- Ofrecer a la gente joven un panorama de las opciones disponibles en cuanto a temas relevantes;
- Ayudar a la gente joven a guiarse a través de la sobrecarga de información de la sociedad moderna actual;
- Garantizar que la gente joven conozca sus derechos, los servicios disponibles y cómo acceder a ellos;
- Apoyar a la gente joven en la evaluación de la información disponible y su calidad;
- Orientar a la gente joven para que encuentren las mejores opciones disponibles y tomen sus propias decisiones;
- Ofrecer diferentes canales de información y diálogo para apoyar a la gente joven de manera directa en su búsqueda de información y conocimiento; y
- Fomentar la alfabetización mediática e informacional.

*Encontrar tu lugar en la sociedad.* El objetivo de asesorar e informar a la gente joven no es sólo satisfacer las necesidades del público en general (su objetivo principal) sino también anticiparse a sus necesidades y desarrollar **medidas preventivas** en consonancia con ellas. Algunas de estas necesidades estarán relacionadas con asuntos importantes de la sociedad, sobre todo con la salud física y mental, conductas de alto riesgo, relaciones interpersonales, discriminación, ciudadanía, participación activa en sociedad y acceso a derechos sociales. Encontrar un lugar en la sociedad y ser un ciudadano bien informado sólo será posible si se posee la información adecuada sobre los derechos de cada uno.

*Crear una cultura de información.* Hoy en día, la gente joven es **bombardeada con información** y está expuesta a una **variedad de medios de comunicación** diferentes. Este acceso a la información sin precedentes trae consigo una tendencia nunca antes vista de querer también participar en la creación de contenidos mediáticos, a menudo de una manera personal e incontrolada. Con el fin de ser un ciudadano consciente, es importante tratar dicho contenido de manera crítica, evaluando la calidad, fiabilidad y la estrategia e interés de aquellos que producen la información (Landy & Le Tellier, 2016). En este contexto, los servicios de información y asesoramiento juvenil persiguen un nuevo objetivo: **fomentar la alfabetización mediática e informacional de la gente joven**. Los servicios de información juvenil están plenamente equipados para aconsejar a la gente joven en cuanto a la búsqueda, evaluación y apreciación de la información y su grado de fiabilidad. Por este motivo, la alfabetización mediática e informacional es un elemento clave para la labor de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

## 2.2. Antecedentes políticos e históricos

El derecho a la información ha sido reconocido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en la Convención sobre los Derechos del Niño y en el Convenio Europeo para la Protección de los Derechos Humanos y de las Libertades Fundamentales.

**La información juvenil** se estableció como modelo a finales de los años 60 y se extendió por toda Europa en los años 70 y 80. La Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (ERYICA) nació a partir de este modelo en 1986, cuando el Consejo de Europa creó un grupo de profesionales expertos en información juvenil. Este grupo participó en la extensión del modelo de información juvenil para crear una red de estructuras nacionales y locales que hoy forman un **elemento integral de la labor de los servicios juveniles en muchos países**. Hoy en día ERYICA se compone de unas **36 estructuras** de asesoramiento e información juvenil distribuidas en **27 países**.

En 1990 el Comité de Ministros del Consejo de Europa publicó una recomendación sobre la información y asesoramiento juvenil en Europa (Recomendación núm. R(90) 7), la cual señalaba que el asesoramiento e información juvenil tiene una nueva importancia significativa, y proporcionaba un primer documento europeo en el que depender y al que referirse, no sólo para los políticos y otros responsables, sino también para todos los servicios de información juvenil y a todos los niveles [esta recomendación fue actualizada en 2010 con la Recomendación CM/Rec (2010)] Más recientemente, la Recomendación CM/Rec (2016)<sup>7</sup> del Consejo de Europa sobre el Acceso de los Jóvenes a sus Derechos también destaca que el derecho a la información es la base para acceder a otros derechos.

En 1993, ERYICA adoptó la primera versión de la **Carta Europea de Información Juvenil**, la cual describe los valores, principios y líneas de trabajo subyacentes de la labor juvenil en relación con la información de los jóvenes. La Carta fue revisada y actualizada en 2004 y posteriormente en 2018.

Otro de los avances fundamentales en cuanto a la información juvenil fue **el Libro Blanco sobre la juventud**. Anunciado por el Parlamento Europeo a finales de 1990 y publicado por la Comisión Europea en 2001, el Libro Blanco, titulado "Un nuevo impulso para la juventud europea", consideraba la **información juvenil como uno de los cuatro campos de intervención prioritarios**. La Estrategia de la UE para la Juventud 2010-2018 reconocía la importancia de los servicios de información y asesoramiento juvenil y situaba el desarrollo de los estándares de calidad de la participación, información y consulta juvenil dentro de un campo de acción específico diseñado para asegurar la completa participación de la juventud en la sociedad (Ivanovskis y Rupkus 2015). Más recientemente, la Estrategia de la UE para la Juventud 2019-2027 hizo referencia a la necesidad de adoptar un enfoque más sistemático para una calidad de la información juvenil, su alcance y difusión tomando como base las redes existentes (Comisión Europea, 2018).

A lo largo del tiempo la información juvenil ha tenido que adaptarse a sociedades cambiantes, los desarrollos en la tecnología y medios de comunicación, las dificultades con las que se encuentra la gente joven al intentar encontrar un lugar en la sociedad y una creciente demanda de orientación. Hoy en día el sector sigue evolucionando y adaptándose. La gente joven no se enfrenta a los mismos retos que hace diez o cinco años y no buscan información y orientación de la misma manera ni sobre los mismos temas. Por lo tanto, es crucial que los servicios de información y asesoramiento juvenil estén actualizados y conozcan las formas en las que la gente joven accede a la información, para así garantizar que el asesoramiento e información recibidos satisfacen sus necesidades. Este es el motivo por el que el proyecto *Future Youth Information Toolbox* llevó a cabo la encuesta sobre necesidades, tendencias y temas relevantes en la población joven por toda Europa, además de así poder contribuir al **empoderamiento de una generación de gente joven autónoma y bien informada**.

### 3. Metodología y Muestras

En 2017 las organizaciones del proyecto [Youth.Info: Future Youth Information Toolbox](#) financiado por la UE, con la colaboración de diferentes entidades y miembros de la red ERYICA llevaron a cabo una encuesta para recopilar datos sobre los servicios de información juvenil y sus necesidades.

El objetivo del estudio era comprender las futuras necesidades de la gente joven ante la información, la calidad actual del servicio y la satisfacción de los usuarios, e identificar las áreas de perfeccionamiento para que los servicios de información y asesoramiento juvenil puedan diseñarse en función de las futuras demandas. La recopilación de datos se hizo a través de una encuesta cuestionario en **20 idiomas y en 18 países de toda Europa**. Los países fueron:

País	Encuestas completadas	País	Encuestas Completadas
Irlanda	86	Luxemburgo	107
Lituania	1048	República de Macedonia del Norte	29
Ucrania	97	Finlandia	56
España	391	Croacia	13
Austria	58	Chipre	13
Letonia	85	República Checa	9
Portugal	683	Estonia	8
Francia	44	Bélgica	3
Alemania	73	Noruega	7

Tabla 2: Países participantes y número respectivo de encuestas completadas

A pesar del esfuerzo por mantener una igualdad, algunos países generaron más respuestas que otros. Por dicha razón, los datos están orientados más en Lituania y Portugal, los cuales generaron más de la mitad de las respuestas. No obstante, los otros países también recopilaron una cantidad sustanciosa de respuestas que también genera un grupo de muestra bastante representativo. La encuesta iba dirigida **tanto a los usuarios de los servicios de información juvenil como a las personas que no hacen uso de ellos (no usuarios)** para así conseguir un panorama lo más amplio posible. Por consiguiente, se usaron dos modelos diferentes de cuestionario para recopilar respuestas de dos modelos diferentes de población. El cuestionario dirigido a los usuarios pretendía dar a conocer el grado de satisfacción actual de los usuarios de los servicios de información juvenil, mientras que el cuestionario dirigido a los *no usuarios* se enfocaba en las posibles carencias en los servicios identificadas por este grupo. Además, se incluyeron preguntas sobre la alfabetización mediática e informacional<sup>1</sup> para tener una idea de las habilidades de la gente joven a la hora de gestionar la información.

1 "La alfabetización mediática e informacional reconoce el rol principal que desempeña la información y los medios de comunicación en nuestra vida diaria. En la libertad de expresión e información radican la evaluación crítica del contenido y la toma de decisiones informada como usuarios y productores de información y contenido mediático, ya que dicha libertad otorga a la ciudadanía el poder de entender las funciones de los medios de comunicación y otros proveedores de información." UNESCO (2017) [La Alfabetización Mediática e Informacional como un Concepto Multidimensional](#).

El cuestionario se elaboró primero en inglés y luego se tradujo a 20 idiomas diferentes para los 18 países participantes. Se usó la plataforma *SurveyMonkey* para crear y compartir el cuestionario y luego recopilar las respuestas en los idiomas respectivos. Aunque la población a la que iba dirigida el estudio era la gente joven de los países participantes, para determinar un número de muestras uniformes se fijó un mínimo de 50 usuarios y 25 *no usuarios* de los países que participaron. La encuesta estuvo disponible desde el 1 de noviembre hasta el 1 de diciembre de 2017. Dentro de este periodo, un total de 6.212 individuos empezaron a participar en la encuesta. Se completaron 2.809 encuestas (45%) que fueron consideradas en análisis posteriores, y de las cuales **1.380 eran por parte de los usuarios y 1.429 de los no usuarios**. Con un 49% de usuarios y un 51% de no usuarios, la *figura 1* muestra que en general ha habido un equilibrio adecuado dentro del grupo de encuestados como para analizar ambas experiencias.

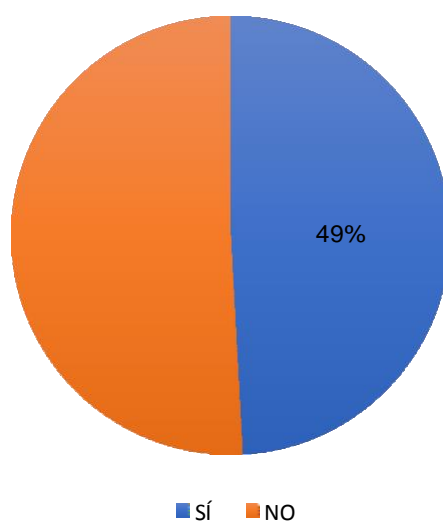


Figura 1: Distribución Usuarios/No usuario

La proporción entre los usuarios y los *no usuarios* incluidos en el estudio es equitativa en cuanto a participación. La inclusión de los *no usuarios* no sólo ayudará a conocer las posibles áreas de perfeccionamiento, sino que también comparará sus respuestas con las de los usuarios para poder identificar las carencias potenciales de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

Con el fin de conocer mejor las diferencias entre los usuarios y los *no usuarios*, las siguientes fases del informe analizan los dos grupos por separado y compara los resultados en la fase final. Para poder mantener una comparación clara entre ambos grupos se dividió el cuestionario en tres grandes áreas: **demografía, calidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil y evaluación y fiabilidad de la información**. En la siguiente fase analizaremos primero la demografía, la experiencia en el uso y el comportamiento informacional de los usuarios y, a continuación, las de los *no usuarios*.

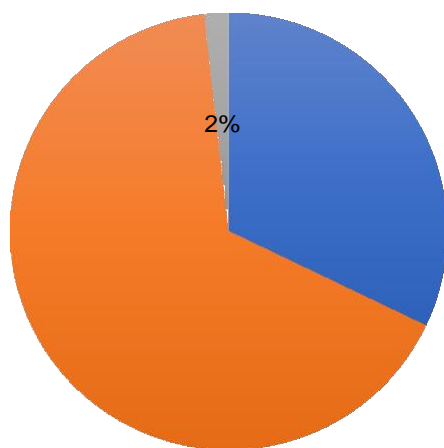
## 4. Usuarios de Servicios de Información y Asesoramiento Juvenil

Esta sección analiza la demografía general de los usuarios que participaron en la encuesta. El cuestionario recopiló información sobre el **género, edad, nivel educativo, residencia y el estado académico y personal actual**.

### 4.1. Demografía: Usuarios

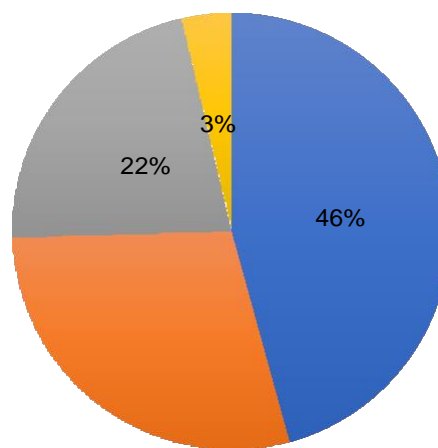
#### 4.1.1. Edad y género de los usuarios

De los 1,380 usuarios, 443 eran hombres, 913 eran mujeres y 24 eligieron no mencionar su género. Esto significa que el **66% de los usuarios que participaron y completaron la encuesta eran mujeres**, frente a un 32% de hombres que formaron parte del grupo de muestra de usuarios. La edad de los usuarios también fue representativa y se inclinaba hacia la gente más joven. Tal y como muestra la *figura 3*, el 46% de los encuestados tenía entre 12 y 18 años, frente al 30% aproximado de gente entre los 19 y 24 años de edad. Esta importante inclinación hacia la gente menor de 24 años es bastante lógica, ya que este es el grupo poblacional que está pasando por transiciones importantes y necesita información de fuentes fiables para tomar decisiones informadas que tendrán un impacto en sus vidas. Sin lugar a dudas, **la mayoría de los usuarios** de los servicios de información y asesoramiento son personas jóvenes que no alcanzan los 24 años de edad.



■ HOMBRE ■ MUJER ■ Otros

Figura 2: Género de los usuarios (%)



■ 12-18 Años ■ 19-24 Años ■ 25-29 Años ■ 30+ Años

Figura 3: Edad de los usuarios (%)

### 4.1.2. Residencia actual de los usuarios

Se recopilaron datos relativos al área de residencia actual y edad de los usuarios. Con el fin de evitar direcciones específicas, se dio a elegir entre cuatro categorías: **ciudad grande, ciudad intermedia, pueblo y área rural o villa**. El factor determinante para el tamaño de la ciudad era su población. Las ciudades con más de 50.000 habitantes se consideraron grandes ciudades, mientras que por debajo de ese número se consideraron ciudades intermedias y las poblaciones por debajo de los 10.000 habitantes se consideraron pueblos. Aquellas áreas por debajo de ese rango se consideraron áreas rurales o villas.

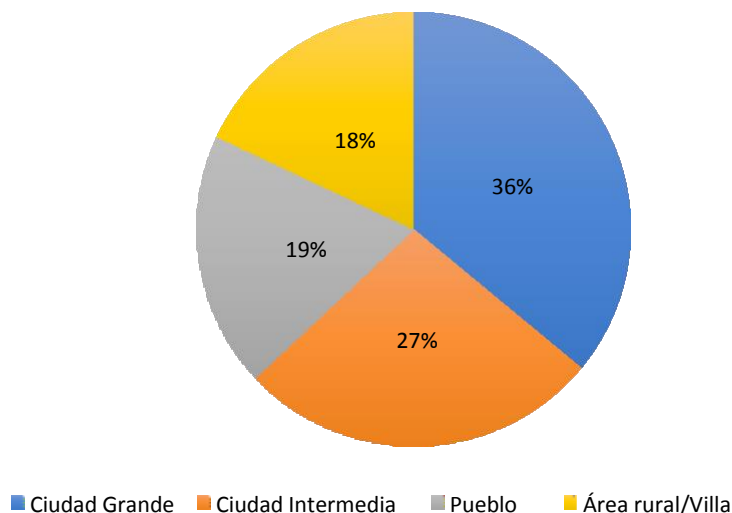


Figura 4: Residencia actual de los usuarios (%)

Recopilamos información de los usuarios tanto de ciudades grandes como de pueblos relativamente más pequeños o áreas rurales. **Más del 60% de la población joven de usuarios vive en ciudades grandes o intermedias**. Dicha tendencia es normal debido a que estas áreas tienen mayor densidad de población y, al mismo tiempo, una mayor cantidad de opciones en educación y oportunidades de trabajo, que pueden atraer a la gente joven de pueblos más pequeños y otras áreas rurales. Los servicios de información juvenil situados en áreas urbanas están por lo general mejor equipados y pueden abarcar una mayor cantidad de gente joven. Esto indica que la mayoría de los usuarios de ciudades relativamente grandes conocen las instalaciones y utilizan los servicios.

### 4.1.3. Nivel educativo de los usuarios

El nivel educativo de los usuarios fue otro atributo clave recogido en la encuesta. Los parámetros relativos a la educación abarcaban desde la educación primaria más baja hasta estudios de máster. La *figura 5* muestra que **una mayoría de los usuarios encuestados han completado la educación secundaria**.

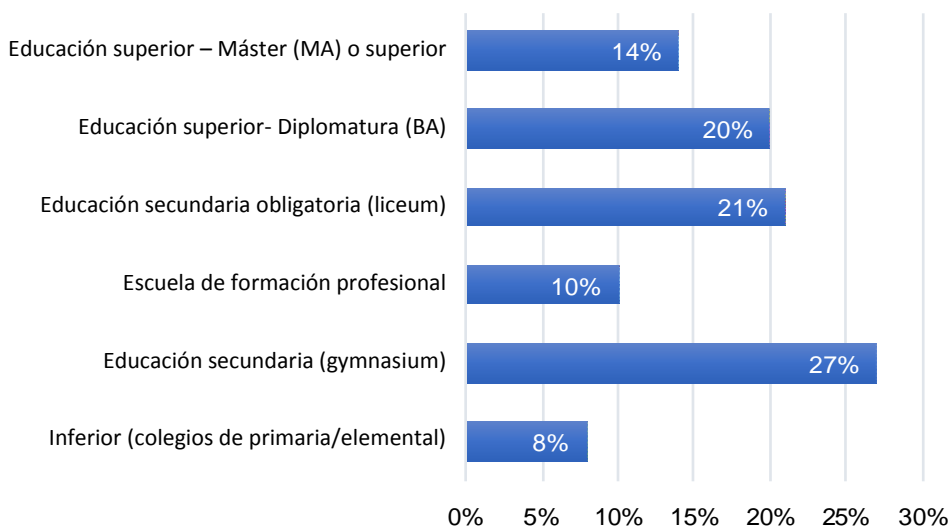


Figura 5: Formación académica de los usuarios (%)



De los 1.380 usuarios, 377 han terminado la escuela secundaria (gymnasium), lo que representa a la mayoría de la gente joven. Un total de 933 individuos, que engloban el 60% de la población, ha terminado los estudios comprendidos entre la educación secundaria y universitaria (diplomatura). Esto corresponde de nuevo con la imagen antes mostrada en la *figura 4*. Los dos subgrupos menos representativos fueron los estudiantes de formación profesional y educación primaria. En el caso de la educación primaria, esto puede deberse a que la mayoría de los encuestados ya había alcanzado un nivel académico superior y que la mayoría del grupo de usuarios entre los 12 y los 18 años están probablemente más cerca de los 18 que de los 12 años de edad.

En cuanto a las escuelas de formación profesional, en la mayoría de los países europeos suele haber un mayor número de individuos que ha completado la educación secundaria obligatoria en comparación con la formación profesional (Eurostat 2017). El hecho de que esto se vea reflejado en la encuesta resalta la representatividad del grupo de muestra. Además, la proporción de hombres graduados en formación profesional en la mayoría de países europeos es mayor que el número de mujeres graduadas. Teniendo en cuenta que la mayoría de los usuarios encuestados son mujeres, se explica también por qué menos encuestados han alcanzado el nivel educativo de formación profesional.

Las personas más mayores dentro de los subgrupos, es decir, **aquellas que poseen un título de Máster, hacen un uso menos frecuente de los servicios de información juvenil**, probablemente porque no se consideran un grupo destinatario o porque sienten que tienen más recursos y una mayor autonomía para satisfacer sus necesidades de información.

#### 4.1.4. Estado actual de los usuarios

La última característica demográfica de los individuos fue la situación personal (estado social y profesional) de los encuestados. Dentro del grupo de usuarios, cerca de la mitad de la población estaba estudiando en escuelas o universidades. Esto se corresponde con la última pregunta en cuanto a la calificación académica, que también indicaba que la mayoría de los usuarios estaban aún estudiando. Asimismo, **un tercio de los usuarios de los servicios de información y asesoramiento juvenil se ha incorporado a la vida laboral** de forma completa o parcial. 8% de los encuestados que han usado los servicios de información juvenil estaba en situación de desempleo. **Sólo el 2% de los usuarios no estaba en búsqueda de empleo ni se hacía cargo de sus hogares.**

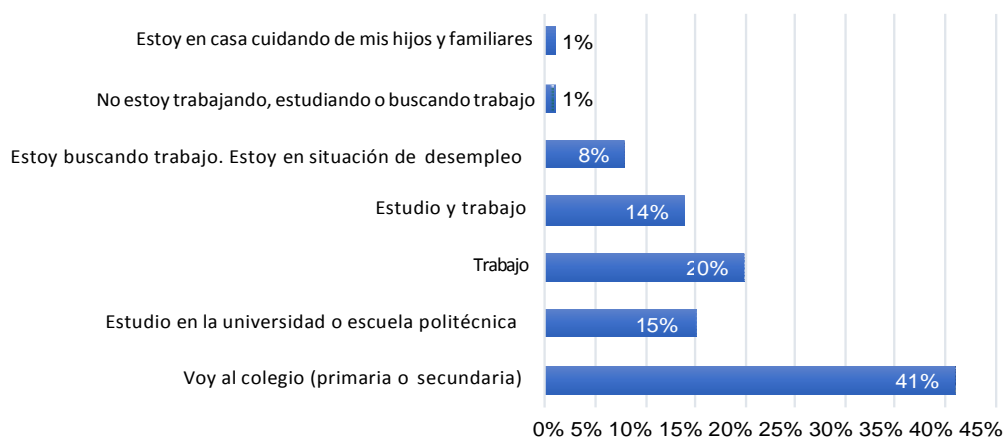


Figura 6: Situación personal (estado social y profesional) de los usuarios (%)

Tal y como se predijo, **cerca del 70% de la población está estudiando o trabajando y estudiando**. Esto refleja la tendencia observada anteriormente en la demografía de los usuarios.

El resultado global de las características de la población usuaria encuestada mencionadas hasta ahora es el de un grupo joven de estudiantes, con una ligera mayoría de mujeres, residentes en su mayoría de áreas urbanas y estudiando en colegios/instituciones educativas. Una mayor concentración de instituciones educativas, en especial instituciones de educación superior, y más oportunidades laborales en las ciudades grandes o intermedias explica la tendencia de una mayor cantidad de gente joven residiendo en áreas urbanas. Para explicar esto, es importante tener en cuenta que cerca del 40% de los usuarios encuestados han completado la educación secundaria obligatoria o universitaria y, por lo tanto, pueden estar cursando un nivel educativo superior, trabajando o a punto de entrar en la vida laboral. Como parte de una sociedad rápida y fluida, tienen el conocimiento adecuado sobre los servicios de información y asesoramiento juvenil disponibles y, además, han hecho uso de ellos. La edad, residencia, género, calificación académica y estado social y profesional actual, en su conjunto, pueden ayudarnos

a tener un mejor conocimiento de las tendencias mostradas en las respuestas relativas a la calidad del servicio y la alfabetización mediática e informacional. La conexión entre los resultados y la demografía de los encuestados también serán de ayuda a la hora de diseñar y estructurar la futura expansión de los servicios y ayudar a más gente joven a través de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

En la próxima sección analizaremos la experiencia de los usuarios con el servicio y su grado de satisfacción en términos de facilidad en el uso y autenticidad de la información. La fiabilidad de la información hace referencia a información precisa, completa y de confianza en cuanto a la representación de los hechos. El análisis se desarrollará incluyendo la demografía de los usuarios para proporcionar una explicación

## 4.2. La calidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil: Perspectiva de los usuarios

Esta sección analiza las preguntas sobre la experiencia con el servicio por parte de los usuarios. El análisis incluye la facilidad en el acceso, la ayuda recibida, preferencias a la hora de recibir información sobre diferentes áreas temáticas y los canales elegidos. El análisis se desarrollará en relación con la duración y frecuencia de uso.

### 4.2.1. Duración del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil

Cuando se preguntó a los usuarios sobre la duración del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil, **cerca del 55% pudieron recordar que su interacción con el servicio no superaba los tres años.** El segundo subgrupo más grande usó los servicios de información juvenil entre cuatro y seis años. Más abajo en la pirámide estaban los participantes que han usado los servicios de información juvenil durante menos de un año, mientras que alrededor de 150 individuos aseguraron usar los servicios durante más de 10 años.

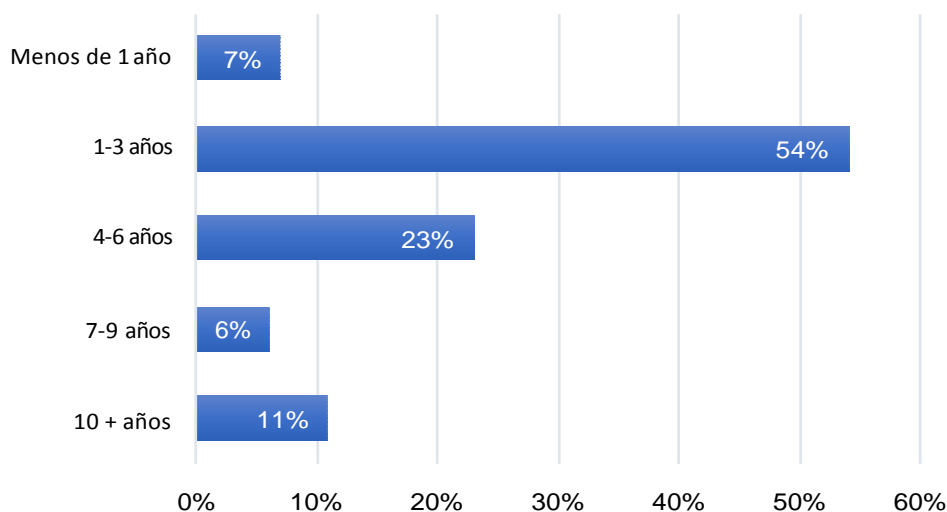


Figura 7: Duración del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil (%)

La distribución de la duración del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil corresponde con los anteriores atributos demográficos de los usuarios. El grupo de usuarios más joven tiene entre 12 y 18 años y también es el grupo que ha usado los servicios de información juvenil durante 1 - 3 años. Asimismo, el segundo grupo más joven ha usado los servicios durante 4-6 años. El subgrupo más mayor es el que asegura haber usado los servicios durante más de 10 años. Este también es el grupo con el mayor nivel académico. **Los encuestados que aún están asistiendo a la escuela tienen más posibilidades de haber usado los servicios de información y asesoramiento juvenil durante 1-3 años,** mientras que el subgrupo que tiene una educación más avanzada tiene más posibilidades de haber usado los servicios durante 4-6 años.

### 4.2.2. Frecuencia del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil

Esta pregunta pretendía dar a conocer con qué frecuencia se hace uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil. La gráfica muestra que casi un 60% del grupo de usuarios usó el servicio entre 1 y 5 veces, mientras que un tercio de los usuarios ha utilizado los servicios entre 10 y 20 veces y un 20% de los usuarios los usaron más de 20 veces.

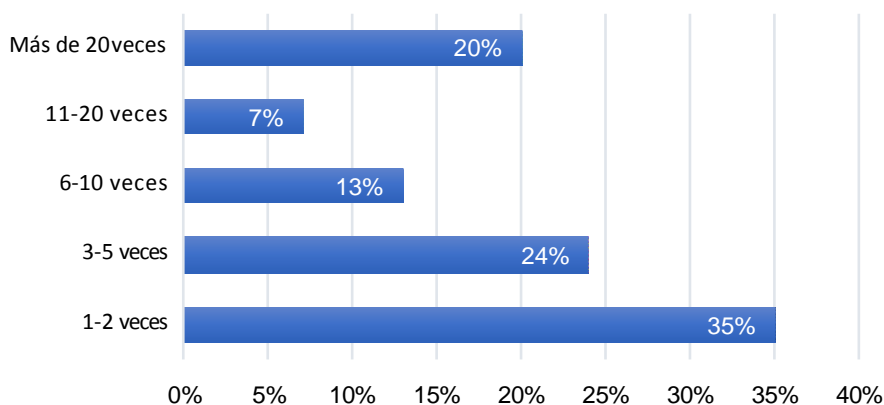


Figura 8: Frecuencia del uso de los servicios de información y asesoramiento juvenil (%)

El resultado general sobre la frecuencia de uso del servicio corresponde bien con las respuestas anteriores. Sin duda la edad y la duración de uso han influido en la frecuencia. Por lo tanto, es probable que la edad y la duración de uso sea proporcional a la frecuencia de uso. El grupo más joven hizo uso del servicio de 1 a 2 y de 3 a 5 veces, mientras que el segundo grupo más mayor lo hizo de 6 a 20 veces. El grupo más mayor, debido a su edad y la duración de uso, contactaron con los servicios con más frecuencia que el resto. Sin embargo, en general, los resultados muestran que el **64% de los usuarios han usado el servicio múltiples veces** (3 veces o más de 20) y por lo tanto estaban satisfechos con la primera experiencia que tuvieron con el servicio. Este resultado será más evidente cuando se analice el grado de satisfacción de los usuarios más adelante en el informe.

#### 4.2.3. Acceso a la información por parte de los usuarios y nivel de dificultad

La experiencia de los usuarios con los servicios de información y asesoramiento juvenil se puede evaluar analizando la facilidad de acceso a diferentes áreas de información. En la encuesta, se identificaron **11 áreas diferentes en las que la información es imperativa para tomar decisiones**. En la *figura 9* se han representado 9 de estas áreas de información usando la escala de Likert de 5 puntos, en la que 5 representa el máximo nivel de facilidad en el acceso.

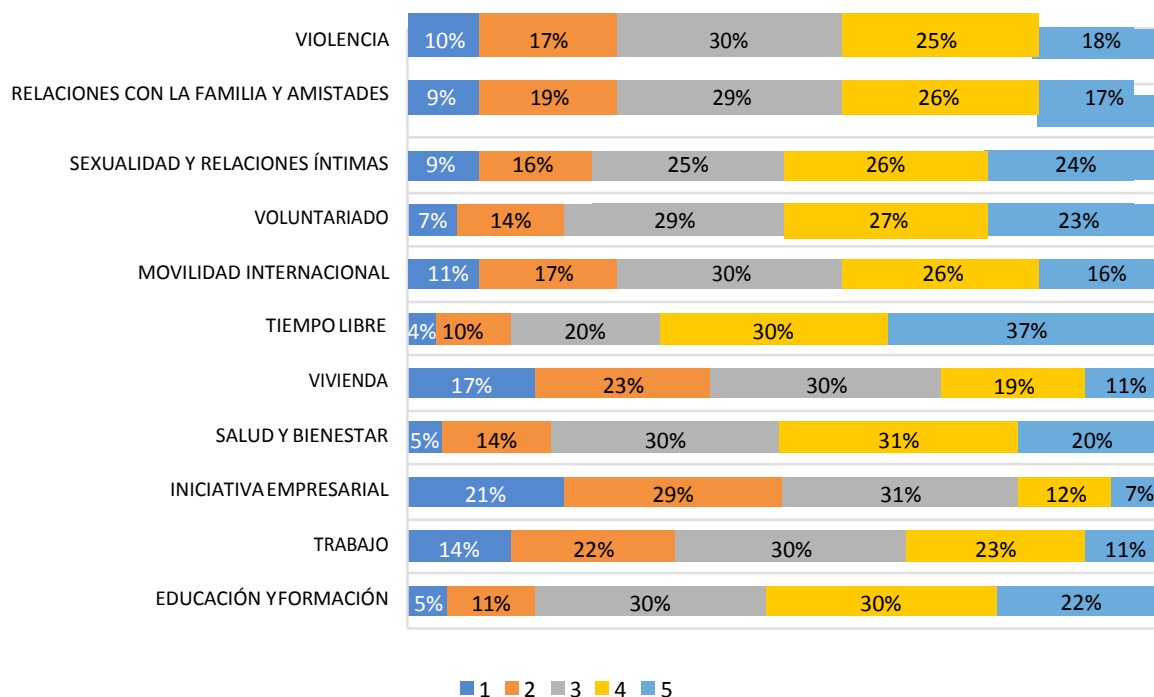


Figura 9: Facilidad en el acceso a la información por parte de los usuarios en la escala de Likert de 5 puntos: 1 muy difícil - 5 muy fácil

Con los resultados se observó que el tiempo libre, es decir, las actividades de ocio, es el área con más información disponible y accesible. Después del tiempo libre, está la educación. Los participantes opinan que es bastante fácil acceder a la información en materia de escuelas, universidades y cursos. A un nivel parecido al de la educación, están las áreas de sexualidad y voluntariado. No obstante, el acceso a la información **parece algo complicado en áreas como la vivienda y la iniciativa empresarial**, seguidas por el empleo. Sin embargo, es importante recordar que la mayoría de los usuarios es gente joven entre los 12 y 24 años. En la *figura 10* podemos ver que casi un 40% de los usuarios contestó que ni sabían ni tenían la experiencia suficiente para buscar información sobre iniciativa empresarial (37%) o vivienda (38%). Por lo tanto, les sería difícil juzgar el nivel actual de la facilidad en el acceso a información en estas áreas. Sería necesario un análisis más cualitativo para poder hacer una afirmación fundada sobre si es una cuestión de relevancia o de interés en estas áreas en particular.

En análisis posteriores se observó que la facilidad percibida en el acceso a la información está relacionada de manera positiva con la frecuencia de visitas a los servicios de información y asesoramiento juvenil. La comparación entre la frecuencia de visitas y la facilidad percibida en el acceso mostró que los individuos **que habían usado los servicios de información y asesoramiento juvenil con más frecuencia tendían a percibir más facilidad en el acceso a la mayoría de las áreas de información**, que aquellos que habían usado los servicios con menos frecuencia. Por ejemplo, un individuo que asegura haber usado el servicio de información juvenil unas cinco veces percibe el acceso a la información sobre educación y vivienda como una tarea más fácil que un individuo que ha usado las instalaciones con menos frecuencia. De manera similar, el acceso a la información sobre empleo y vivienda era más fácil para la gente joven que había tenido contacto con los servicios. Esta tendencia indica que cuanto mayor sea el número de contactos con los servicios, más fácil resulta el acceso a la información.

#### 4.2.4. Asistencia de los servicios de información y asesoramiento juvenil

La evaluación de los niveles de facilidad percibida en cuanto al acceso a información en diferentes áreas nos lleva a la siguiente pregunta: ¿Qué ayuda suponen los servicios de información y asesoramiento juvenil a la hora de proporcionar asistencia adecuada a sus usuarios en estas áreas? Se representaron las percepciones de los participantes, siguiendo los mismos parámetros y la escala de Likert de 5 puntos. A partir del siguiente cuadro, se puede sugerir que los servicios de información y asesoramiento juvenil están considerados de gran ayuda.

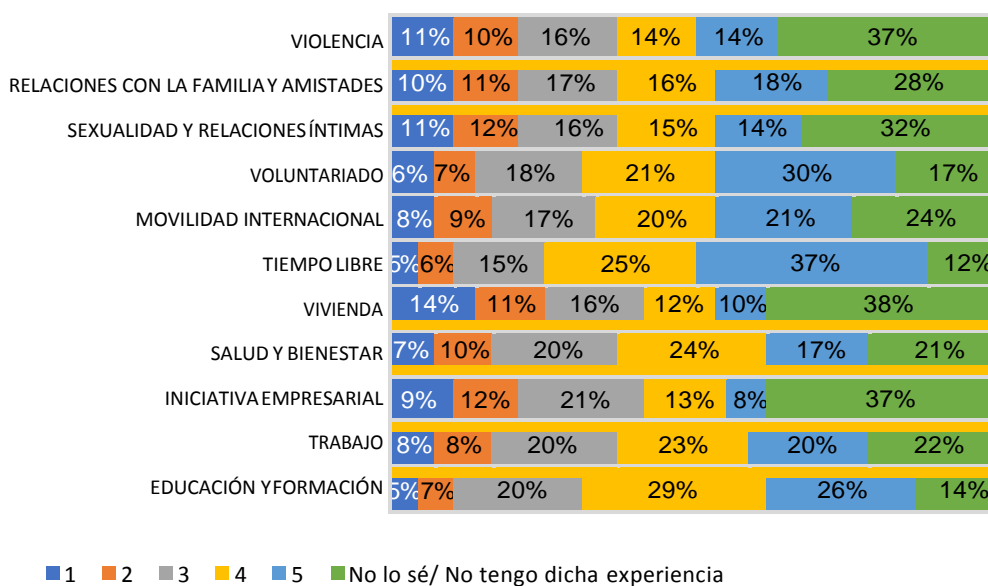


Figura 10: Asistencia de los servicios de información y asesoramiento juvenil escala de Likert de 5 puntos: 1 de poca ayuda - 5 de gran ayuda

**Se consideraron de gran utilidad los servicios de información juvenil a la hora de proporcionar información sobre el tiempo libre.** Le siguieron las áreas de **voluntariado y educación**, y así la tendencia corresponde con la respuesta anterior, que afirmaba que en estas dos áreas la información era fácil de conseguir. Esto puede ser un reflejo del trabajo de los servicios de información y asesoramiento juvenil. Por otra parte, en áreas tales como **la sexualidad, relaciones y violencia los servicios de información y asesoramiento juvenil no estaban considerados de suficiente ayuda**. Sin embargo, esto puede ser argumentado como en la respuesta anterior: es posible que haya un gran número de usuarios jóvenes que no se sientan los suficientemente cómodos en pedir información en dichas áreas, creando así dicha percepción. De forma paralela a la respuesta anterior, **la vivienda y la iniciativa empresarial se siguieron considerando áreas difíciles** dentro de la mayoría de los encuestados entre los 12-24 años. Ya que la mayoría de los encuestados no han terminado aún sus estudios, estos temas parecen

ser de menor relevancia para ellos y por lo tanto no parecen tener mucha experiencia en usar los servicios de información y asesoramiento juvenil para adquirir información sobre estas cuestiones, en comparación con otras áreas.

#### 4.2.5. Demanda de información por parte de los usuarios

Después de estudiar la percepción de los usuarios en cuanto a la calidad del servicio, quisimos conocer los campos de información que la gente joven percibe como importantes. Arrojar algo de luz sobre la demanda de la gente joven nos ayudará a conocer las áreas que deben ser mejoradas en cuanto a calidad e información accesible. Las respuestas de los usuarios mostraron que un 40% de ellos consideran **que debe darse más prioridad a las áreas de empleo y educación**.

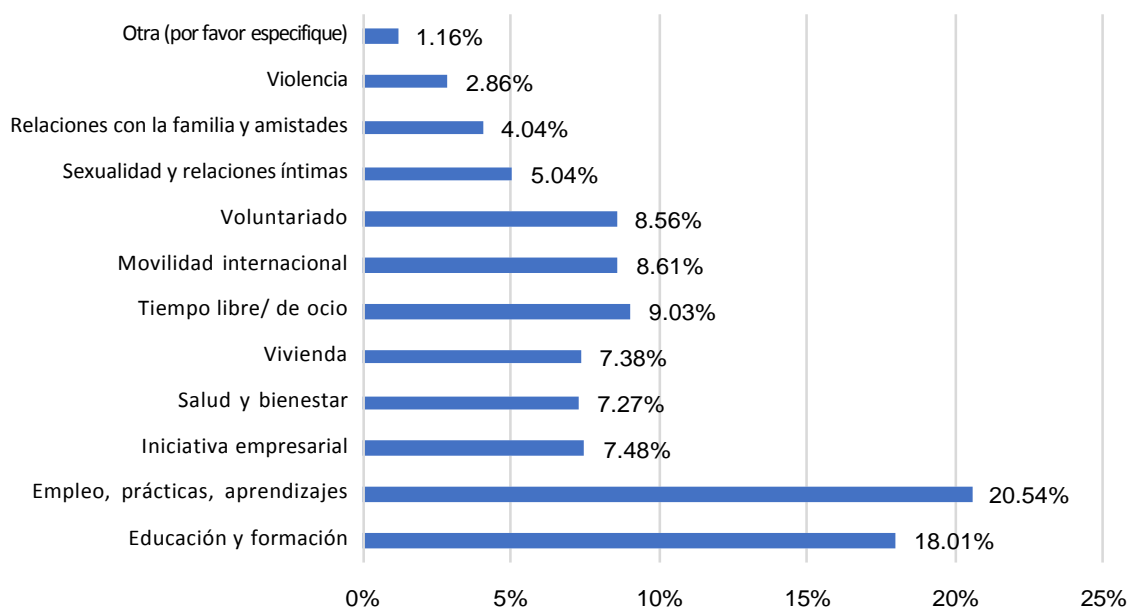


Figura 11: Demanda de información por parte de los usuarios

Esta inclinación hacia el campo de la educación y el empleo es predecible, ya que, debido a su edad, **el 60% de los usuarios están en la transición hacia un nivel académico diferente o hacia el mercado laboral**. Es posible que los estudiantes que asisten a las escuelas o universidades den más importancia a la fase educativa o a la posterior, que es el mercado laboral. Además, el 25% de los usuarios marcaron como importantes las áreas de voluntariado, movilidad internacional y tiempo libre en el suministro de información. Por otra parte, las áreas **de violencia, relaciones y sexualidad recibieron menos interés**. Se puede argumentar que este grupo en particular podría no percibir los servicios de información juvenil como un lugar donde pedir asesoramiento e información sobre esos temas, o que puede recibir ayuda a través de otros canales o servicios. Algunos de ellos también podrían considerar que no necesitan asesoramiento e información en estas áreas. Además, las características específicas del grupo de muestra y/o algunos aspectos culturales podrían también explicar este resultado. En cualquier caso, sería necesario un análisis más cualitativo para poder hacer afirmaciones más concluyentes sobre este resultado en particular. En cuanto a otras áreas, **pocos usuarios mencionaron el voto o la igualdad de género**.

Desde otro punto de vista, **la falta de experiencia en la solicitud de información sobre un tema en particular podría ser también una razón que determine los campos que los usuarios consideran importantes**. Por ejemplo, los usuarios que encontraron dificultades en el acceso a información sobre iniciativa empresarial también mencionaron que no tenían experiencia en esta área. Esto dio lugar a una situación predecible en la *figura 10*, donde la iniciativa empresarial no recibió mucha importancia por parte de la gente joven. Aún más importante es el hecho de que se pidió a los usuarios que eligieran como mucho 3 opciones. Esto influyó bastante en la elección de la mayoría y, al ser esta estudiante y trabajadora a tiempo parcial, la mayoría se inclinó por dar más importancia a las áreas que actualmente le son más relevantes.

#### 4.2.6. Presentación de la información: Preferencias de los usuarios

Junto con la demanda de información, es de vital importancia conocer las **fuentes** apropiadas para el grupo destinatario en cuestión, para así poder **canalizar información juvenil de calidad** sobre las áreas deseadas. La mayoría del grupo de muestra

de los usuarios eran jóvenes y estaban cursando sus estudios. Ya que representan la generación de nativos digitales, es posible que tengan diferentes comportamientos a la hora de buscar información. La gráfica muestra que sólo **el 2% de los usuarios está interesado en recopilar información de medios de comunicación tradicionales**, y solo **el 5% de materiales impresos, tales como folletos y librillos**.

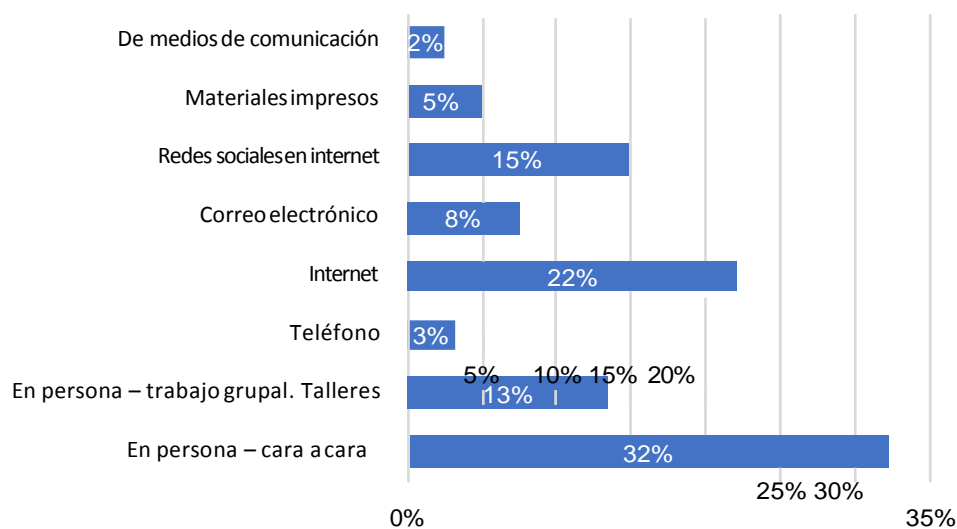


Figura 12: Canales preferidos por los usuarios para acceder a información

Es evidente que la mayoría de los usuarios **prefiere recibir información en persona, a través de un buscador o las redes sociales**. Mientras que el 32% de los usuarios quiere recibir información de manera presencial, el 22% prefiere los buscadores de internet y el 15%, las redes sociales. La pregunta sólo permitía seleccionar dos opciones de los siete totales. Es posible asumir que internet es el canal preferido, siempre cuando se pueda acceder a la información de manera autónoma, en cualquier momento y en cualquier lugar. Sin embargo, si es necesario hacer una visita a una organización para recibir un servicio más personalizado, la comunicación cara a cara sigue siendo la más deseada. Debido a la popularidad del cara a cara en los servicios de información y asesoramiento juvenil y el interés en las fuentes de información juvenil disponibles en internet, se puede asumir que en los próximos años **las videollamadas y las aplicaciones de mensajería instantánea ganarán cada vez más popularidad dentro de los servicios de información y asesoramiento juvenil**. En el estudio de prospectiva, llevado a cabo de forma paralela a esta encuesta, los expertos resaltaron la importancia cada vez mayor de los servicios personalizados y adaptados, como por ejemplo las videollamadas.

Del análisis anterior se puede observar una tendencia generalizada. El grupo de usuarios encuestados tiene una mayoría de individuos estudiantes, que han usado o conocen los servicios de información y asesoramiento juvenil desde hace una media de tres años. Dentro de este periodo, casi un 60% usó el servicio de 1 a 5 veces. Ocio, salud y educación fueron las áreas en las que consideraron que la información era fácil de acceder. También se observó que una mayoría cree que **los servicios de información juvenil han sido de ayuda el suministro de información en materia de ocio, voluntariado, empleo y educación**. Asimismo, los usuarios dieron la máxima importancia a las áreas de educación y empleo. Para acceder a la información, la gente joven prefirió la asistencia cara a cara (32%), los buscadores en internet y páginas web (22%) y las redes sociales (15%).

### 4.3. Evaluación y fiabilidad de la información: Usuarios

En esta fase analizamos la percepción de los usuarios ante diferentes fuentes de información en términos de fiabilidad, grado de confianza en la información obtenida de estas fuentes y la evaluación de sus respuestas en relación con los parámetros de alfabetización mediática e informacional. El análisis es de particular importancia ya que identifica los canales que la gente joven percibe como más fiables y nos ayuda a **conocer cómo los usuarios confían en la información a la que acceden a través de diferentes medios**. Además, también es necesario que conozcamos al grupo que estamos estudiando. Por lo tanto, en una parte de esta fase se analiza el comportamiento informacional y la alfabetización mediática e informacional de los usuarios.

### 4.3.1. Fuentes de información fiables para los usuarios según el área de interés

En esta parte de la encuesta, se les pidió a los usuarios que mencionaran las fuentes que consideraban más fiables en cada área de interés. Las opciones eran: páginas web, redes sociales, radio y televisión, grupos de influencia (familia, amistades, etc.) y los centros de información juvenil. Se mantuvieron las mismas áreas de información que anteriormente y también se incluyó la opción de "No sé" en el caso de que el usuario no tuviera experiencia en un campo en particular o no estuviera seguro de su respuesta. El panorama general muestra que los **servicios de información juvenil** y las **páginas en internet** se consideran las fuentes de información más fiables.

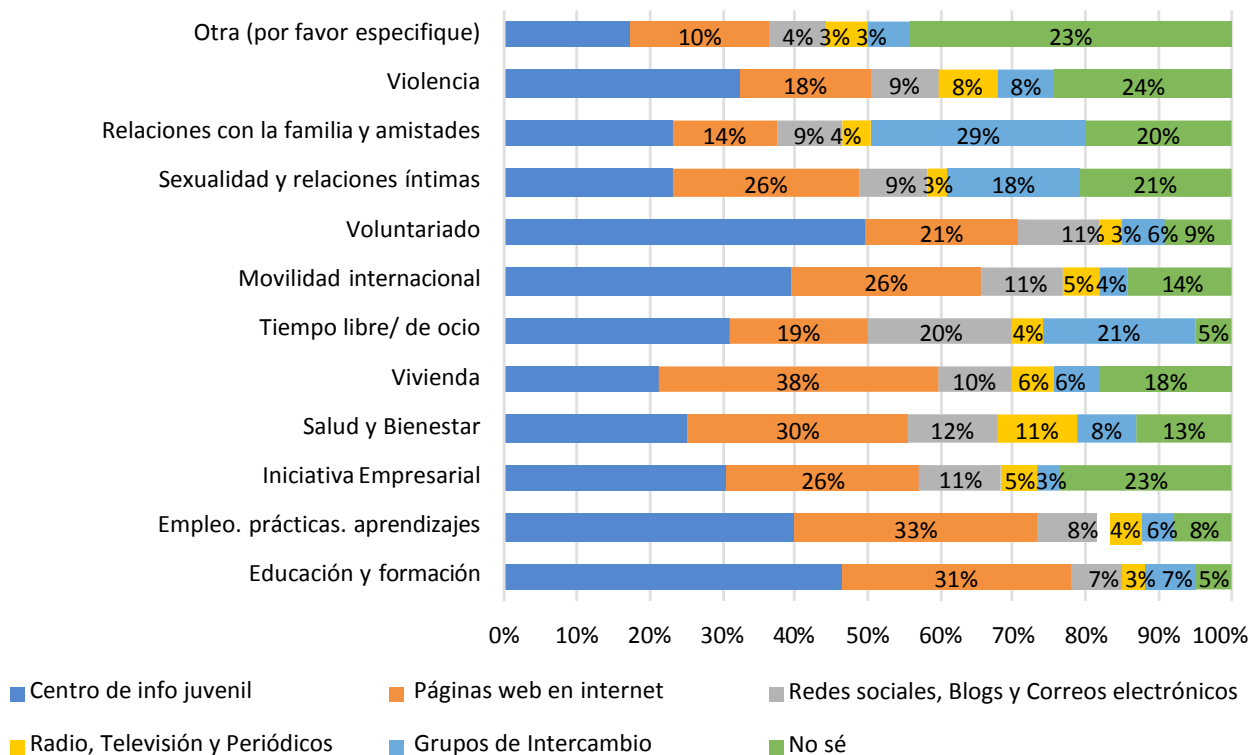


Figura 13: Fuentes de información más fiables por área de interés según los usuarios

Los centros de información juvenil se consideraron fuentes de información fiables en las áreas de voluntariado, educación, movilidad internacional y empleo. Prácticamente igual de fiables se consideraron tanto los servicios de información juvenil como el internet en las áreas de salud y bienestar e iniciativa empresarial. Por otra parte, los usuarios consideraron más fiable la información de internet en materia de vivienda. Otro descubrimiento interesante es que, en cuanto a la información sobre familia y relaciones, el grupo de usuarios cree que los **grupos de influencia** (tales como amistades, la familia y otras personas cercanas) son más fiables que otras fuentes. Al mismo tiempo, la información relativa a la **sexualidad** se busca sobre todo **en internet** y se considera fiable.

### 4.3.2. Fiabilidad general de las fuentes de información según los usuarios

Después de hacer una lista de fuentes de información fiables según el área de interés, se les pidió a los usuarios que calificaran la fiabilidad de la información que obtenían de estos canales. El objetivo era saber si la gente joven considera que se está transmitiendo información de calidad a través de estas fuentes populares o si dudan de su fiabilidad. La gráfica muestra primero que es fiable la información obtenida de fuentes tales como los **servicios de información juvenil, clubs juveniles, monitores juveniles e instituciones educativas, siendo los servicios de información juvenil los más fiables**. Para conocer el nivel de fiabilidad percibida se usó la escala de Likert de 5 puntos, en la que 1 representa el grado de fiabilidad más bajo y 5 el más alto.

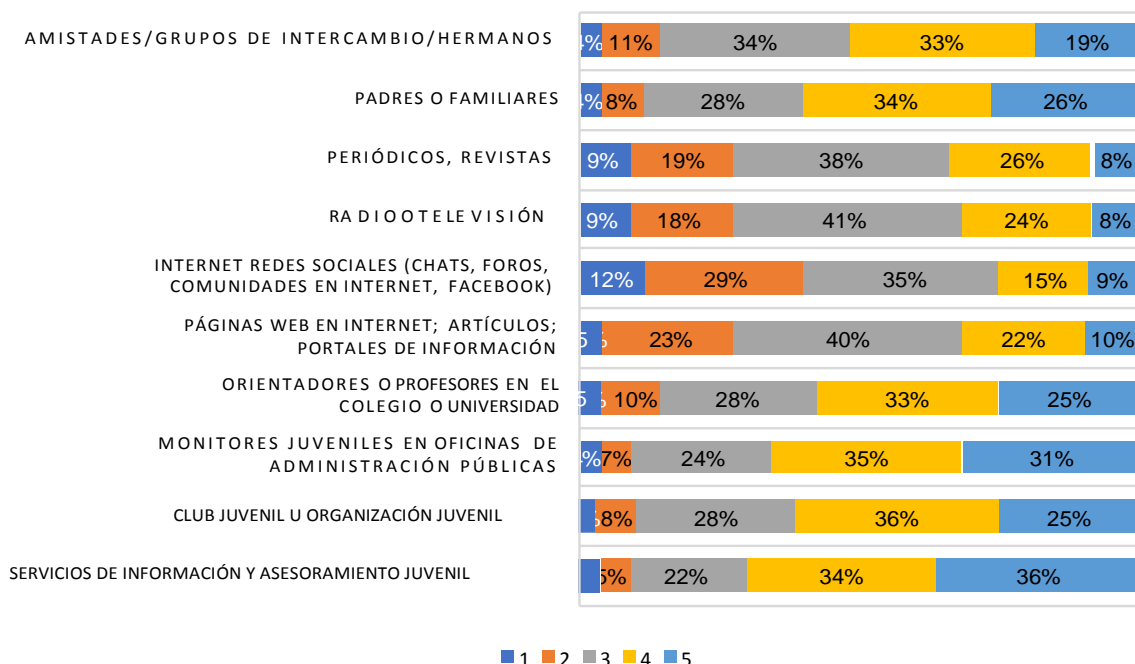


Figura 14: Fiabilidad de la información de diferentes fuentes según los usuarios  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 menos fiable 5 más fiable

Lo más sorprendente de estos resultados es que, a pesar de que el internet es la fuente de información más popular, los usuarios no creen que sea fiable. Una parte considerable de los usuarios encuestados **no consideran fiable la información obtenida en internet y las redes sociales**. La reciente tendencia de *fake news* (noticias falsas), las estafas en internet y el fraude cibernético han desempeñado un papel fundamental a la hora de crear esta percepción. Al mismo tiempo, **la mayoría de los usuarios confían en la información proporcionada por sus amistades y familiares**.

### 4.3.3. Satisfacción de los usuarios con los servicios de información y asesoramiento juvenil

También se preguntó a los usuarios sobre su grado satisfacción global con la información proporcionada por los servicios de información juvenil. La pregunta hacía referencia al impacto del servicio en la vida de los usuarios, su grado de satisfacción, la probabilidad de recomendar tales servicios a la gente de su entorno y, finalmente, a cómo evaluarían la información obtenida de estas fuentes. Para responder a la pregunta se utilizó la escala de Likert de 5 puntos con las siguientes opciones: muy en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y muy de acuerdo.

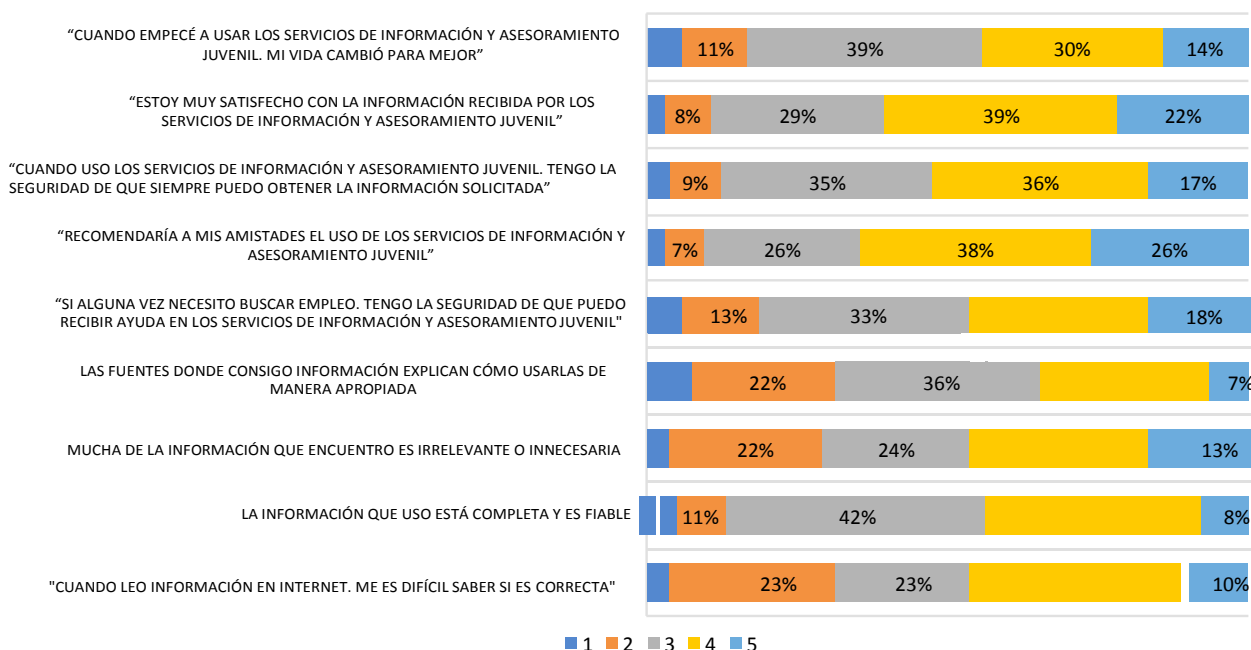


Figura 15: Satisfacción de los usuarios con los servicios de información juvenil  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo

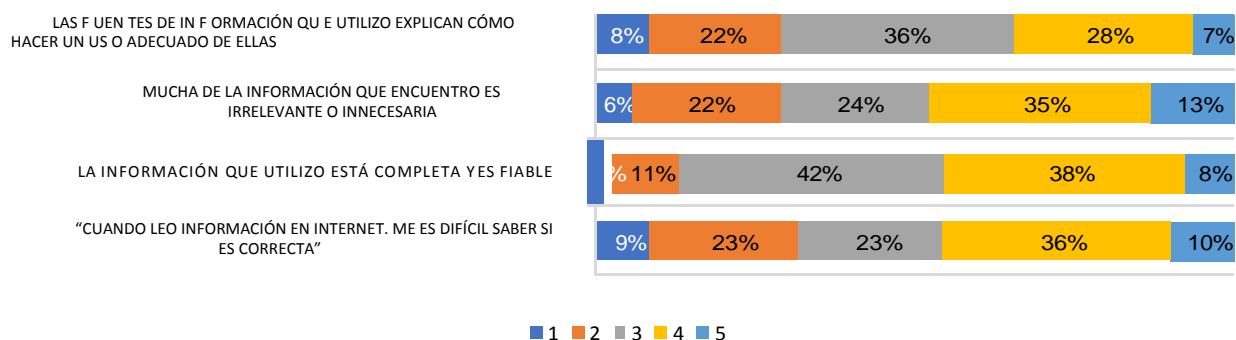


Según las respuestas de los usuarios, se pudo observar con claridad que **la mayoría estaba de acuerdo en que los servicios proporcionados por las estructuras de información juvenil habían contribuido a mejorar sus vidas**. Más del 60% de los usuarios estaban satisfechos o muy satisfechos con el servicio. Asimismo, mostraron una confianza adecuada en la calidad de la información proporcionada por los servicios de información y asesoramiento juvenil. Más de la mitad de los usuarios encuestados cree que la información es fiable y un porcentaje parecido podrían recomendar los servicios a sus amistades. Para resumir el grado de satisfacción de los usuarios, la mayoría **comparte un grado parecido, confían y consideran fiables los servicios de información juvenil como fuentes de información y podrían recomendarlos a terceras personas**.

#### 4.3.4. Alfabetización mediática e informacional de los usuarios

En este estudio sobre la calidad del servicio proporcionado por los servicios de información y asesoramiento juvenil, el análisis de los jóvenes usuarios del servicio es igual de importante. La calidad percibida del servicio y el grado de satisfacción dependen en gran parte del usuario del servicio. Los servicios de información y asesoramiento juvenil también tienen el objetivo de ayudar a la gente joven a ganar autonomía en su propia búsqueda de información a través de su alfabetización mediática e informacional. Por lo tanto, así como de proporcionar información y asesoramiento en función de las necesidades de los usuarios, los servicios de información juvenil tienen la misión adicional de aconsejar a la gente joven sobre cómo buscar y evaluar información de una manera crítica. La alfabetización mediática e informacional ocupa un lugar importante dentro del trabajo de los servicios de información y asesoramiento juvenil, por lo que son de vital importancia para este estudio. El uso del servicio puede ser impulsado por la capacidad de los usuarios para conocer los beneficios del servicio y para tener la seguridad suficiente como para usar la ayuda y las habilidades adquiridas a través del servicio, con el fin de tomar mejores decisiones y procesar la información de una manera crítica y autónoma.

La tabla de abajo (*figura 16*) nos ayuda a entender cómo los usuarios encuestados perciben y procesan la sobrecarga de información a la que se enfrentan, especialmente en internet. Se usó una escala de Likert de 5 puntos con las siguientes opciones: muy en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y muy de acuerdo.



*Figura 16: Competencias de evaluación de la información por parte de los usuarios.  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo*

En cuanto a la sobrecarga de información existente, **cerca del 50% de los usuarios cree que mucha de la información que encuentran es innecesaria e irrelevante**. Asimismo, más de la mitad de los encuestados dicen que la información que usan no siempre está completa y es fiable. **Casi la mitad de los usuarios también encuentran dificultades a la hora de evaluar la fiabilidad de la información a la que acceden**.

La *figura 17* pretende dar a conocer cómo evalúan y perciben los usuarios su nivel de alfabetización mediática e informacional. Los usuarios contestaron utilizando la misma escala de Likert de 5 puntos como en las preguntas anteriores.

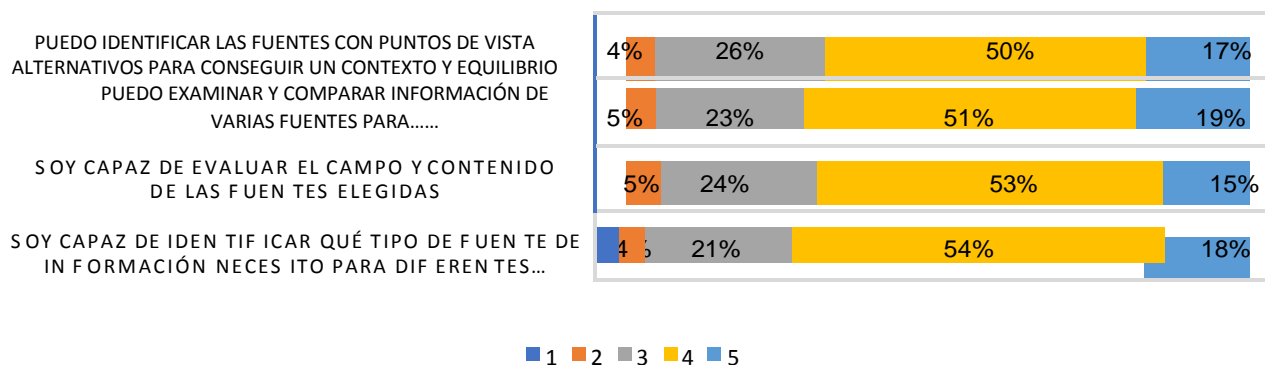


Figura 17: Alfabetización mediática e informacional de los usuarios  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy en desacuerdo – 5 muy de acuerdo

La figura de arriba muestra con claridad que la mayoría de los usuarios cree que poseen las competencias necesarias para identificar las fuentes de información fiables, procesar la información y evaluarla de manera apropiada. La gráfica indica que **alrededor del 70% de los usuarios cree que son bastante competentes a la hora de obtener y procesar información por sí solos**. Esto indica que la población joven, que reside en ciudades grandes o intermedias, y que ha usado los servicios de información juvenil con la suficiente duración y frecuencia, siente que tiene las competencias necesarias para identificar fuentes fiables y procesar la información obtenida. Sin embargo, en una pregunta anterior (figura 14), un parte considerable de los usuarios no consideró fiable la información de las redes sociales e internet. Esto indica que **la gente joven tiene una relación ambigua con la información en línea**.

#### 4.3.5. Influencia de la información compleja en los usuarios

Hasta ahora hemos observado que la mayoría de los usuarios estudiados tienen entre 12 y 24 años, estudian en instituciones educativas y una parte trabaja a tiempo parcial. Ya que forman una muestra representativa, es también necesario ver cómo este grupo de edad en particular gestiona información importante. A este respecto, preguntamos a los usuarios sobre su comportamiento informacional cuando se encuentran con información que requiere un pensamiento crítico, conlleva tomar decisiones o genera ansiedad, tensión y tristeza. Para responder a esta pregunta se volvió a utilizar la escala de Likert de 5 puntos con las opciones de muy en desacuerdo, en desacuerdo, neutral, de acuerdo y muy de acuerdo. Esta pregunta podría mostrar el grado de tolerancia de la generación joven hacia la información compleja y cómo reaccionan a ella.

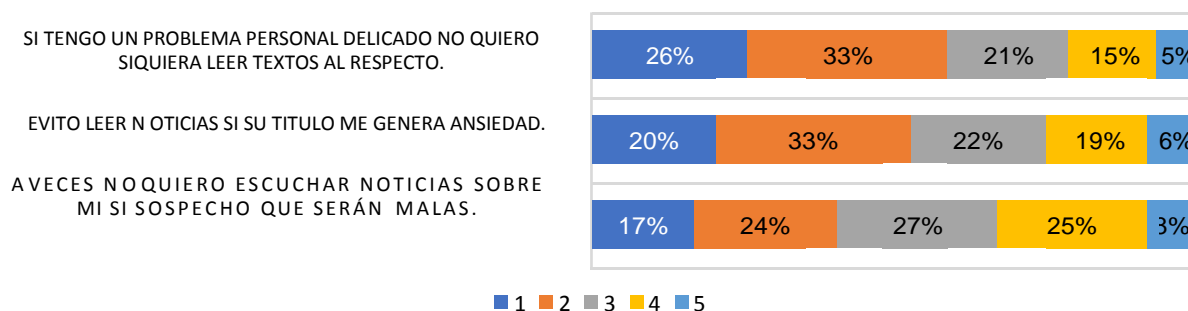


Figura 18: Influencia de la información compleja en los usuarios  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo

La gráfica muestra una clara distinción entre dos grupos en las tres preguntas. Alrededor del 60% del grupo de usuarios encuestados no cree evitar información relacionada con sus problemas personales. En la última pregunta sobre si evitan información cuando está relacionada con sus vidas, un **41% de los usuarios niega evitar información negativa relacionada con sus problemas, mientras que un 33% de los usuarios afirma evitar dicha información**. Lo interesante de estas tres preguntas es el grupo que evita la información, y esto puede interpretarse como una parte de la estrategia de la gente joven para dominar la información en un panorama complejo.<sup>2</sup> Se muestra que una persona puede ocultar sus necesidades de

<sup>2</sup> Definición de "evasión informacional" en Sairanen, A. & Savolainen, R. (2010). Avoiding health information in the context of uncertainty management. *Information Research*, 15(4), 8; Poirier, L. & Robinson, L. Informational balance: slow principles in the theory and practice of information behaviour. *Journal of Documentation*, 70(4), 687-707.

información, aunque sea consciente de la utilidad de la información para su bienestar y comodidad. Sin embargo, la vergüenza y el estigma pueden suponer obstáculos para acceder a información (Buchanan & Tuckerman 2016; Lingel & Boyd 2013). Esto es un asunto complejo y necesita seguir siendo estudiado para conocer el fenómeno con más detalle.

#### 4.4. Resumen de los resultados del grupo de usuarios

Del discurso sobre las preguntas acerca de los servicios de información y asesoramiento juvenil, podemos concluir que el grupo de muestra que hemos estudiado son en **su mayoría estudiantes entre los 12 y 24 años y residiendo en ciudades grandes o intermedias**, y una parte de ellos estudiando a tiempo completo o parcial. La mayoría de los usuarios conocían los servicios de información y asesoramiento juvenil y los habían usado durante 1-5 años múltiples veces. Una gran parte tenía una actitud positiva hacia los servicios de información y asesoramiento juvenil y, al mismo tiempo, manifestó **la dificultad en el acceso a la información y asesoramiento en áreas como la iniciativa empresarial, la vivienda y el empleo**. Los resultados mostraron que los usuarios encuestados tienen preferencia en obtener información sobre problemas personales y relaciones íntimas a través de sus familiares y amistades, aunque demandan **más información en las áreas de educación y empleo**. Esto muestra la necesidad inmediata de los usuarios, ya que son la mayoría estudiantes y/o están a punto de entrar en el mercado laboral.

Los usuarios identificaron las necesidades de información en las diferentes áreas y expresaron **su preferencia por la asistencia presencial** por encima de los buscadores en internet y las redes sociales. En cuanto a la satisfacción con el servicio y la fiabilidad de la información, los usuarios expresaron su confianza en la calidad de la información procedente de los servicios de información y asesoramiento juvenil, a la vez que sus **dudas ante la fiabilidad de la información adquirida en internet, a pesar de su gran popularidad**. Casi la mitad de los usuarios consideró que los servicios proporcionados por la estructura de información juvenil habían contribuido a mejorar su vida. **Más del 60% de los usuarios mostraron estar satisfechos o muy satisfechos con los servicios de información y asesoramiento juvenil**. Podemos concluir también que el grupo que está satisfecho o muy satisfecho suele residir en áreas urbanas. No obstante, también muestra una menor participación por parte de ciudades pequeñas y áreas rurales, la juventud desempleada y la gente joven que ni estudia, ni trabaja (*ninis*) ni están a cargo de sus hogares. En este aspecto, los servicios de información y asesoramiento juvenil deberían tomar medidas para garantizar un alcance más amplio dentro de este grupo destinatario, que en algunos casos podría beneficiarse mucho de un servicio con un enfoque y orientación personalizados.

Según los resultados, con el fin de alcanzar su grupo destinatario, los servicios de información y asesoramiento juvenil deben garantizar una gran presencia y visibilidad en internet a través de diferentes tipos de medios de comunicación, incluyendo las redes sociales. Se deben incorporar a los métodos tradicionales otros innovadores para un mayor alcance en internet, como, por ejemplo, las videollamadas, aplicaciones de mensajería instantánea y actividades de información juvenil P2P, especialmente en ciertas áreas donde la gente joven muestra preferencia por grupos de intercambio para informarse. Asimismo, se debe extender este servicio a zonas rurales de la sociedad, fuera de las áreas urbanas, para que se pueda garantizar la participación de aún más gente. Los métodos, recursos y medios de los servicios de información y asesoramiento juvenil deben mejorarse con el paso de los años. Esto permitirá un servicio cara a cara más personalizado, así como un uso más eficiente de los canales y medios de comunicación en internet, para así conseguir un alcance más cualitativo y cuantitativo del grupo destinatario.

En cuanto a la alfabetización mediática e informacional, la **mayoría de los usuarios encuestados cree que es lo suficientemente competente a la hora de obtener y procesar información por sí mismos**. Sin embargo, es importante resaltar que en su gran mayoría el grupo de muestra parece considerar más importante la facilidad en el acceso a la información que su grado de confianza en las fuentes de información. Esto demuestra que la información se suele obtener a través internet, aunque se cuestione la fiabilidad de sus fuentes de información.

Aunque esta encuesta puede ayudarnos a dibujar algunos patrones y tendencias interesantes dentro de los usuarios de los servicios de información y asesoramiento juvenil, sería necesario un análisis más profundo usando métodos cualitativos para poder entender mejor los resultados.

## 5. Personas que no usan los servicios de información y asesoramiento juvenil (*no usuarios*)

En la encuesta del proyecto *Future Youth Information Toolbox*, el grupo de muestra incluye tanto a los usuarios como a las personas que no usan los servicios (*no usuarios*). Al incluir ambos perfiles se crea un panorama más representativo del comportamiento informacional de la gente joven en el contexto europeo y hace que el estudio se acerque más a la realidad.

Con el fin de diseñar medidas que mejoren los servicios derivados de esta investigación, es de vital importancia incluir en el estudio a la población que no usa los servicios de información juvenil para así poder identificar las carencias y los pasos que se deben dar para ampliar el servicio a más gente joven y a todas partes de la sociedad. Tal y como se mencionaba anteriormente, de las 2,809 respuestas completas, 1,429 fueron respondidas por *no usuarios*. Así, **cerca del 50% del total de encuestados fueron *no usuarios***. Esto nos vuelve a dar la oportunidad de comparar ambos grupos de una manera constructiva.

En las próximas fases, describiremos el grupo de *no usuarios* de la misma manera que analizamos las respuestas de los usuarios. Para poder señalar las diferencias entre los dos grupos, se analizarán las respuestas de los usuarios junto a las respuestas de los no usuarios, en los casos necesarios y de la manera apropiada. Como hicimos con el grupo de usuarios, hemos dividido las preguntas de los *no usuarios* en tres categorías diferentes: demografía, calidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil y fiabilidad y evaluación de la información.

### 5.1. Demografía: No usuarios

En esta fase del estudio analizaremos el perfil demográfico de los *no usuarios* siguiendo el mismo patrón que utilizamos con los usuarios. La información demográfica recopilada incluía la **edad, género, nivel educativo, residencia y estado actual**. Analizaremos esta información junto a la del grupo de usuarios y utilizaremos los resultados para continuar con el análisis de las respuestas de los *no usuarios* en fases posteriores.

#### 5.1.1. Edad y género de los *no usuarios*

De los 1,429 *no usuarios*, **832 eran mujeres y 559 eran hombres**. 30 individuos seleccionaron "otro" en respuesta a esta pregunta. La relación hombres-mujeres en el grupo de *no usuarios* fue similar a la del grupo de usuarios. En esta sección el **58% de los participantes eran mujeres, frente al 66% en el caso del grupo de usuarios**. Resulta interesante el hecho de que el rango de edad del grupo de *no usuarios* difiere bastante del grupo de usuarios.

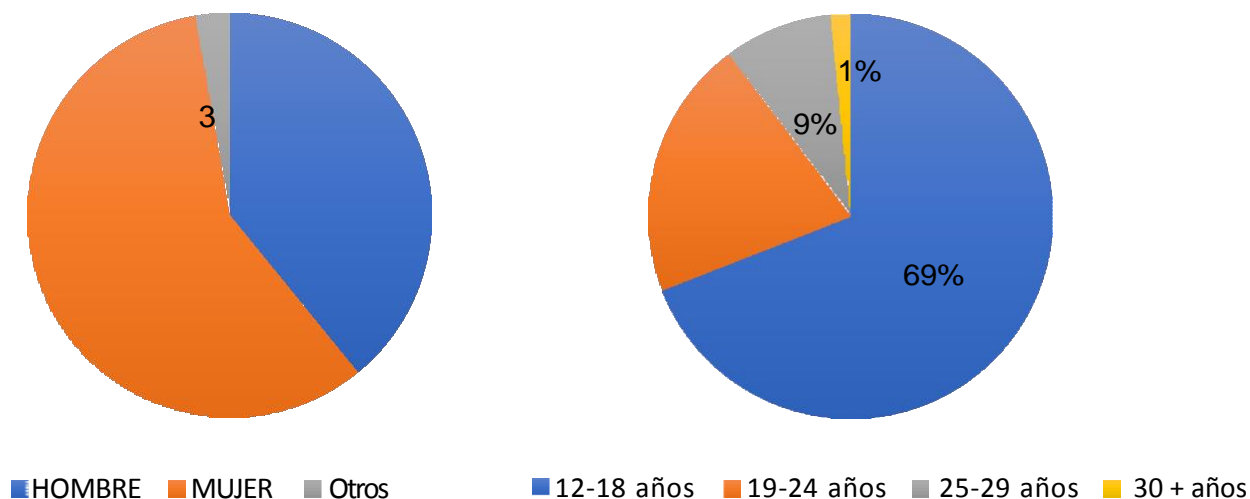


Figura 19: Edad y género de los no usuarios (%)

A diferencia del grupo de usuarios, la **mayoría de los no usuarios tenía entre los 12 y los 18 años**. Frente al 46% de representación en el grupo de los usuarios, dicho grupo de edad alcanzó casi un 70% en grupo de *no usuarios*, dejando espacio para sólo un 21% de *no usuarios* entre los 19 y 24 años. Esto significa que un **90% de no usuarios tenía entre 12 y 24 años**. El grupo de 25 a 29 años de edad también es más pequeño en comparación con el grupo de usuarios: solo un 9%. Los dos últimos grupos comprendían un 26% en el grupo de usuarios, frente al 11% en el caso de los *no usuarios*. Esto indica que un número significativo de gente joven entre los 12 y 18 años podría ignorar la existencia de los servicios de información juvenil o podría optar por no usarlos. Con el fin de conocer razones más concluyentes de la prominencia de este grupo dentro del grupo de *no usuarios*, sería necesario un análisis más cualitativo.

### 5.1.2. Residencia actual de los no usuarios

La siguiente pregunta que se le hizo al grupo de muestra fue acerca de su residencia actual. Se dio a elegir entre ciudad grande, ciudad intermedia, pueblo o área rural. En este aspecto los *no usuarios* representaban de manera bastante equitativa todas las opciones. Sin embargo, a diferencia del grupo de usuarios, el **45% del total de no usuarios residía en pueblos y áreas rurales**. En el grupo de usuarios representaban un 37%.

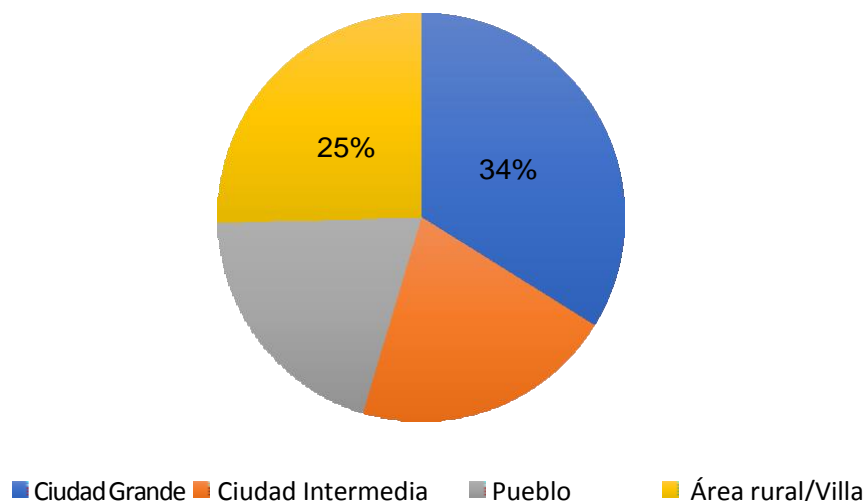


Figura 20: Residencia actual de los no usuarios

Dentro de los *no usuarios*, el **55% de los encuestados residía en ciudades grandes o intermedias**. Esto contradice la hipótesis de que los residentes de las ciudades grandes e intermedias tengan más posibilidades de conocer los servicios de información y asesoramiento juvenil. No obstante, también debemos recordar que casi un 70% de estos *no usuarios* no superan los 18 años de edad y la urgencia percibida de encontrar apoyo en los servicios de información y asesoramiento juvenil puede ser menor dentro de este grupo.

de edad. La escuela y su círculo inmediato son probablemente su fuente principal de información. Por otra parte, el 45% de *no usuarios* vive en pueblos o áreas rurales, lo que puede suponer un menor acceso a los servicios de información juvenil. Un análisis más profundo con métodos cualitativos sería necesario para entender mejor este resultado.

### 5.1.3. Nivel educativo de los no usuarios

La siguiente pregunta planteada a los encuestados intenta recopilar la formación académica de los *no usuarios*. Como en el caso de los usuarios, las opciones fueron educación primaria, escuela secundaria, formación profesional, educación secundaria obligatoria, grado universitario y máster o estudios superiores. Se observó que **la mitad de los no usuarios había alcanzado la educación primaria o escuela secundaria**. De los 1,429 *no usuarios*, 15% asistía a escuelas de formación profesional y 20% asistía a colegios de secundaria.

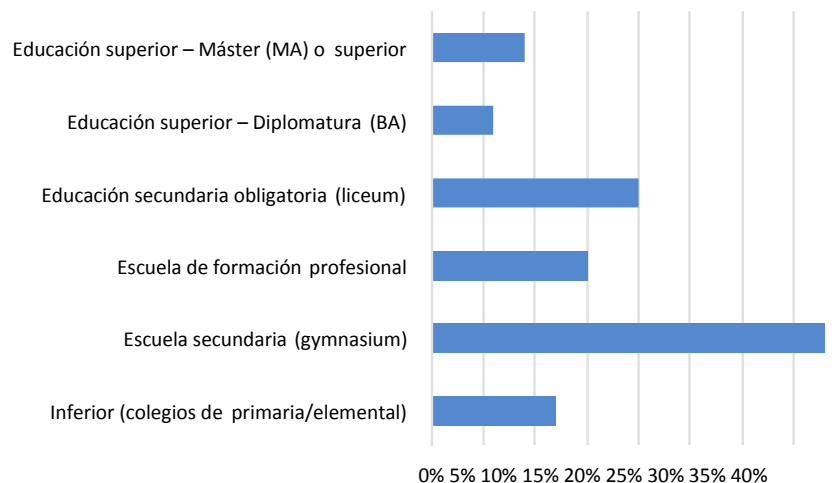


Figura 21: Formación académica de los no usuarios

Por otra parte, **sólo el 15% de los no usuarios han completado estudios superiores**, tales como grados o másteres. Este aspecto de la demografía de los *no usuarios* también presenta una diferencia considerable en relación con el grupo de usuarios. En el grupo de usuarios los participantes que habían completado una educación superior suponían un 30%, mientras que en el caso de los *no usuarios* es la mitad de eso. Esto indica que la mayoría de los estudiantes que han alcanzado estudios superiores han usado los servicios de información juvenil o por lo menos están familiarizados con ellos, mientras que gran parte de las personas que nunca ha usado los servicios de información y asesoramiento juvenil ha alcanzado la educación primaria o escuela secundaria y tiene entre los 12-18 años.

### 5.1.4. Estado actual de los no usuarios

El estado actual de los *no usuarios* da respuesta al estado laboral actual y el estilo de vida del encuestado. Los enunciados describen diferentes escenarios tales como "Cursando estudios", "Estudiando en una universidad", "Trabajando y estudiando", "En situación de desempleo", etc. El objetivo es observar si es posible dividir a los *no usuarios* según su estilo de vida actual para ver su posible relación con el hecho de no usar los servicios de información y asesoramiento juvenil.

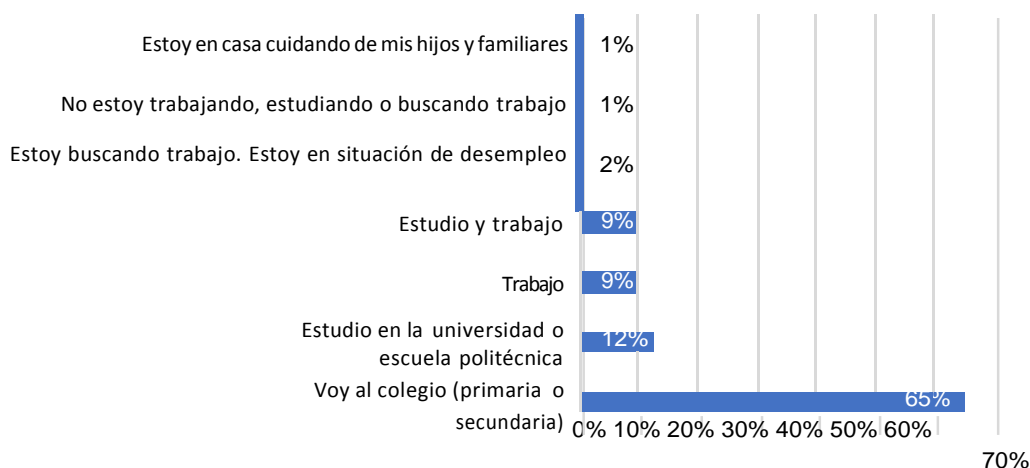


Figura 22: Situación personal (estado social y profesional) de los no usuarios (%)

La gráfica representativa de las respuestas de los participantes muestra de manera evidente que solo una pequeña parte de los no usuarios está trabajando, mientras que un 60% va al colegio y un 12% a la universidad. Dentro del grupo de usuarios, la proporción de asistentes al colegio es de un 41%. **El 77% del grupo de no usuarios va al colegio o a la universidad. Solo el 9% trabaja dentro de este grupo**, a diferencia del 20% del grupo de usuarios. Un 9% está estudiando y trabajando, mientras que en el caso del grupo de usuarios es el 14%. Por otra parte, el 34% de los usuarios estaban estudiando o trabajando y estudiando. Solo el 8% de los usuarios y el 2% de los *no usuarios* están en búsqueda de empleo. Esto explica que la temprana edad y la falta de necesidad percibida han contribuido a que los jóvenes *no usuarios* no hayan buscado ayuda a través de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

A partir del análisis sobre los atributos demográficos de los *no usuarios*, podemos ver un grupo de jóvenes individuos que van al colegio y viven tanto en ciudades como en pueblos y villas/áreas rurales. La mayoría tiene entre 12 y 18 años y está cursando la educación secundaria (65%). En la siguiente fase se analizará el resto de preguntas en relación con las características demográficas de los *no usuarios*.

## 5.2. Calidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil: Perspectiva de los no usuarios

En esta fase, el análisis incluirá todas las preguntas que se hicieron sobre la facilidad de acceso a la información, las preferencias de los no usuarios, la fiabilidad percibida y las áreas en las que desearían tener más información disponible. Para medir la percepción de los no usuarios, utilizamos una escala de Likert de 5 puntos.

### 5.2.1. Acceso a la información por parte de los no usuarios y nivel de dificultad

En esta parte de la encuesta, se preguntó a los no usuarios sobre el nivel de facilidad percibido a la hora de encontrar información en diferentes campos. La percepción de los no usuarios sobre la facilidad o dificultad en el acceso a la información mostró un cierto grado de igualdad. Mientras **que la iniciativa empresarial y la movilidad internacional se identificaron como campos con un acceso difícil**, el ocio, la salud y la educación se consideraron como campos con más facilidad en el acceso.

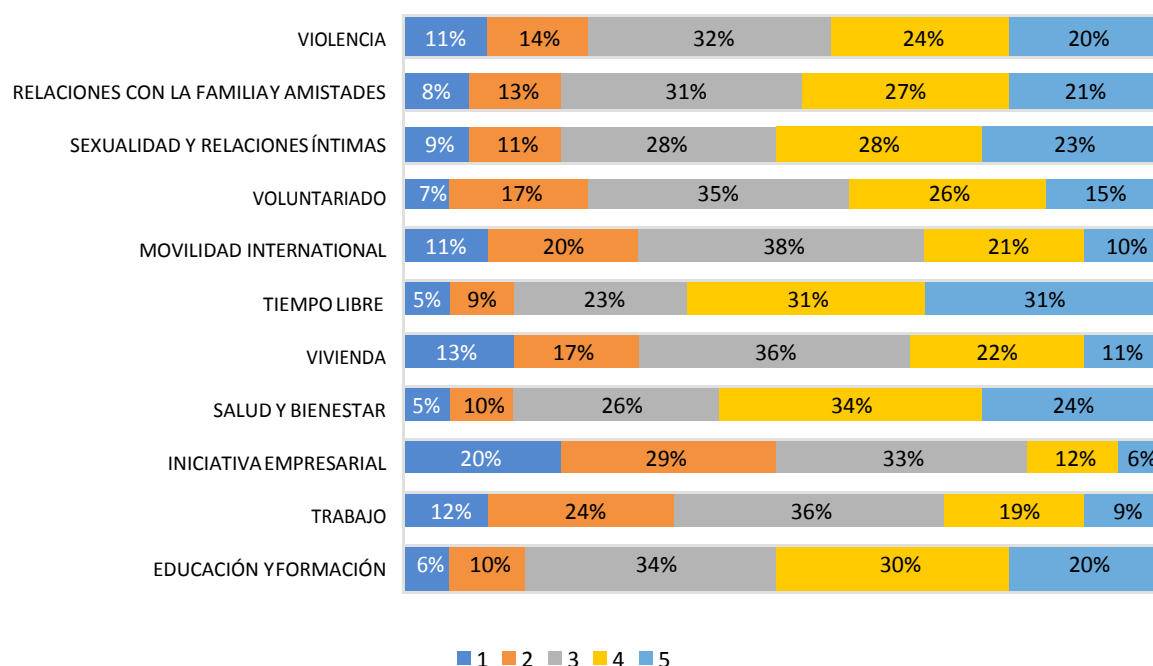


Figura 23: Facilidad en el acceso a la información por parte de los no usuarios  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy difícil - 5 muy fácil

A pesar de las similitudes, también hay algunas diferencias. Por ejemplo, el 30% de los no usuarios cree que es difícil el acceso a la información sobre vivienda, frente al 40% de los usuarios. **Cerca del 20% de los no usuarios cree que es difícil el acceso a información sobre violencia, relaciones y sexualidad.** Debido al rango de edades y otras similitudes demográficas, la percepción de la facilidad en el acceso a la información es bastante similar entre los usuarios y los no usuarios.

### 5.2.2. Demanda de información por parte de los no usuarios

El objetivo de esta pregunta era identificar las áreas sobre las que la gente joven desearía tener más información que sea fácil de acceder. Es necesario estudiar las áreas donde un mayor flujo de información podría mejorar las vidas de la gente joven. Dentro de las opciones ofrecidas, la educación y el empleo fueron las áreas con mayor demanda de información por parte de los *no usuarios*.

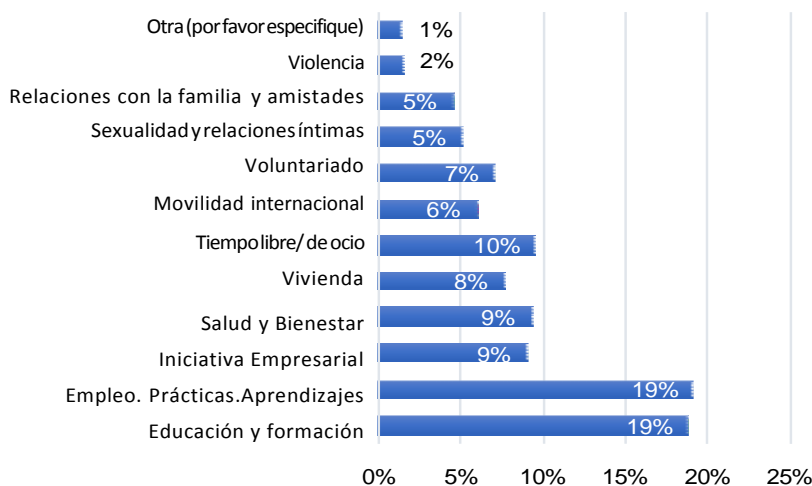


Figura 24: Demanda de información por parte de los no usuarios

En cuanto a la demanda de información, los no usuarios presentan similitudes con los usuarios. Al igual que los usuarios, desean más **información sobre educación y empleo**. La edad y la fase académica explican la demanda de más información en estas áreas por parte de la gente joven. La demanda se crea según la necesidad y a esta edad las áreas anteriormente mencionadas son normalmente las más importantes.

### 5.2.3. Presentación de la información: Preferencias de los no usuarios

Hoy en día, la búsqueda de información se puede hacer a través de múltiples canales y de muchas formas diferentes. Respecto a este tema se les preguntó a los no usuarios acerca de sus canales y formas de información preferidos. Si queremos un diseño de servicios de información que permita alcanzar la población no usuaria a través del canal y en la forma adecuados, necesitaremos un mayor conocimiento de las preferencias de este grupo en cuestión.

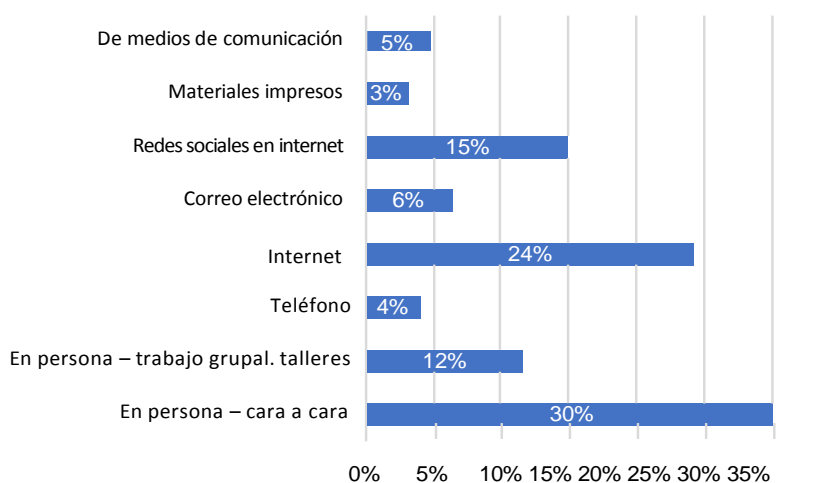


Figura 25: Canales preferidos por los no usuarios para acceder a la información

El grupo de no usuarios manifestó una gran demanda de suministro presencial de información. El **30% de los no usuarios prefiere la comunicación cara a cara a la hora de informarse**. Los buscadores en internet y las redes sociales fueron igual de populares: 24% y 25% respectivamente. Los materiales impresos como los librillos y folletos fueron las fuentes de información menos atractivas para este grupo con sólo un 3%. Los medios de comunicación tradicionales y las llamadas a números de asistencia tuvieron muy poca popularidad, 5% y 4% respectivamente.



Las personas encuestadas que actualmente no están usando los servicios de información y asesoramiento juvenil muestran una mayor facilidad a la hora de obtener información sobre educación, salud y ocio. El grupo de 12 a 18 años de edad tiene **dificultades para obtener información relativa con la iniciativa empresarial y la movilidad internacional**. Este puede deberse a la falta de experiencia en la búsqueda de información sobre estos temas en particular. En cuanto al grupo de usuarios, sería necesario un análisis cualitativo para poder saber con más seguridad si se trata de un tema de dificultad o si está relacionado con la relevancia o interés en estas áreas en particular. Asimismo, eligieron la información de internet y los servicios de información y asesoramiento juvenil como sus canales favoritos para encontrar información. No obstante, en términos de fiabilidad, se mostraron escépticos ante la información obtenida de internet y se fiaban más de la información obtenida en los servicios de información y asesoramiento juvenil, incluso sin hacer uso de ellos.

### 5.3. Evaluación y fiabilidad de la información: No usuarios

En esta fase analizaremos las respuestas de los no usuarios sobre su nivel de alfabetización mediática e informacional, las fuentes en las que confían según el área de información y sus competencias en la gestión de la información en diferentes situaciones. El análisis nos dará una idea clara sobre los medios de comunicación y las competencias informacionales de los no usuarios y así sabremos si dichas competencias determinan el comportamiento informacional de los encuestados. También nos ayudará a diseñar servicios de información y asesoramiento juvenil en función de las necesidades del grupo destinatario.

#### 5.3.1. Fuentes de información fiables para los no usuarios según el área de interés

Después de haber preguntado sobre las fuentes fiables en general, queríamos saber más sobre el nivel de popularidad de cada una de estas fuentes de información en relación con las diferentes áreas de información. Esto puede ayudarnos a identificar las áreas que pueden seguir siendo aprovechadas por los servicios de información y asesoramiento juvenil. En algunas áreas de información el panorama entre los usuarios y los no usuarios era diferente.

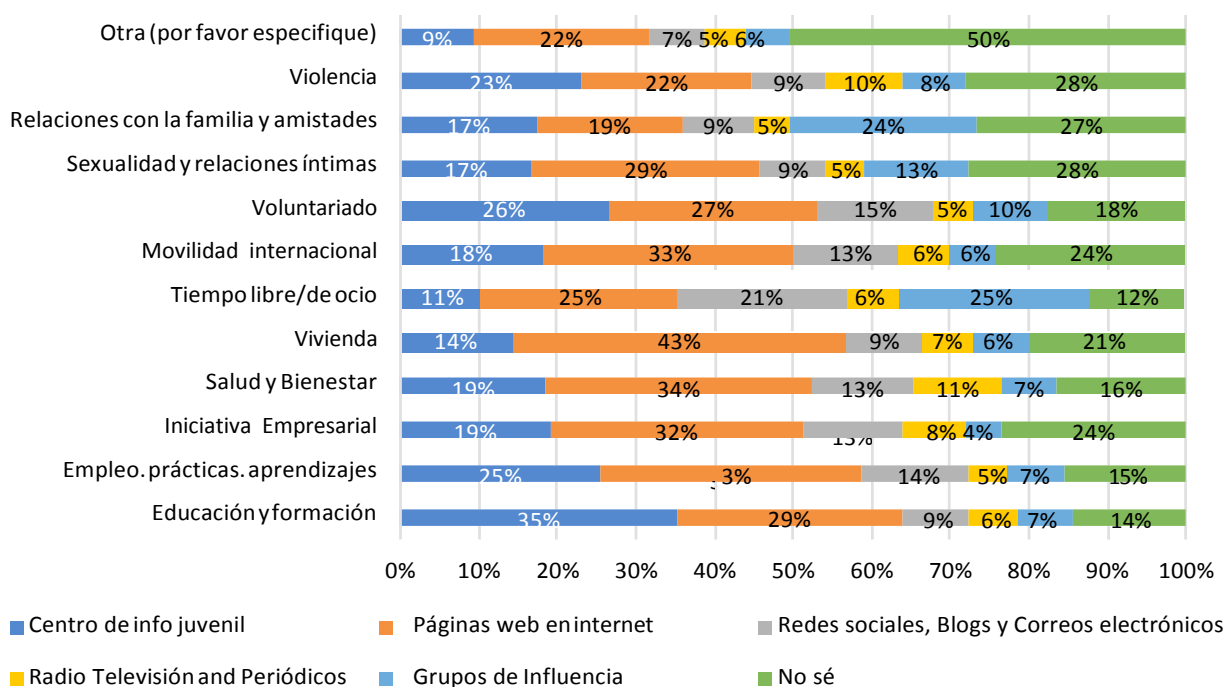


Figura 26: Fuentes de información más fiables por área de interés según los no usuarios

El 60% de los no usuarios considera los servicios de información juvenil una fuente de información fiable en materia de educación y empleo. El 43% de los no usuarios usa el Internet como primera fuente de información en materia de vivienda. Otro detalle importante es que el 26% de los no usuarios cree que los servicios de información y asesoramiento juvenil son una fuente de información fiable en materia de voluntariado, frente a un 46% de usuarios que piensan lo mismo. La diferencia en la confianza se ha visto determinada por el uso del servicio. Y dicha tendencia también resuena en el área de empleo, iniciativa empresarial y educación. **Los usuarios jóvenes de los servicios de información juvenil confían más en el servicio que aquellos que no lo han usado.**

### 5.3.2. Fiabilidad general de las fuentes de información según los no usuarios

Los canales más populares no siempre proporcionan la información más fiable, algo que ocurre hoy más que nunca. Por lo tanto, fue necesario averiguar el nivel de fiabilidad percibido por los *no usuarios* en diferentes fuentes de información. Entre las opciones estaban los servicios de información y asesoramiento juvenil, internet, profesores y grupos de intercambio, entre otras.

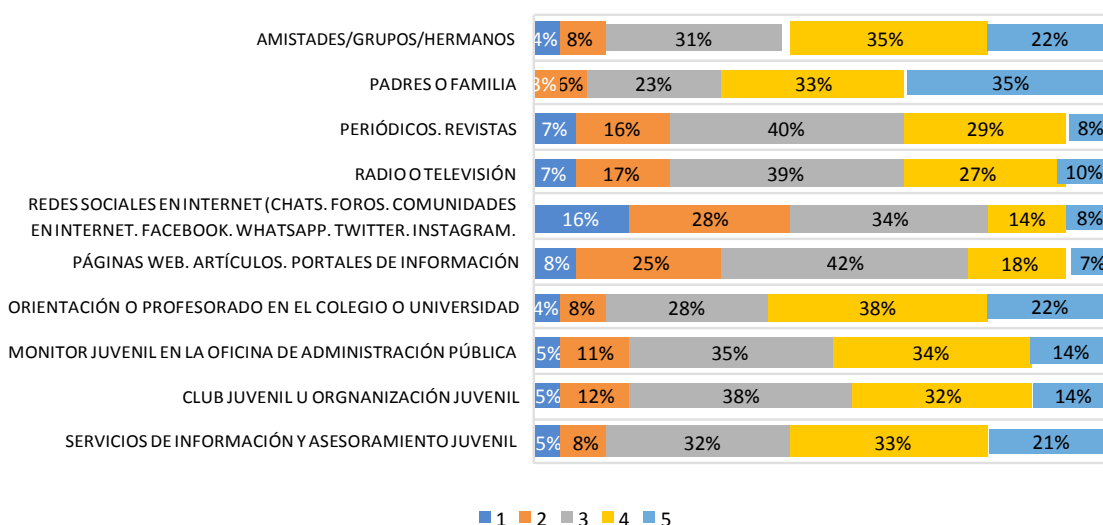


Figura 27: Fiabilidad de la información de diferentes fuentes según los no usuarios  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 menos fiable 5 más fiable

Los *no usuarios* tienen una percepción positiva de los servicios de información juvenil. **Cerca del 50% de los no usuarios cree que la información obtenida a través de estos servicios es fiable.** Alrededor del 60% de los encuestados cree que el profesorado es una fuente fiable, al igual que la familia y las amistades. Este grupo, junto con los monitores juveniles, ha sido reconocido durante mucho tiempo como un multiplicador importante dentro del campo de la información juvenil. Se podrían hacer más esfuerzos por interactuar con ellos. La confianza en los medios tradicionales (periódicos, revistas, radio y televisión) no es muy alta en ninguno de los dos grupos. Otra similitud es que la gente joven de ambos grupos no estaba segura de la fiabilidad de la información disponible en internet, en especial en las redes sociales.

### 5.3.3. Alfabetización mediática e informacional de los no usuarios

Esta pregunta pretendía dar a conocer la forma que tienen los participantes de gestionar la información a la que acceden a través de diferentes medios y canales. Los componentes básicos del concepto de "alfabetización mediática e informacional" se presentaron con enunciados para estudiar la competencia de la gente joven. Para poder pedir la competencia se implementó una escala de Likert de 5 puntos donde 1 representaba totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo.

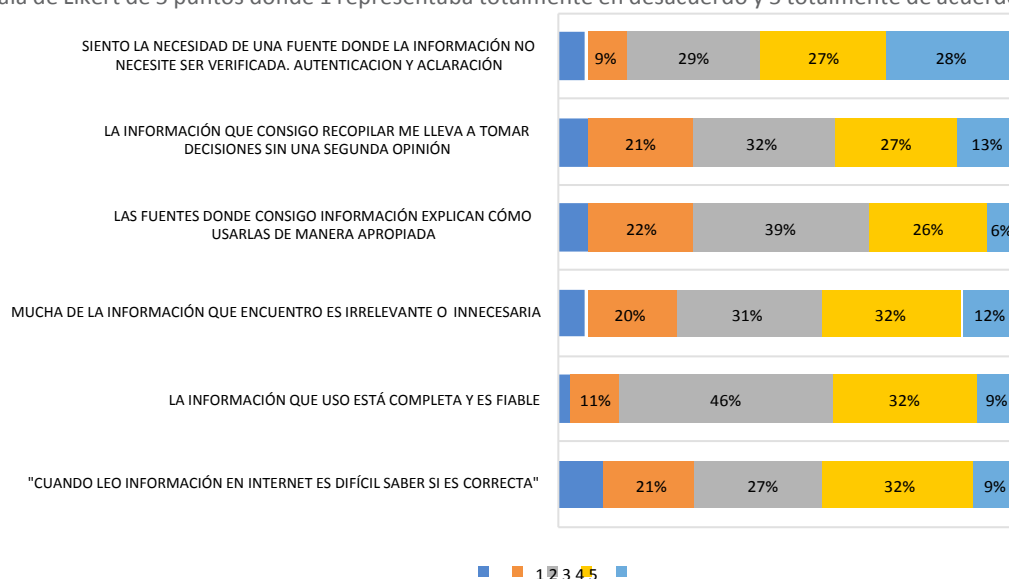


Figura 28: Competencias de evaluación de la información por parte de los no usuarios.  
Escala de Likert de 5 puntos: 1 muy en desacuerdo 5 muy de acuerdo

Las personas encuestadas muestran una cierta similitud con los usuarios en términos de alfabetización mediática e informacional. Ambos grupos han mostrado su preocupación acerca de la fiabilidad de la información recopilada en internet. Cerca del 45% de los participantes no cree que la información que usa esté completa o sea fiable, y un porcentaje similar de participantes piensa que una cantidad considerable de información es irrelevante o innecesaria. Dentro de los no usuarios, **un 55% querría tener fuentes donde la información no requiera una verificación adicional**. Esto refleja la necesidad y escasez de fuentes de información fiables en el sector de no usuarios. La visibilidad y el acceso a los servicios de información y asesoramiento juvenil se debe garantizar a la población joven que en la actualidad esté fuera de los límites del servicio.

Aparte del suministro de información es de vital importancia una buena evaluación de la información que se ha obtenido. Se preguntó a los no usuarios si eran capaces de identificar las necesidades de información apropiadas, evaluar el ámbito y contenido, hacer una comparación entre varias fuentes e identificar puntos de vista alternativos. Esto fue un intento de examinar el pensamiento crítico de los jóvenes participantes.

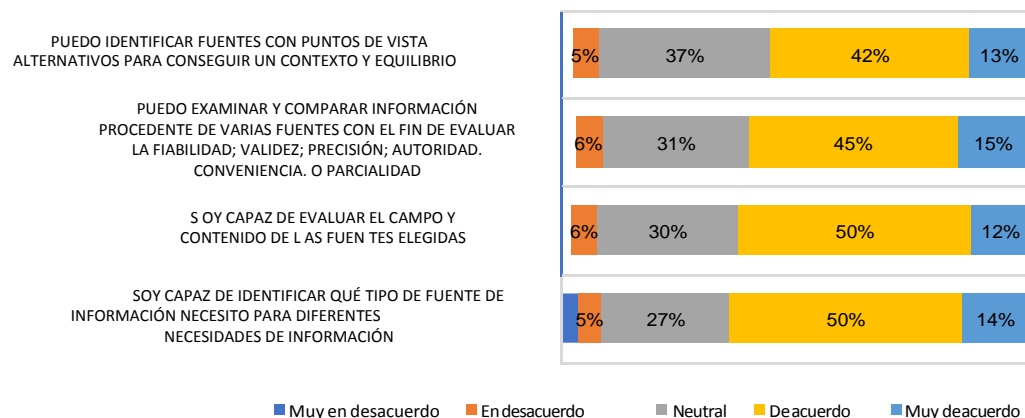


Figura 29: Alfabetización mediática e informacional de los no usuarios

A pesar de las dificultades mencionadas anteriormente, más de la mitad de los jóvenes no usuarios cree que puede identificar las fuentes de información que satisfacen sus necesidades y puede evaluar el ámbito y contenido de las fuentes de información. Los resultados sobre la percepción de la propia eficacia a la hora de evaluar información son parecidos que en el grupo de usuarios. Sin embargo, en cierta parte, **el grupo de usuarios pareció tener más confianza en cuanto a la evaluación de la información en comparación con los no usuarios**. Mientras que el 70% de los usuarios afirmaron ser competentes en la identificación, examen, comparación y validación de las fuentes de información, entre un 55% y 60% de los no usuarios mostraron la misma confianza.

### 5.3.4. Influencia de la información compleja en los no usuarios

Aparte de la sobrecarga de información y la falta de alfabetización mediática e informacional, la ansiedad informativa contribuye de manera sustancial al desarrollo del comportamiento informacional. Este tipo de ansiedad podría resultar en evasión de la información y dificultades a la hora de compartir problemas. Para realizar la medida se utilizó una escala de Likert de 5 puntos.

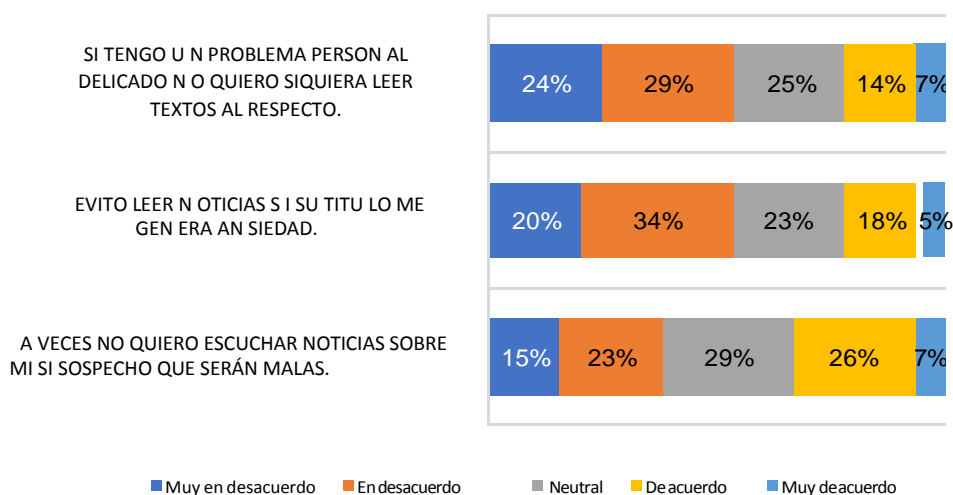


Figura 30: Influencia de la información compleja en los no usuarios

La gráfica de los *no usuarios* muestra una gran similitud con el grupo de usuarios a la hora de encontrarse con información en situaciones complejas. Esto podría deberse a la paridad entre las demografías de ambos grupos. La gráfica afirma que **casi la mitad de ambos grupos no está de acuerdo con que evite información deliberadamente**. Por otra parte, más del 20% de los participantes cree que evita información. Más del 30% de ambos grupos afirmó que intentaba evitar información compleja o negativa que tuviese que ver con ellos o cualquier asunto si sospechan que va a ser negativo. Esta situación puede suponer una preocupación cada vez mayor dentro de un panorama de la información que está en incesante cambio y debería ser abordada por los servicios de información y asesoramiento juvenil.

---

## 5.4. Resumen de los resultados del grupo de no usuarios

Al final del análisis realizado a partir de las respuestas de los no usuarios podemos concluir que **dicho grupo tiene bastante en común con el grupo de usuarios**. La mayoría de los no usuarios encuestados es gente joven entre los 12 y 24 años y que vive tanto en ciudades como en zonas rurales. La mayoría de ellos está estudiando.

**El grupo de no usuarios de gente joven obtiene la mayoría de la información de internet y redes sociales, pero preferirían recibir también información de manera presencial**. Parecen poseer la suficiente convicción y confianza en sus capacidades relacionadas con alfabetización mediática e informacional y evaluación de la información. Se mostró que resulta más fácil recopilar información sobre educación y empleo y más difícil acceder a información sobre iniciativa empresarial.

El grupo de usuarios cree que **debería haber más información sobre empleo**. Los canales de información en internet son muy populares entre el grupo de no usuarios, pero al mismo tiempo dudan sobre la fiabilidad de las noticias e información a la que acceden, sobre todo en las redes sociales. La **facilidad en el acceso** a la información parece ser más importante que su nivel de confianza en las fuentes de información para una gran parte del grupo. En la encuesta de ambos grupos se observó que, a pesar de la fiabilidad cuestionable que manifestaban ante las fuentes en internet, la gente joven recopila la mayoría de su información en internet. Hubo una **clara impopularidad de los materiales impresos** y librillos en comparación con otros medios. La mayoría de este grupo querría recibir y acceder a información que no necesite verificaciones posteriores.

## 6. Comparación entre los usuarios y los no usuarios

A nivel demográfico, ambos grupos mostraron algunas similitudes y bastantes diferencias. **El grupo de usuarios era un poco más mayor que el grupo de no usuarios y el género se inclinaba débilmente hacia una mayoría femenina.**

En términos de estado personal actual, la mayoría de los no usuarios iban al colegio (65%) o cursaban estudios superiores (12%), mientras que sólo un 9% trabajaba. La mayoría de los usuarios también iba al colegio (41%) o instituciones educativas superiores (15%), aunque la diferencia principal es que el segundo porcentaje más alto de usuarios estaba trabajando (25%) o estudiando y trabajando (14%). La mayoría de los usuarios reside actualmente en áreas urbanas, mientras que los no usuarios están repartidos de manera más equitativa en ciudades grandes, áreas urbanas y sus periferias.

En los capítulos sobre la calidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil, tanto los usuarios como los no usuarios mostraron niveles similares en la facilidad de acceso a la información. **La mayoría cree que la información relativa a la salud, educación y ocio es fácil de acceder.** Según ambos grupos se encuentran **más dificultades en el acceso a la información sobre iniciativa empresarial y empleo.** Vivienda es un área con dificultades en el acceso a la información según los usuarios, mientras que los no usuarios no mostraron mucha preocupación al respecto. Una vez más, esto era de esperar ya que es menos probable que los no usuarios conozcan las dificultades en la búsqueda de información sobre vivienda, teniendo en cuenta su edad y su situación personal (60% entre 12 y 18 años). De hecho, **los no usuarios calificaron la dificultad en el acceso a información sobre las oportunidades de movilidad internacional tan alta como en el caso de la vivienda,** a diferencia de los usuarios. No obstante, otros aspectos podrían estar relacionados con el hecho de que haya más no usuarios que residan en ciudades más pequeñas y áreas urbanas donde los obstáculos en la vivienda pueden no estar tan presentes como en ciudades grandes.

A pesar de estas diferencias, ambos grupos mostraron preferencias similares en cuanto a los canales y demanda de información. **Ambos grupos afirmaron que su manera preferida de obtener información es a través de la información y asesoramiento presencial y a través de las fuentes de internet,** es decir, buscadores y redes sociales. Ambos grupos **exigieron más información fiable en las áreas de educación y empleo.** Dicha demanda es de esperar, ya que hay una gran cantidad de gente joven que estudia o trabaja y estudia, y por lo tanto es más probable que esté en búsqueda de empleo para un futuro cercano. La pregunta daba un máximo de dos opciones consideradas como prioridades.

En el capítulo sobre evaluación y fiabilidad de la información observamos algunas diferencias en la percepción de los dos grupos. Más participantes dentro del grupo de usuarios consideraron los servicios de información y asesoramiento juvenil una fuente de información fiable en casi todas las áreas, en comparación con el grupo de no usuarios. Esto indica que **la gente joven que ha usado los servicios de información y asesoramiento juvenil confían más en la fiabilidad de la información que proporcionan.** Los no usuarios no tienen esta confianza y son proporcionalmente más dependientes de las fuentes de internet.

También dependen más de su grupo de influencia para informarse sobre relaciones y tiempo libre. Los usuarios eligieron los servicios de información y asesoramiento juvenil como la fuente de información más fiable en materia de voluntariado (46%), educación y formación (46%) y empleo (39%). Cuando se le preguntó al grupo de no usuarios sobre las mismas áreas de interés, los servicios de información juvenil obtuvieron puntuaciones más bajas en estas áreas específicas (26%, 35% y 25% respectivamente). Otro hecho que interesa desatacar y que también está relacionado con la alfabetización mediática e informacional es que un mayor porcentaje de no usuarios respondió que no sabía cómo evaluar la fiabilidad de las fuentes de información según el área de interés. Esta respuesta podría deberse a una representación más alta de participantes más jóvenes en el grupo de no usuarios.

Se observó la misma diferencia cuando se preguntó sobre la percepción en cuanto a la fiabilidad de la información que se obtiene a través de diferentes canales. **En comparación con los no usuarios, hay más usuarios que creen que los servicios de información y asesoramiento juvenil son fuentes fiables.** La mayoría de los no usuarios no estaban seguros de sí acudirían a los servicios de información juvenil y daba más fiabilidad a la información obtenida a través de sus familiares y amistades, en comparación con los usuarios. Es posible que esta tendencia se deba a la menor edad de los no usuarios y la falta de experiencia en el uso del servicio. En cuanto a la satisfacción del servicio a nivel de usuario y la satisfacción de los destinatarios de la información, ambos grupos expresaron tendencias similares en sus respuestas.

Los canales de información en internet son muy populares dentro de ambos grupos, pero al mismo tiempo ambos dudan sobre la fiabilidad de las noticias e información a la que acceden a través de internet, especialmente a través de las redes sociales. **La facilidad en el acceso a la información parece ser más importante que el grado de confianza depositada en las fuentes de información para una gran mayoría.** A pesar de la fiabilidad cuestionable que ambos grupos de gente joven decían tener ante las fuentes en internet, la mayoría de la información se obtiene de dichas fuentes. La baja popularidad de los materiales impresos y librillos se mostró de forma evidente en comparación con otros medios.

En cuanto a la validación de la información y la percepción en cuanto a su fiabilidad y relevancia, ambos grupos estaban divididos de manera similar. La misma tendencia se hizo notar también en cuanto al uso de la información. Ambos grupos estaban divididos de manera similar entre las opciones de acuerdo, desacuerdo e indecisión. No obstante, en la misma pregunta, **más de la mitad de los no usuarios afirmaron tener la necesidad de una fuente fiable que no tenga que ser cuestionada.** Por otra parte, cuando se les preguntó sobre el grado de satisfacción con los servicios de información y asesoramiento juvenil, los usuarios mostraron un inmenso grado de satisfacción con la experiencia, creían que el servicio había mejorado sus vidas y podrían recomendar el servicio a sus amistades.

El resultado de los usuarios y los no usuarios en cuanto a la evaluación de sus capacidades y la información que buscan fue el esperado. Alrededor de un tercio de ambos grupos respondió que evita información compleja o negativa, que tengo relación con su vida. Esto es un asunto complejo y necesita seguir siendo estudiado como una posible estrategia para que la gente joven pueda dominar el complejo panorama de la información. Sensibilizar sobre la evasión de información es importante desde la perspectiva de la alfabetización mediática e informacional, así como para la información y el asesoramiento juvenil. Hay una tendencia constante en la similitud entre los usuarios y los no usuarios a lo largo de todo el análisis comparativo. En la prueba de percepción de las capacidades de evaluación de la información, ambos grupos manifestaron el mismo nivel de convicción y confianza en sí mismos. Más de la mitad de los encuestados respondieron que eran capaces de reconocer sus necesidades de información, identificar múltiples fuentes y puntos de vista y verificar con éxito la información. En la evaluación de la capacidad de los participantes para evaluar la fiabilidad de la información, una mayor cantidad de usuarios se consideró capaz de identificar, examinar y evaluar la fiabilidad de la información. De hecho, **alrededor del 70% de los usuarios afirmaron que eran capaces de identificar, examinar, comparar y validar las fuentes de información. En el caso de los no usuarios entre un 55% y 60% mostraron tal nivel de confianza** y un número mayor de participantes se mostraron neutrales. No obstante, al mismo tiempo, los participantes tenían dificultades a la hora de evaluar información de internet. Esto hace resaltar el complejo panorama de la información y la importancia de la alfabetización mediática e informacional.

Aunque este análisis nos pueda ayudar a comparar algunos patrones y tendencias interesantes dentro del grupo de usuarios y no usuarios de los servicios de información y asesoramiento juvenil, si queremos conocer mejor las diferencias y los resultados generales de esta encuesta, será necesario un estudio con más profundidad usando también métodos cualitativos.

## 7. Conclusiones

### Usuarios

El resultado de esta encuesta proporciona un panorama esperanzador para los servicios de información y asesoramiento juvenil. No solo refleja la gratificante situación de los usuarios de los servicios de información juvenil, sino que también incluye recomendaciones para perfeccionar múltiples áreas.

De los 2.809 participantes, 1.380 eran usuarios (49%), y 1.429 eran no usuarios (51%). Las fases de recomendaciones y conclusiones serán por lo tanto análisis de los dos grupos por separado.

La mayoría del grupo de usuarios ha usado los servicios de información y asesoramiento juvenil durante un máximo de tres años y con una frecuencia de 1 a 5 veces. El grupo de usuarios calificaron la información relativa al ocio, educación y salud como la más accesible y aquella relativa **a la vivienda e iniciativa empresarial como la más difícil de adquirir**. No obstante, los usuarios valoraron de forma muy positiva la asistencia recibida en los servicios de información y asesoramiento juvenil. Debido a la edad y el nivel académico actual, los usuarios se enfocaron más en sus necesidades de información inmediatas o de su futuro cercano. Por consiguiente, **la mayoría de los usuarios exigía más información en educación y empleo**. Sería recomendable que los servicios de información y asesoramiento juvenil concentren más recursos en garantizar el alcance y visibilidad de la información que proporcionan en estas áreas de interés. Esto incluye una información cada vez más visible a través de canales de internet y métodos de difusión combinados (combinando métodos en internet y presenciales).

Las necesidades de información tienen relación con los canales de información y los nuevos medios de comunicación. El grupo de usuarios eligieron los servicios de información y asesoramiento juvenil presenciales, los buscadores en internet y las redes sociales para acceder a la información. La realidad es que en los últimos años internet se ha convertido en una fuente de información rápida y está disponible en casi cualquier dispositivo, en particular los que utiliza la gente joven. Es posible asumir que internet es el canal preferido siempre y cuando se pueda acceder a la información de manera autónoma, en cualquier momento y a cualquier hora, mientras que, si es necesario acudir a un centro para un servicio más personalizado, la comunicación cara a cara es la más deseada. Los proveedores de información juvenil deben reconocer este hecho e innovar según las tendencias de la gente joven para garantizar la visibilidad y relevancia del servicio. Esto quiere decir que una cantidad considerable de servicios e información proporcionada por los servicios de información y asesoramiento juvenil debe estar disponible en internet, para así poder cubrir las necesidades de la gente joven. Ya que los servicios presenciales de información y asesoramiento siguen siendo más populares que la mayoría de las opciones en internet, se podrían incorporar el asesoramiento vía videollamadas o aplicaciones de mensajería instantánea, dando un enfoque más humano y personalizado a los medios de comunicación en internet.

También se observó que los usuarios no depositan el mismo grado de confianza en todas las fuentes de información y que la fuente depende en gran parte del área de información. Los usuarios eligieron los servicios de información juvenil para obtener información sobre voluntariado, educación, movilidad internacional y empleo. Sin embargo, **parecen depender más de internet en la búsqueda de información relativa a la vivienda y, en cierta medida, a la salud**. Estas son las áreas donde los servicios de información y asesoramiento juvenil podrían **suministrar más información relevante, no sólo a la gente joven, sino también a familiares y educadores** para que puedan también proporcionar información fiable cuando la gente joven acuda a ellos para hablar de ciertos asuntos. Visto desde otro ángulo, la falta de interés o experiencia en pedir información sobre un tema en particular podría también determinar las áreas de interés que la gente joven considera importantes.

**La innovación en las actividades de intercambio de información juvenil podría ser otra manera efectiva de incrementar el alcance y el acceso a información fiable**, especialmente en áreas donde la gente joven muestra una preferencia por su grupo de influencia para conseguir información. Por ejemplo, la implicación de multiplicadores jóvenes en las actividades de información juvenil es un medio efectivo para incrementar el alcance de los servicios de información juvenil y, además, una manera legítima de **empoderar a la gente joven y garantizar su participación en el suministro y promoción de información juvenil**.

Los resultados sobre los usuarios también muestran una menor participación desde ciudades pequeñas y áreas rurales, la juventud desempleada y gente joven que ni estudia, ni trabaja (*ninis*) ni está a cargo de sus hogares. En este aspecto, los servicios de información y asesoramiento juvenil deberían tomar medidas para garantizar un alcance más amplio dentro de este grupo destinatario, que en algunos casos podría beneficiarse mucho de un servicio con un enfoque y orientación personalizados.

Uno de los éxitos más evidentes de los servicios de información y asesoramiento juvenil es **que la mayoría de los usuarios cree que la información obtenida a través de cualquiera de los servicios de información es fiable y legítima**. Asimismo, a pesar de la inmensa popularidad de las fuentes de internet, un número considerable de usuarios tenían dudas sobre la fiabilidad y precisión de la información obtenida a través de dichas fuentes. Esto pone de manifiesto un entorno propicio para que los servicios de información juvenil puedan crecer y contribuir en el suministro de información fiable. Un uso apropiado de este vacío en el servicio podría suponer una oferta única por parte de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

En cuanto al grado de satisfacción global con el servicio, casi la mitad de los usuarios afirmó que los servicios de información habían mejorado su vida. **La mayoría de los usuarios estaba satisfecha con los servicios y afirmó que podría recomendarlos a sus amistades**. No obstante, la parte de la encuesta sobre los usuarios que trata de identificar las áreas donde hay una mayor exigencia de información, sugiere mejoras en la presentación de la información y los canales y, sobre todo, recomienda un alcance más amplio con el fin de extender el servicio a más gente joven, especialmente aquella que más información necesita.

---

## No usuarios

El número de participantes en esta encuesta, que nunca había usado los servicios de información y asesoramiento juvenil, era también considerablemente grande y procedente de toda Europa, lo que garantiza una paridad demográfica adecuada con el grupo de usuarios. Aparte de que los *no usuarios* eran más jóvenes en comparación con el grupo de usuarios, el resto de las características demográficas eran más o menos las mismas en ambos grupos.

Por consiguiente, se observó que **el 65% de los no usuarios había cursado la escuela primaria o secundaria**.

Los no usuarios señalaron las áreas de **iniciativa empresarial, empleo, movilidad internacional y vivienda** como las áreas donde el acceso a la información es más difícil y las de ocio, salud y educación como áreas con un acceso más fácil. De manera bastante parecida al grupo de usuarios, los no usuarios demandaron **más información en las áreas de educación y empleo**. Esta similitud era de esperar ya que ambos grupos presentaban tales similitudes en demografía. Los no usuarios tenían las mismas preferencias en la presentación de la información y los medios utilizados. Al igual que el grupo anterior, los **no usuarios prefirieron la comunicación cara a cara para recibir información por encima de todos los demás medios**. Los otros medios más populares fueron los buscadores en internet y las redes sociales.



Las diferencias más importantes entre ambos grupos se dieron en la percepción de la fiabilidad de la información en diferentes áreas y recopilada de diferentes fuentes. A diferencia de los usuarios, los *no usuarios* mostraron menos confianza en los servicios de información juvenil. Se observó que **la mayoría de ellos creía que los servicios de información y asesoramiento juvenil sólo eran apropiados a la hora de proporcionar información fiable en las áreas de educación y empleo**. Los *no usuarios* mostraron una mayor dependencia de las páginas web, particularmente en las áreas de vivienda, salud, movilidad internacional y empleo. Esto indica que, para poder atraer a los *no usuarios* a la red de servicios, es fundamental que **los servicios de información y asesoramiento juvenil sean cada vez más visibles y accesibles** y desempeñen el papel de una alternativa de confianza para obtener información precisa. Una medida como esta es de gran relevancia dentro del panorama contemporáneo de la información.

El 44% de los *no usuarios* afirmó que dudaba de la fiabilidad de la información obtenida en redes sociales y un 33% dudaba de la información obtenida en los buscadores de internet. Los *no usuarios* no mostraron el mismo grado de confianza que los usuarios en la información obtenida en los servicios de información juvenil. Sin embargo, **depositaron más confianza en los servicios de información juvenil que en internet, medios de comunicación de masas o fuentes impresas**. Debido a la menor edad y la falta de experiencia con el servicio, los *no usuarios* depositaron más confianza en sus profesores, familiares y grupo de influencia.

No obstante, y a pesar de la popularidad de internet, más de la mitad de los *no usuarios* afirmó que necesitaba una fuente de información que no necesitara verificación posterior. Esto vuelve a indicar que, a pesar del acceso generalizado a la información en internet, hay una creciente necesidad de **fuentes de información fiables**. Los servicios de información y asesoramiento juvenil deben por lo tanto tomar medidas y estar lo suficientemente equipados para incrementar el alcance de sus servicios y garantizar la **visibilidad y disponibilidad de la información**, en particular en las áreas más demandadas y a través de los canales de información y medios de comunicación más populares.

En términos de alfabetización mediática e informacional, **la mayoría de ambos grupos cree que tiene las capacidades suficientes para obtener y procesar información por sí mismos**. Sin embargo, es importante resaltar que una gran mayoría parece pensar que es más importante la facilidad en el acceso a la información que el grado de confianza en las fuentes. Esto también se puede observar en el hecho de que, a pesar de cuestionar la fiabilidad de las fuentes de internet, la mayoría de la información se obtiene a través de dicho canal. Es importante tener en cuenta que, aunque la gente joven usa internet a gran escala para buscar información, no poseen necesariamente el pensamiento crítico necesario para determinar la relevancia y veracidad de lo que encuentran. Por lo tanto, aparte de proporcionar información y orientación de acuerdo con las necesidades del grupo destinatario, los servicios de información y asesoramiento juvenil deben profundizar en su misión de aconsejar a la gente joven en la búsqueda y evaluación de la información de una manera crítica. **Incrementar la autonomía de la gente joven a través de la alfabetización mediática e informacional es una parte fundamental del trabajo de los servicios de información y asesoramiento juvenil en la era de la posverdad**. En este sentido, los proveedores de información juvenil deben ser proactivos en el desarrollo y fortalecimiento de su propia alfabetización mediática e informacional para poder garantizar que se cumple esta importante función del servicio.

Observando los resultados de la encuesta, podemos concluir que **los servicios de información y asesoramiento juvenil han contribuido a mejorar la vida de la gente joven que ha hecho uso de ellos**, y que son considerados proveedores de **información precisa y fiable**. Sin embargo, los servicios de información y asesoramiento juvenil también deben planificar **medidas de concienciación** y visibilidad para llegar a más gente joven. Los proveedores de información y asesoramiento juvenil deben empezar a suministrar información y asesoramiento a través de **diversos canales y formas diferentes e innovadoras**. De hecho, deben siempre adaptarse con rapidez al panorama de la información que cambia de manera incesante.

Como ya mencionamos en el Resumen ejecutivo de este informe, ERYICA llevó a cabo una encuesta similar en 2013, aunque con un grupo de prueba más pequeño y sin incluir a los *no usuarios* de los servicios de información y asesoramiento juvenil. Si observamos la comparación entre ambas encuestas, es fácil ver que la gente joven aún tiene el mismo tipo de prioridades en cuanto a las áreas y fuentes de información. 5 años después, la gente joven todavía depende en gran parte de los servicios de información y asesoramiento juvenil y su lugar en sociedad sigue siendo crucial en toda Europa y alrededores.

Aunque este análisis nos pueda ayudar a comparar algunos patrones y tendencias interesantes dentro del grupo de usuarios y *no usuarios* de los servicios de información y asesoramiento juvenil, si queremos conocer mejor las diferencias y los resultados generales de esta encuesta, será necesario un estudio más profundo usando también métodos cualitativos.

## 8. Recomendaciones

En la siguiente tabla incluimos unas cuantas recomendaciones basadas en las necesidades y deseos que la gente joven manifestó en la encuesta. Esperamos que las siguientes iniciativas **mejoren la visibilidad, la frecuencia de uso y la prestación de servicios**. Para que algunas de ellas sean efectivas será necesario una mayor financiación sostenible y apoyo institucional.

Áreas	Recomendaciones
1. Extensión del servicio a grupos menos representados	Mucha gente joven aún está fuera del alcance de los servicios de información y asesoramiento juvenil, concretamente aquella que reside en pueblos y áreas rurales, está en situación de desempleo o que ni estudia ni trabaja ( <i>ninis</i> ). En este sentido, los servicios de información y asesoramiento juvenil deben desarrollar estrategias específicas para aumentar su visibilidad y alcance dentro de la gente joven que cumple este perfil. Estas estrategias incluyen servicios presenciales más personalizados y adaptados, así como un uso más eficiente y preciso de los nuevos medios de comunicación y canales de internet.
2. Frecuencia de uso y alcance	Con el fin de aumentar la frecuencia de uso de los usuarios y atraer a más no usuarios, los servicios de información juvenil deben ser fáciles de acceder, atractivos y más visibles para la gente joven. Se deben mejorar las aplicaciones móviles y los servicios en línea y promoverlas dentro del grupo que es reacio a visitar los centros. Asimismo, deberían usarse como multiplicadores partes interesadas importantes como los monitores juveniles, padres y madres, profesorado e iguales especialmente para atraer a la gente que no usa los servicios.
3. Áreas de interés	Considerando las principales áreas de interés resultantes de ambos grupos y la dificultad percibida en el acceso a cada área, los servicios de información y asesoramiento juvenil deben garantizar información y asesoramiento cada vez más accesible en materia de iniciativa empresarial, vivienda, empleo y educación. Esto incluye asociaciones y colaboraciones estratégicas con las partes interesadas relevantes de estos sectores.
4. Canales de información y nuevos medios de comunicación	Los servicios de información y asesoramiento juvenil necesitan explorar y aplicar maneras innovadoras y fomentar la autonomía y resiliencia de la gente joven. Esto incluye aprovechar las oportunidades ofrecidas por tendencias de comunicación emergentes y sus nuevos medios. Es necesario fomentar y desarrollar la presencia en las redes sociales y la optimización de buscadores. Ya que la información y asesoramiento juvenil cara a cara sigue siendo más popular que la mayoría de las opciones en línea, podrían incluirse las videollamadas o aplicaciones de mensajería instantánea como canales de información y asesoramiento juvenil y así proporcionar un enfoque más personalizado y humano a los medios en línea.

5. Empoderamiento y participación de los jóvenes	La innovación en las actividades de información juvenil P2P podrían ser otra manera efectiva de incrementar el alcance y el acceso a información fiable, especialmente en las áreas donde la gente joven muestra preferencia por grupos de intercambio para informarse. Por ejemplo, la implicación de multiplicadores e <i>influencers</i> jóvenes en las actividades de información juvenil no son solo una manera efectiva de incrementar el alcance de los servicios de información juvenil, sino también una forma genuina de empoderar a la gente joven y asegurar su participación en el suministro y promoción de información juvenil.
6. Alfabetización mediática e informacional	Los servicios de información juvenil están totalmente equipados para asesorar a la gente joven en la búsqueda de información y la evaluación de su grado de fiabilidad. La alfabetización mediática e informacional debe ocupar una parte importante del trabajo de los servicios de información y asesoramiento juvenil. Se podrían seguir desarrollando talleres y actividades formativas basados en métodos y medios que se adapten a la gente joven y así promover su alfabetización mediática e informacional. Esto les ayudará a leer el contenido de manera crítica, validar la calidad y fiabilidad de la información a la que acceden, evaluar la estrategia e interés de sus productores y crear y difundir contenido de una manera responsable. Los recursos y servicios de verificación podrían ser muy efectivos.
7. Desarrollo de las competencias de los proveedores de servicios	El intercambio de conocimiento entre los trabajadores de los servicios de información juvenil y la participación en actividades formativas son fundamentales para la prestación de servicios de información juvenil de calidad. Además de desarrollar los servicios, los trabajadores de los servicios de información juvenil deben de haber recibido la misma formación para poder adaptarse a los futuros cambios y retos. Se debe garantizar y ser parte del currículo de los proveedores de información juvenil la formación constante y regular en nuevas áreas importantes, tales como la alfabetización mediática e informacional, la innovación en los métodos de difusión o las competencias digitales.
8. Continuar con la investigación de los servicios de información y asesoramiento juvenil	La información juvenil es un área que ha sido poco investigada y es importante invertir más en el conocimiento de las tendencias en información y el comportamiento informacional de la gente joven. Es un área que está creciendo rápido debido a las innovaciones tecnológicas y el panorama cambiante de la información y los medios de comunicación. Esta encuesta resalta varios asuntos que necesitarían seguir siendo investigados. Los datos que ya han sido recopilados deberían ser analizados usando métodos analíticos más avanzados. Se deberían recopilar más datos a través de otros métodos de recolección, como por ejemplo entrevistas, para poder conocer mejor las causas de los patrones de búsqueda de información en la gente joven.

En la era de la tecnología móvil, las comunicaciones inalámbricas y las constantes nubes de contenido, es fundamental proporcionar una información fiable y un asesoramiento apropiado a través de los medios en línea y plataformas populares. Los servicios de información juvenil deben de mejorar su capacidad de prestar servicios presenciales y personalizados. Esta característica genuina y valor añadido de los servicios debe de combinarse con un uso más eficiente de los medios y canales de internet. Este enfoque dará lugar a un alcance más cuantitativo y cualitativo dentro del grupo destinatario. Para alcanzar dicha meta, se deben mejorar y asegurar la disponibilidad de recursos y medios dentro de los servicios de información y asesoramiento juvenil. De esta forma, podrán de verdad marcar una diferencia en la vida de la gente joven.

## 9. Referencias

---

Buchanan, S. & Tuckerman, L. (2016) The information behaviours of disadvantaged and disengaged adolescents. *Journal of Documentation*, 72 (3). pp. 527-548.

ERYICA (2018). European Youth Information Charter.  
<https://www.eryica.org/european-youth-information-charter>

European Commission (2018) Engaging, Connecting and Empowering young people: a new EU Youth Strategy. [https://ec.europa.eu/youth/sites/youth/files/outh\\_com\\_269\\_1\\_en\\_act\\_part1\\_v9.pdf](https://ec.europa.eu/youth/sites/youth/files/outh_com_269_1_en_act_part1_v9.pdf)

Eurostat (2017) *Vocational education and training statistics*. [http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Vocational\\_education\\_and\\_training\\_statistics](http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Vocational_education_and_training_statistics)

Ivanovskis, M. & Rupkus, E. (2015). *Compendium on National Youth Information and Counselling Structures*. ERYICA and Council of Europe. [https://issuu.com/eryica/docs/2015\\_eryica\\_compendium\\_of\\_national](https://issuu.com/eryica/docs/2015_eryica_compendium_of_national)

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy. *Media, Culture & Society*, 33(2), 211-221.

Krzaklewska, E. & Potocnik, D. (2014). Survey on Impact of Youth Information and Counselling. In: Ivanovskis, M. & Rupkus, E. *Compendium on National Youth Information and Counselling Structures*. ERYICA and Council of Europe. [https://issuu.com/eryica/docs/2015\\_eryica\\_compendium\\_of\\_national](https://issuu.com/eryica/docs/2015_eryica_compendium_of_national)

Landy, N. & Letellier, A.-S. (2016). *L'éducation aux médias à l'ère numérique : entre fondations et renouvellement*, Les Presses de l'Université de Montréal. 262 p.

Lingel, J., & Boyd, D. (2013) "Keep it secret, keep it safe": Information poverty, information norms, and stigma. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(5), 981-991.

Poirier, L. & Robinson, L. Informational balance: slow principles in the theory and practice of information behaviour. *Journal of Documentation*, 70(4), 687-707

Sairanen, A. & Savolainen, R. (2010). Avoiding health information in the context of uncertainty management. *Information Research*, 15(4). <http://www.informationr.net/ir/15-4/paper443.html>

Schellenbarger, S. (2016). Most students don't know when news is fake, Stanford study find. *Wall Street Journal*, Nov. 21, 2016. <https://www.wsj.com/articles/most-students-dont-know-when-news-is-fake-stanford-study-finds-147975257>

UNESCO (2017). *Media and Information Literacy as Composite Concept*.  
<https://blogs.worldbank.org/publicsphere/media-and-information-literacy-composite-concept>





---

## Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (ERYICA)

   [@eryica](https://twitter.com/eryica) [f.a.s. @l.](https://www.facebook.com/eryica)  
[info@eryica.org](mailto:info@eryica.org)  
[www.eryica.org](http://www.eryica.org)



## Erasmus+

Esta publicación se ha realizado con el apoyo del programa Erasmus+ de la Unión Europea. El apoyo de la Comisión Europea para la producción de esta publicación no constituye una aprobación del contenido, el cual refleja únicamente las opiniones de los autores, y la Comisión no se hace responsable responsable del uso que pueda hacerse de la información contenida la misma.