

# des y ighn

Innovative Youth  
Information design  
and outreach



Informe de las entrevistas con los grupos  
de discusión



Muhaimin Karim  
Åbo Akademi University, Finland

in collaboration with  
Eva Reina and Jessica Walker, ERYICA

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

**Editora jefe:** Eva Reina

**Traducción:** Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid

**Revisión:** Beatriz Terrenos y Eva Reina

**Diseño:** Beatriz Terreros

Esta publicación es resultado del proyecto “DesYlgn”, financiado por el programa Erasmus+ de la Unión Europea.

Consortio del proyecto:



European youth information  
and counselling agency

Agencia Europea de Información y Asesoramiento Juvenil (Luxemburgo)



Youth Work Ireland (Irlanda)



Koordinaatti (Finlandia)



Agence Nationale pour l'information des Jeunes (Luxemburgo)



Dirección General de Juventud. Comunidad de Madrid (España)



Promo Cymru (Gales, Reino Unido)



Aġenzija Żgħażaġh (Malta)



Institut Valencià de la Joventut (España)



Universidad Åbo Akademi (Finlandia)



Esta publicación ha contado 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 de los contenidos, que 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

4

## RESUMEN EJECUTIVO

7

## INTRODUCCIÓN

8- Antecedentes / 10- Objetivo / 10- Metodología

12

## RESULTADOS

12- Conocimiento / 15- Utilidad percibida / 17- Acceso / 19- Expectativa de funcionamiento / 21- Satisfacción de la necesidad de información / 23- Expectativa de esfuerzo / 25- Tangibles / 26- Condiciones facilitadoras / 28- Influencia social / 29- Motivaciones hedónicas / 32- Características positivas / 33- Características negativas / 34- Características adicionales propuestas

35

## CONCLUSIÓN Y RECOMENDACIONES

40

## DEBATE

# Resumen ejecutivo

*El principal propósito del proyecto DesYIgn es, en última instancia, que los servicios de información y asesoramiento juvenil (SIAJ) puedan llegar al mayor número posible de jóvenes de toda Europa mediante la revisión del diseño de los servicios y la creación de herramientas y recursos para que los informadores juveniles puedan lograr este objetivo.*

El objetivo de los servicios de información y asesoramiento juvenil es facilitar información auténtica y fiable a las personas jóvenes, darles la posibilidad de tomar decisiones informadas sobre sus vidas y que puedan participar de forma activa en la sociedad. Sin embargo, si los servicios no logran llegar a las personas jóvenes, en muchos casos, el esfuerzo para empoderarlos puede no tener el resultado buscado. La aceptación y el uso de un servicio dependen, en gran medida, del **grado en el que el servicio se corresponda con las necesidades y los deseos de sus usuarios objetivo**. En este contexto, el servicio es el servicio de información y asesoramiento juvenil y el grupo objetivo son las personas jóvenes. Puesto que el servicio consiste en **facilitar información a las personas jóvenes**, el consorcio del proyecto dirigido por ERYICA, junto con la Universidad Åbo Akademi, decidió estudiar su **comportamiento de búsqueda de información** y utilizar el conocimiento extraído del estudio para mejorar las actividades de comunicación y el diseño de los servicios de información y asesoramiento juvenil, de manera que sean servicios **innovadores y centrados en el usuario**. El objetivo consiste en modificar la forma en que se diseñan y comunican los servicios para que se correspondan con las necesidades informativas y las prácticas de búsqueda de información de la juventud actual.

Para lograr este objetivo, se llevaron a cabo ocho entrevistas con grupos de discusión en cuatro países distintos: Reino Unido (Gales), España (Valencia y Madrid), Malta y Luxemburgo. Un total de **37 jóvenes con edades comprendidas entre los 15 y los 29 años, y una edad media de 19 años**, participaron en un debate exhaustivo, en el que detallaron sus prácticas diarias de búsqueda de información, su nivel de conocimiento de los servicios, sus desafíos a la hora de acceder a los servicios y de qué forma preferirían utilizar dichos servicios de información.

Una vez analizado el estudio, resulta evidente que las personas jóvenes de la actual era digital buscan información de una forma diferente a los jóvenes de la era anterior a la aparición de Internet y las redes sociales. Para prácticamente cualquier tipo de información, primero realizan una búsqueda en Google para obtener la idea principal y, posteriormente, recurren a otras fuentes más legítimas y los amigos. **Prefieren consumir información presentada con imágenes y vídeos en lugar de textos largos.**

En la actualidad, las personas jóvenes practican la búsqueda de información autónoma, aunque no les resulta fácil comprender grandes volúmenes de información y, a menudo, se exponen a una **sobrecarga de información** cuando buscan información precisa para tomar decisiones. Los participantes mostraron la necesidad de contar con una **autoridad cognitiva**: una fuente de información y asesoramiento percibida como digna de confianza y fiable por su experiencia y conocimiento. Más allá de las instituciones educativas, los servicios de información juvenil podrían desempeñar un papel importante como una de estas fuentes. Por tanto, para aumentar su conocimiento por parte de los jóvenes, los **servicios deben mantener su relevancia para la vida de las personas jóvenes**, producir contenidos en los medios de comunicación de su elección y difundirlos en los canales apropiados. Se necesitan diferentes puntos de acceso, tanto físicos como virtuales, para incluir a las personas jóvenes que viven en zonas rurales, aquellas a las que es más difícil llegar y los jóvenes con discapacidades. El uso de una web interactiva y una aplicación móvil también podría ser muy eficaz para este grupo objetivo.

En un panorama tecnológico en constante cambio, las áreas de información de interés también van cambiando: la información sobre **ansiedad, bienestar y ciberacoso** va ganando importancia para las personas jóvenes. Para crear una conexión sostenible con los jóvenes, se recomienda la colaboración con los centros de enseñanza, padres, organizaciones juveniles, diferentes organismos gubernamentales e instituciones educativas. Igualmente importante es que las personas jóvenes puedan participar en diferentes actividades y eventos educativos para aumentar su conocimiento sobre el servicio y mejorar su **alfabetización mediática e informacional**. Los informadores juveniles deben contar con formación para la práctica de la empatía y una actitud abierta y, además de su experiencia profesional, tienen que ser cuidadosos con la **privacidad y confidencialidad** de las personas jóvenes. Sin embargo, para poder mantenerse al ritmo de rapidez y fluidez del panorama tecnológico y de la información, es necesario supervisar y estudiar, de forma periódica, el comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes, lo cual permitirá que los servicios de información y asesoramiento juvenil mantengan su relevancia e importancia para ellas.

# DEFINICIÓN

# información y asesoramiento juvenil

Los servicios de información y asesoramiento juvenil abarcan una gran variedad de métodos y técnicas y se pueden facilitar en diferentes servicios, que varían de un país a otro. Lo importante es que, para poder ofrecer información de calidad, la persona que facilita la información esté equipada con una serie de destrezas y competencias específicas y respete un código deontológico. Para este propósito, se puede utilizar la **Carta Europea de Información Juvenil**, que contiene las directrices y principios profesionales de la información y el asesoramiento juvenil a nivel europeo. La siguiente definición procede del Compendio de estructuras nacionales de información y asesoramiento juvenil (*Compendium of National Youth Information and Counselling Structures*). Pueden consultarse más definiciones y explicaciones [aquí](#) (en inglés).

Los servicios de información juvenil emplean una gran variedad de técnicas —desde informar hasta señalar y derivar, pasando por orientar y asesorar— para orientar a las personas jóvenes a través de este proceso y apoyarlas en la toma de sus propias decisiones. Estas técnicas se detallan a continuación:

- **Informar:** *facilitar hechos fiables, precisos y actualizados sobre cualquier tema de relevancia para las personas jóvenes, de una forma comprensible y fácil de usar, y situarlos en un contexto que tenga sentido.*
- **Creación de redes/derivación/dirección:** *ofrecer, no solo información relevante, sino también conocimiento y una red de contactos sobre temas relacionados con el ámbito en cuestión, siendo, de esta forma, capaces de dirigir o derivar a las personas jóvenes a la institución o persona adecuada, que podrá ayudarlas con su consulta*
- **Orientación:** *situar la información ofrecida en un contexto más amplio y, mediante la interacción con un informador juvenil (en línea o no), ofrecer a las personas jóvenes la posibilidad de reflexionar sobre diferentes alternativas y las consecuencias de decidirse por cada una de las opciones.*
- **Consejo/guía:** *en ocasiones, además de recibir información a medida, las personas jóvenes también necesitan el consejo o guía de un profesional. Los servicios de información juvenil pretenden servirles de ayuda ofreciéndoles diferentes puntos de vista y, asegurándose, en todo momento, de que la persona joven sea la encargada de tomar la decisión de forma independiente.*
- **Asesoramiento:** *en el contexto de la información juvenil, el asesoramiento suele estar centrado en la aclaración. En una conversación guiada y profesional, los informadores juveniles y la persona joven trabajan juntos para, primero, identificar las razones y los motivos que subyacen a una pregunta o un problema presentados por la persona joven. A continuación, intentan aclarar cuáles podrían ser los siguientes pasos. No todos los centros y servicios de información juvenil ofrecen todas estas formas de intervención. Por ejemplo, no todos los países de Europa consideran el asesoramiento como una parte integral de la información juvenil. A menudo, la oferta de los servicios de información juvenil depende de los servicios que ya se facilitan a los jóvenes en la zona, ya que la información juvenil pretende cerrar las brechas existentes, no duplicar servicios.*

# Introducción

*Los servicios de información y asesoramiento juvenil, o SIAJ, facilitan orientación de gran calidad a las personas jóvenes y las ayudan a tomar decisiones para dirigir sus vidas de forma constructiva. Estos servicios también tienen una notable función preventiva que constituye un gran valor añadido a la sociedad.<sup>1</sup>*

A pesar de la importancia de los servicios de información juvenil para apoyar a las personas jóvenes a alcanzar su máximo potencial, todavía hay muchos jóvenes que no tienen acceso a estos servicios. Según un informe de investigación de Eurofound (2019), un porcentaje significativo de personas jóvenes tienen dificultades para acceder a ellos. El alcance limitado del servicio podría deberse a **un conocimiento inadecuado, una percepción de poca utilidad** y la brecha entre los canales utilizados para promover los servicios y los que usan las personas jóvenes para buscar información. En el Proyecto Erasmus+ KA2 Future Youth Information Toolbox, el informe de investigación **“El futuro de los servicios de información y asesoramiento juvenil: Creciendo según las tendencias y necesidades de información”** reveló que las personas jóvenes no siempre tienen conocimiento de la existencia de los servicios de información y asesoramiento juvenil (Karim, M. y Widén, G., 2018). Con el fin de garantizar una relevancia y mejora sostenibles, es fundamental que los servicios de información juvenil aumenten su **visibilidad y alcance**. El consorcio del proyecto entiende que las formas de llegar a las personas jóvenes se encuentran en constante cambio. El advenimiento tecnológico sin precedentes y el uso generalizado de Internet han transformado significativamente las formas de buscar y recopilar información de las personas jóvenes. Por lo tanto, para garantizar un alcance más amplio de dichos servicios de información y asesoramiento, es esencial poder entender el **comportamiento de búsqueda de información contemporáneo** de los jóvenes y adaptar los servicios a las tendencias.

Para hacer frente a esta brecha y garantizar que los proveedores de información juvenil cuentan con las herramientas y destrezas necesarias para poder llegar al mayor número posible de jóvenes, ERYICA y la Universidad Åbo Akademi han realizado un estudio sobre las tendencias actuales en el comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes de Europa. El departamento de Estudios de la Información de Åbo Akademi tomó como referencia la definición de juventud de Eurostat («Overview - Eurostat», Ec.europa.eu, 2019) y llevó a cabo una exhaustiva entrevista de grupos de discusión con jóvenes de edades comprendidas entre los 15 y los 29 en varios países de toda Europa, en colaboración con las estructuras nacionales y regionales de información y asesoramiento juvenil. El objetivo de las entrevistas de grupos de discusión era entender la percepción que tienen las personas jóvenes de Europa sobre los servicios de información y asesoramiento juvenil; cómo recopilan, verifican y utilizan la información a través de diferentes canales y formatos; y cómo les gustaría que estos servicios de información respondieran a su necesidades de información y las tendencias de recopilación de información.

El conocimiento generado a partir del estudio es fundamental para poder desarrollar recursos innovadores y diseñar los servicios de información juvenil de forma que se adhieran a las tendencias y necesidades actuales de los jóvenes. Los resultados tangibles incluyen herramientas digitales e interacciones en persona, lo cual podrá servir de ayuda para ampliar el servicio a más personas jóvenes, en particular de grupos desfavorecidos

# antecedentes

La era de Internet y la tecnología de la comunicación ha modificado el comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes en muchos sentidos. Así, los estudios recientes enfatizan que han surgido nuevas formas de comportamiento de búsqueda de información. Por ejemplo, en la actualidad, las personas jóvenes prefieren que las fuentes de información sean **interactivas y visuales**, además de que estén disponibles en plataformas de redes **sociales, aplicaciones y entornos de juego**. Buscan catálogos de tiendas en línea; aprenden idiomas, a tocar un instrumento musical y trucos para juegos a través de vídeos; y utilizan diferentes motores de búsqueda y aplicaciones para teléfonos móviles o tabletas. Se ha comprobado que **YouTube** es una fuente de información crítica para muchos adolescentes, **que prefieren ver, en lugar de leer**. A pesar de que las personas jóvenes están al tanto de las amenazas presentes en Internet, la velocidad en la obtención de la información y la rápida evaluación de su calidad continúan siendo características que definen el comportamiento de búsqueda de información de los jóvenes (Bowler et al., 2001; Rowlands et al., 2008). Los teléfonos inteligentes y las tabletas ofrecen la oportunidad de realizar una búsqueda de información rápida para cubrir las necesidades del día a día y, a menudo, sirven como herramientas de información. En una investigación titulada «Net Children Go Mobile» (Bowler et al., 2018), los autores descubrieron que, más allá de Wikipedia y sitios web indicados por centros de enseñanza, había pocas referencias a fuentes basadas en texto (Bowler, Julien, y Haddon, 2018).

Sin embargo, el acceso ininterrumpido a la información en Internet y diferentes plataformas de redes sociales, y la creación de información sin restricciones han permitido que no se pueda realizar un control de la **información falsa y engañosa**, lo cual perjudica a las personas jóvenes a la hora de tomar decisiones informadas, percibir diferentes dilemas sociales y tomar las decisiones adecuadas. A pesar de la abundancia de fuentes de información disponibles para las personas jóvenes, no siempre les resulta fácil acceder y comprender la información facilitada a través de una amplia variedad de medios de comunicación. A finales de 2017, la Universidad Åbo Akademi y ERYICA realizaron una encuesta a personas jóvenes de 18 países europeos como parte del Proyecto Erasmus+ KA2 Youth.Info: Future Youth Information Toolbox. El cuestionario fue traducido a 20 idiomas y se recogieron **más de 6.000 respuestas** gracias a la contribución y el apoyo activo de las estructuras nacionales y regionales de información y asesoramiento juvenil. El objetivo de la encuesta era estudiar el comportamiento y las experiencias informativas con los servicios de información y asesoramiento juvenil de los usuarios y no usuarios del servicio. El informe de la investigación resultante «**El futuro de los servicios de información y asesoramiento juvenil: Creciendo según las tendencias y necesidades de información**» dejó patente que, a pesar de la popularidad de las fuentes de Internet, las personas jóvenes tienen dificultades para validar la información que encuentran en línea. Alrededor del 50 % de las personas jóvenes encuestadas creen que gran parte de la información a la que acceden es innecesaria e irrelevante. Más de la mitad de los participantes destacaron que la información que utilizan no siempre es **completa ni fiable**.

Prácticamente la mitad de los participantes expresaron tener dificultades para evaluar la fiabilidad de la información a la que acceden y el 55 % expresaron que les gustaría contar con fuentes en las que no fuera necesario realizar una verificación adicional de la información. Gran parte de los participantes solicitaron fuentes de información que no precisaran de una validación adicional (Karim, M. y Widén, G., 2018). Sorprendentemente, a pesar de encontrarnos en la era digital, alrededor del 45 % de los usuarios y el 42 % de los no usuarios de los servicios de información y asesoramiento juvenil prefieren los **canales presenciales para recopilar información** (individualmente y en grupo), lo cual muestra la importancia de la interacción humana en el proceso de búsqueda de información.

Para hacer frente a este reto de la era digital, los servicios de información y asesoramiento juvenil (SIAJ) pretenden ofrecer acceso a información auténtica a través de componentes tanto en línea como físicos y orientación a través del asesoramiento en persona, además de llevar a cabo las actividades necesarias para mejorar la alfabetización mediática e informacional de las personas jóvenes y ayudarlas a tomar **decisiones informadas que den forma a su futuro**. Este servicio está disponible para todas las personas jóvenes, de forma gratuita, y emplea una gran variedad de técnicas, desde informar a asesorar, pasando por dirigir y derivar. Sin embargo, hay personas jóvenes que no saben que tienen estos servicios disponibles o perciben que son menos relevantes para ellas porque no tienen la suficiente visibilidad en los canales que siguen. Por esta razón, los proveedores de los servicios, a menudo, tienen dificultades para llegar a todas las personas jóvenes.

Para poder responder eficazmente a estos retos se necesitan **nuevas destrezas, conocimientos, herramientas y recursos a medida**. El informe de investigación de Eurofound (2019) recomendaba que los proveedores de servicios adopten nuevas herramientas en consonancia con las tendencias predominantes entre las personas jóvenes, faciliten una guía sobre el tipo de servicio que necesita la persona joven, adquieran un alto grado de conocimiento sobre las cuestiones que resultan de interés para las personas jóvenes, practiquen la empatía con las personas jóvenes y comprendan sus necesidades. Con el fin de garantizar que los proveedores de información juvenil estén equipados con las herramientas y destrezas necesarias para poder apoyar al mayor número posible de jóvenes, el consorcio del proyecto pretende desarrollar recursos digitales y métodos de diseño de servicios innovadores y conectados a las tendencias y necesidades de la juventud actual. Así, la principal prioridad del proyecto **DesYlgn – Innovative Youth Information Service Design and Outreach (Diseño innovador y proyección de la información juvenil)** es fomentar un **trabajo de información juvenil de calidad**, optimizando los servicios de información juvenil y estableciendo estrategias y herramientas eficientes para llegar a las personas más jóvenes, comprendiendo las necesidades del usuario, de manera que sea un servicio **fácil de usar, basado en las necesidades, competitivo y de relevancia para el grupo objetivo**. Para lograr este objetivo, ERYICA inició el proyecto DesYlgn en colaboración con las organizaciones socias: [Youth Work Ireland](#) (Irlanda), [Koordinaatti](#) (Finlandia), [Agence Nationale pour l'Information des Jeunes](#) (Luxemburgo), [Dirección General de Juventud](#) (Madrid, España), [ProMo Cymru](#) (Gales, Reino Unido), [Aġenzija Żgħażaġh](#) (Malta), [Institut Valencià de la Joventut](#) (España) y [Universitat Åbo Akademi](#) (Finlandia). El consorcio está trabajando en la revisión de la provisión de información juvenil mediante la aplicación de esta innovadora metodología para que los servicios de información juvenil sean **fácilmente accesibles, atractivos y visibles para las personas jóvenes**.

Los socios del proyecto Agence Nationale pour l'Information des Jeunes (Luxemburgo), Dirección General de Juventud y Deportes de Madrid (España), ProMo Cymru (Gales, Reino Unido), Aġenzija Żgħażaġh (Malta), e Institut Valencià de la Joventut (España) han llevado a cabo entrevistas de grupos de discusión con un grupo muestra representativo de jóvenes de 15 a 29 años en cuatro países de toda Europa. A través de un exhaustivo debate con el grupo objetivo, el estudio intenta descubrir su percepción de los servicios de información y asesoramiento juvenil, cómo utilizan dichos servicios, cómo recopilan información y cómo se podrían modificar los servicios de información y asesoramiento juvenil para que más jóvenes los usaran de forma voluntaria a través de sus medios y canales preferidos.

# objetivo

El estudio pretende aumentar la comprensión sobre el comportamiento y las prácticas de búsqueda de información de los jóvenes y utilizará el conocimiento extraído para reforzar **la modernización y eficacia de los servicios de información juvenil**. El objetivo de las entrevistas de grupos de discusión consistió en comprender cómo prefieren buscar, recopilar y utilizar la información las personas jóvenes en su día a día, y cómo se podrían modificar los servicios de información y asesoramiento juvenil para que se adapten mejor a las necesidades de información de las personas jóvenes.

# metodología

Los estudios cualitativos suelen descubrir más detalles sobre la conducta humana que los estudios cuantitativos. Con el fin de entender el comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes en su día a día y sus expectativas sobre los servicios de información y asesoramiento juvenil, se consideró que realizar entrevistas en grupos de discusión sería adecuado y fundamental para esclarecer patrones de comportamiento complejos. Se llevaron a cabo ocho entrevistas de grupos de discusión en cuatro países europeos. Además, los datos recogidos complementan los datos ya obtenidos a través de la encuesta **Future Youth Information Toolbox** (datos cuantitativos).

En las entrevistas participaron un total de **37 jóvenes de Luxemburgo, Malta, España (Madrid y Valencia), y Reino Unido (Gales)**. El grupo de participantes estuvo compuesto por 21 mujeres y 16 hombres. La edad de los participantes estaba comprendida entre los 15 y los 29 años, con una edad media de 19 años. 22 de los participantes eran estudiantes, mientras que el resto contaban con empleos a tiempo completo. De los 37 participantes, 23 vivían en grandes ciudades, 13 en pequeñas ciudades y 1 en una ciudad mediana.

Las ocho sesiones de entrevistas tuvieron una duración aproximada de 1,5 horas cada una, y permitieron que todos los participantes pudieran contribuir con sus propios puntos de vista y reflexiones sobre la cuestión planteada.

Para preguntarles sobre su percepción de los servicios de información y asesoramiento juvenil, su comportamiento de búsqueda de información en el día a día y la posible expansión del servicio para poder llegar a más personas, se utilizó la **teoría unificada de aceptación y uso de la tecnología** (Venkatesh et. al. 2003), junto con otros cuatro componentes adecuados, a saber: **conocimiento, acceso, satisfacción de la necesidad de información y tangibles**. Los socios de DesYIgn pretenden promover y ampliar el alcance de los servicios, y animarán a las personas jóvenes a diseñar el servicio de forma conjunta en las fases posteriores del proyecto. Así pues, se añadieron estos componentes a esta teoría, que ya se ha utilizado en

estudios anteriores para evaluar los servicios bibliotecarios (Awwad et al., 2015) (Ayele y Sreenivasarao, 2013). La búsqueda de información se ha convertido, en gran parte, en un proceso virtual; por eso, se utilizó esta teoría para comprender qué características buscan las personas jóvenes en los servicios de información y asesoramiento juvenil que podrían atraer a más jóvenes a acceder y utilizar el servicio con facilidad. Finalmente, la pregunta comprendió 10 componentes en total, a saber: **conocimiento, utilidad percibida, acceso, expectativa de funcionamiento, satisfacción de la necesidad de información, expectativa de esfuerzo, tangibles, condiciones facilitadoras, influencia social y motivaciones hedonistas**. De acuerdo con la teoría unificada de la aceptación y el uso de la tecnología, estos son los componentes que forman parte de la actitud hacia una tecnología o un servicio en particular, lo cual desencadena la intención conductual de utilizar la tecnología o el servicio.

Al marco teórico se le añadió otra actividad, en la que los participantes tuvieron que mencionar dos características del servicio de información juvenil que les gustaban, dos características del servicio que no les gustaban y dos características que les gustaría añadir al servicio.

# Resultados

## 1

# Conocimiento

En este estudio, el componente de conocimiento exploró **el conocimiento que tienen las personas jóvenes sobre el servicio de información y asesoramiento juvenil**. El objetivo de esta sección era averiguar si las personas jóvenes sabían de la existencia de dichos servicios, por qué existen, cuál es su utilidad, si ya saben de la existencia del servicio y, en tal caso, cómo se enteraron de su existencia, etcétera

Las preguntas que guiaron el debate fueron:

- ¿Qué es un Centro de Información y Asesoramiento Juvenil para ti?
- ¿Cómo te enteraste de su existencia (familia/amigos/web/redes sociales/folleto)? (También para los no usuarios que saben de la existencia de los servicios, pero no los han utilizado nunca)
- ¿Cuál crees que podría ser el propósito de este servicio?
- ¿Qué podrían hacer los SIAJ para tener más visibilidad entre las personas jóvenes?

La percepción general de los servicios de información y asesoramiento juvenil mostrada por las personas jóvenes fue que **facilitan información importante y fiable para los jóvenes**. Estos servicios sirven para recopilar información sobre **estudios, trabajos estivales, voluntariado y formación**. Varios participantes también consideraban el lugar como un espacio en el que se podía participar en actividades extracurriculares y conocer gente. Parecían tener una idea bastante imprecisa sobre el servicio y **no tener un conocimiento adecuado de las oportunidades que este servicio podría ofrecer**. Por otra parte, los participantes procedentes de pequeñas ciudades eran menos conscientes de su existencia y no tenían claro qué es lo que ofrecen los servicios.

Las personas jóvenes que tenían conocimiento del servicio supieron de su existencia, en su mayoría, a través de casas de la juventud, centros juveniles y profesionales en el ámbito de juventud. La siguiente fuente más mencionada fueron las amistades y, en ocasiones, algunas fuentes de Internet. Indicaron que raramente se hace referencia al servicio en los centros de enseñanza y tampoco lo recomiendan los padres.

Aunque sabían que es un centro dedicado a ayudar y orientar a las personas jóvenes, también coincidieron en que el servicio no es lo suficientemente visible para ellos. Cuando se les preguntó **cómo** se podría aumentar su visibilidad, la mayoría de las personas jóvenes sugirieron el desarrollo de una **sólida colaboración con los centros de enseñanza**. Esto indica que es necesario que las autoridades cognitivas tengan un mínimo de interconexión para aumentar la confianza y la seguridad. Es decir, que a pesar de que las personas jóvenes perciben los servicios de información y asesoramiento juvenil como una fuente fiable de información, al asociarse a otras autoridades cognitivas posibles, se podría aumentar el conocimiento de los servicios entre la

mayoría de los jóvenes y animarlos a utilizarlo. Puesto que parece que los estudiantes confían en la experiencia y el conocimiento de sus profesores, los servicios de información juvenil podrían ser más eficaces si los profesores los recomendasen. Merece la pena comprobar con el servicio nacional de información juvenil del país si sería posible o pertinente establecer una relación sólida con el sector de la educación reglada.

También dieron una gran importancia a la **presencia en redes sociales**. Las personas jóvenes recomendaron el uso de Facebook e Instagram para tener mayor presencia en las redes sociales, que se pudiera acceder fácilmente con una búsqueda en Google y el uso de **códigos QR** al diseñar los materiales promocionales. Sin embargo, según la tendencia actual, el alcance orgánico (el número de personas que han visto una publicación una vez mediante una distribución no remunerada) a través de las redes sociales está disminuyendo. El alcance orgánico de Facebook en los últimos tiempos se ha reducido hasta el 6 % (Manson, M., 2014). En estas circunstancias, es necesario desarrollar una estrategia de redes sociales con una orientación fuerte al objeto para la comunicación externa, aumentar el conocimiento sobre el servicio y atraer al grupo objetivo. Para implementar una buena estrategia de redes sociales, es importante entender qué redes sociales habría que utilizar, quién forma parte del grupo objetivo, qué contenido es el más adecuado para sus integrantes y de qué forma se les puede atraer con dichos contenidos y publicaciones. En el informe se mencionan algunas iniciativas rudimentarias para darle forma a una estrategia de redes sociales a largo plazo con el fin de llegar a las personas jóvenes de manera orgánica:

1. Página/perfil de redes sociales verificados
2. Aumentar el número de seguidores y estar al tanto de sus **feeds** de noticias
3. Más contenidos audiovisuales
4. Vídeos en directo
5. Diferentes formatos de publicaciones
6. Interacción y competiciones en línea
7. Número de publicaciones equilibrado
8. Calidad por encima de cantidad
9. Descubrir cuál es el mejor horario para publicar
10. Comunicación atomizada: difundir los temas más relevantes en diferentes medios de comunicación.

Por otra parte, mediante el uso de información ya disponible a través de la API de Facebook, se puede extraer información clave sobre comportamientos. Por ejemplo:

- Cuándo se hace fan de una página un usuario y, a menudo, por qué lo hace.
- Qué contenidos le han gustado, ha comentado o compartido.
- Cuándo fue la última vez que interactuó con los contenidos de la página.
- Su edad, sus intereses y otra información variada del perfil.

Por lo tanto, además de una estrategia de redes sociales, también es necesario realizar una **supervisión constante** de las tendencias dentro del grupo objetivo. Como parte de la estrategia de redes sociales, los informadores juveniles y los proveedores de servicios de información juvenil deben **formarse de manera adecuada en medios de comunicación digitales y redes sociales** para poder llegar a las personas jóvenes utilizando software y herramientas digitales.

Más allá de los medios de interacción, el formato del contenido también resultó ser decisivo. Quedó patente que las personas jóvenes están menos interesadas en la comunicación basada en texto y, en consecuencia, recomendaron el uso de **vídeos promocionales en Internet y canales de YouTube**. Para aumentar el conocimiento del servicio fuera de Internet, mostraron preferencia por el uso de actividades y colaboraciones, líderes locales y corresponsales juveniles para informar a los jóvenes.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Conocimiento insuficiente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación con centros de enseñanza, instituciones de formación profesional y otros tipos de instituciones de educación reglada.</li> <li>• Implicar a los <b>padres</b> y hacerlos conscientes de la existencia del servicio y su importancia.</li> <li>• Ir a los lugares en los que están las personas jóvenes y promocionar el servicio con colaboraciones a través de actividades entre iguales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En algunas culturas, las personas jóvenes suelen ignorar las recomendaciones de los padres.</li> <li>• En algunos países, no siempre es fácil o adecuado asociarse con el sector de la educación reglada.</li> <li>• Las personas jóvenes que viven fuera de las áreas urbanas, en pequeñas ciudades y pueblos podrían beneficiarse de Internet, el trabajo con los padres y los centros de enseñanza podría ser eficaz.</li> </ul>
Preferencia por fuentes en línea	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una estrategia de redes sociales a medida para llegar a más personas jóvenes y mantener su interés</li> <li>1. Página/perfil de redes sociales verificados</li> <li>2. Aumentar el número de seguidores y estar al tanto de sus <b>feeds</b> de noticias</li> <li>3. Más contenidos audiovisuales</li> <li>4. Vídeos en directo</li> <li>5. Diferentes formatos de publicaciones</li> <li>6. Participaciones y competiciones en línea</li> <li>7. Número de publicaciones equilibrado</li> <li>8. Calidad por encima de cantidad</li> <li>9. Descubrir cuál es el mejor horario para publicar</li> <li>10. Comunicación atomizada: difundir los temas más relevantes en diferentes medios de comunicación.</li> </ul>	
Aumento del conocimiento a través de actividades colaborativas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programas innovadores para implicar a las personas jóvenes en voluntariados/formación/talleres.</li> <li>• La organización de eventos en los lugares frecuentados por las personas jóvenes podría ser eficaz.</li> <li>• Empleo/Implementación de personas líderes locales/iguales/ figuras de referencia/informadores juveniles locales.</li> <li>• La presencia de los SIAJ debe guardar una relación con la vida de las personas jóvenes.</li> </ul>	

# Utilidad percibida

En este estudio, el componente de utilidad percibida discutió **el grado de utilidad que los jóvenes creen que los servicios de información y asesoramiento juvenil tienen para ellos**. El grupo debatió el grado de relevancia que el servicio tiene para ellos y cómo se relaciona el servicio de información y asesoramiento juvenil con su día a día. Esta sección pretendía comprender en qué ocasiones recurren a los servicios de información juvenil las personas jóvenes, cómo suelen recopilar información sobre temas importantes y de qué manera los servicios de información juvenil podrían desempeñar un papel más importante en sus vidas que otras fuentes facilitando información de calidad. Las preguntas que guiaron esta sección fueron:

- ¿Cuándo (en qué ocasiones) recurre al centro del SIAJ? (Si no recurre a él, ¿por qué crees que no es útil?)
- ¿Cómo recopilas información más seria? (Sobre Educación, Empleo, Inversión, Emprendimiento, Cuestiones globales y Trabajo voluntario, etc.)
- ¿Por qué elegirías al SIAJ en lugar de otros canales de información?
- ¿Qué papel podría desempeñar el SIAJ en tu vida?

A tenor de lo expuesto durante la conversación, podría parecer que las personas jóvenes que conocen el servicio de información y asesoramiento juvenil tienden a utilizarlo, especialmente, para obtener información sobre posibles **empleos**. En algunos casos, se vio que los centros juveniles y las casas de la juventud se utilizan para el mismo propósito, pero estos grupos no tienen clara la utilidad general del servicio. Los tipos de empleo suelen ser: prácticas, trabajos para estudiantes y trabajos estivales. Además, las personas jóvenes recurren a los centros juveniles para buscar actividades de ocio y eventos. Otras áreas de interés incluyeron **educación, escolaridad, alojamiento, préstamos y soporte financiero, y legislación**. Tan solo algunas personas jóvenes mencionaron razones diferentes para solicitar ayuda y asesoramiento en los servicios de información y asesoramiento juvenil. Entre ellas, se encontraban cuestiones sobre embarazo, depresión, aclaración sobre rumores y temas íntimos que no pueden compartir con la familia o los amigos.

A continuación, se les preguntó acerca de sus prácticas generales a la hora de recopilar información acerca de cuestiones serias asociadas con sus metas en la vida, profesionales y personales del día a día, así como información sobre desarrollo social, político y global. Tal y como se sospechaba, casi todos los participantes preferían utilizar **fuentes de Internet** como su primera fuente para recopilar información. Además, puesto que las personas jóvenes necesitan alguna autoridad cognitiva, mencionaron los **centros de enseñanza y juveniles**. Sin embargo, en general, recopilaban información hablando con amigos y, después, realizando una búsqueda rápida en algún motor de búsqueda. En muchos casos, el primer punto de referencia es **Google**. Para las necesidades de información menos serias, hablaban con amigos, familiares y parientes.

Para cuestiones comparativamente más serias, las personas jóvenes prefieren dirigirse a sitios web fiables y designados, que consideran auténticos, enviando un mensaje o llamando a las organizaciones en cuestión. En algunos casos, las personas jóvenes mostraron reservados para hablar con sus profesores acerca de los problemas más serios, aunque los consideran una fuente fiable para cuestiones menos serias. Sorprendentemente, **ninguna de las personas jóvenes mencionó ningún libro como fuente de información ni acudir a una biblioteca, ni siquiera una biblioteca digital, para obtener información**.

Para responder a la pregunta de qué llevaría a las personas jóvenes a recopilar información de los servicios de información y asesoramiento juvenil, mencionaron la necesidad de obtener **información fiable procedente de un organismo que esté bien informado y sea de confianza**. Las cuestiones que les interesan a las personas jóvenes al utilizar este tipo de servicios son: **fiabilidad, actitud abierta, experiencia, servicio centrado en los jóvenes y empatía hacia ellos**. Sin embargo, se mencionó que estos centros pueden ser fiables y útiles para cuestiones generales, como legislación, pero que **prefieren los blogs y foros para los temas más íntimos y personales, ya que garantizan más privacidad**. Se mostró cierta preocupación por la privacidad y menos confianza en los profesionales.

Por otro lado, los participantes creen que los servicios de información y asesoramiento juvenil juegan un papel de apoyo en sus vidas en cuestiones relacionadas con su vida profesional y búsqueda de empleo, así como formación y estudios, y facilitando una plataforma para voluntariado y actividades extracurriculares. Además, algunas de las personas jóvenes esperan que el servicio sea un punto de referencia directa para validar información, asesorarse y recibir apoyo emocional en cuestiones como depresión, aislamiento social, y otras crisis vitales, pero la mayoría ven el servicio como algo más relacionado con oportunidades y actividades profesionales.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Falta de conocimiento sobre el servicio en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las personas jóvenes ven este servicio como una agencia que, especialmente, ayuda con información sobre estudios y empleo y, en ocasiones, ocio y formación. Es necesario que se informe a las personas jóvenes sobre los diferentes servicios que ofrecen estas instituciones en algunos casos (por ejemplo, asesoramiento y apoyo psicológico, salud, asesoramiento jurídico, etc.).</li> </ul>
Prácticas de información juvenil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando necesitan información, las personas jóvenes buscan primero en Google y, después, consultan con sus amigos. Con lo cual, es necesario facilitar a las personas jóvenes las competencias necesarias para buscar información fiable y mejorar sus competencias en materia de información y medios de comunicación. La mejora de la oferta de información juvenil entre iguales también supone un enfoque interesante para ampliar el alcance de los servicios.</li> <li>• En el caso de cuestiones más íntimas (por ejemplo, de sexualidad), en lugar de dirigirlos a sus profesores, se podría iniciar un foro virtual, lo cual podría resultar de gran ayuda.</li> </ul>
Expectativas de las personas jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las personas jóvenes necesitan una autoridad cognitiva y los servicios de información juvenil están posicionados como esta autoridad.</li> <li>• Además de aumentar el conocimiento sobre los servicios, también se necesita empatía y una actitud abierta para ganarse la confianza de las personas jóvenes, ya que valoran la confidencialidad.</li> </ul>

# 3

## Acceso

En esta sección, se discutió **el nivel de facilidad de acceso al servicio, tanto físico como virtual**. Además de tener un conocimiento claro y una utilidad percibida, las personas jóvenes también necesitan que se pueda acceder fácilmente desde diferentes plataformas. La discusión incluyó preguntas como:

- ¿Cómo utilizas el servicio del SIAJ? (Internet/móvil/visita al SIAJ) (Si no lo utilizas, dinos de qué forma la dificultad para acceder al servicio te llevó a no utilizarlo)
- ¿Te resulta fácil llegar o acceder al servicio?
- ¿Qué otra forma de acceder al servicio podría ser mejor? (Virtual/físico)
- ¿Cómo crees que se podría incluir a las personas jóvenes que viven lejos de estas instalaciones?

Los jóvenes participantes aclararon que cuando utilizan el servicio de información y asesoramiento juvenil, **prefieren acceder al servicio, especialmente, por Internet, por lo general desde su teléfono móvil**. Aunque el uso de las redes sociales e Internet es muy popular, el contacto en persona es igualmente importante para ellos. Sin embargo, la población joven que vive fuera de las áreas urbanas se ve afectada de forma negativa por la distancia de los centros de información juvenil, lo cual hace que pierdan la motivación para utilizar el servicio.

Al preguntarles acerca de la facilidad de acceso a los servicios y centros, se produjo una reacción mixta entre los participantes. Mientras que los usuarios frecuentes declararon que se podía acceder a ellos fácilmente, los no usuarios y los jóvenes procedentes de zonas suburbanas o rurales se quejaron de que el acceso a los servicios no era especialmente fácil. La mayoría se quejaron sobre la ubicación de los centros, mientras que otros mencionaron la falta de visibilidad y conocimiento entre las personas jóvenes. Aparentemente, no siempre se han implementado correctamente otros canales alternativos de acceso al servicio o dichos canales no han cosechado suficiente popularidad. Según algunas respuestas, los centros juveniles con acceso telefónico no ofrecían soluciones rápidas a las preguntas de las personas jóvenes.

Además de mencionar estas cuestiones, el grupo sugirió que se habilitaran **más puntos de acceso virtuales** para el servicio. Puesto que las personas jóvenes buscan la información, primordialmente, en Internet a través de Google, mencionaron que es fundamental poder encontrar contenidos sobre información juvenil realizando búsquedas en Google. Es más, los participantes creen que contar con una presencia fuerte y atractiva en las plataformas de redes sociales como **Facebook, WhatsApp, Instagram y YouTube es importante tanto para promocionar los servicios como para comunicarse por mensajería instantánea**. Además, también propusieron que se desarrollara una web **más interactiva** para poder buscar información con un proceso de búsqueda fácil. En lo que respecta a áreas de información que requieren una conversación, las personas jóvenes parecieron preferir los foros virtuales por su facilidad de acceso y confidencialidad. Los servicios de información y asesoramiento juvenil pueden iniciar una plataforma de este tipo para intercambiar conocimientos sobre diversas áreas de información sensible. En esta parte de la conversación, algunos de los participantes mencionaron que prefieren ir directamente al centro y expresaron su preferencia por las **prácticas de búsqueda de información de forma presencial**. Los participantes que viven en grandes ciudades, donde tienen los centros más cerca, eligen ir en persona, mientras que las personas jóvenes que viven lejos de los centros son menos propensas a hacerlo. En consecuencia, se observó que algunos jóvenes son reacios a establecer el contacto en persona,

mientras que otros lo prefieren. Por lo tanto, los servicios de información juvenil deben ofrecer la posibilidad tanto de intercambiar mensajes de texto como de recopilar información autónoma con llamadas telefónicas, en foros virtuales y con contacto en persona para responder a las **diferentes necesidades y preferencias de las personas jóvenes.**

A la pregunta de cómo se podría llegar a las personas jóvenes que no viven en áreas urbanas y se encuentran lejos de los centros juveniles, el grupo sugirió, especialmente, la habilitación de **puntos de acceso virtuales.** La creación de una red para todos los servicios de información juvenil en un área determinada en una red social existente podría garantizar que los servicios puedan mantenerse en contacto y llegar a las personas jóvenes de toda su región. Además, también se sugirió poder realizar llamadas y videollamadas. La asociación con centros de enseñanza e instituciones gubernamentales también podría resultar efectiva, ya que, de esta forma, las personas jóvenes podrían acceder al servicio más fácilmente.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Falta de conocimiento sobre el servicio en general	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Páginas web adaptables e interactivas para dispositivos móviles.</li> <li>• Optimización para motores de búsqueda.</li> <li>• Estrategia de conexión de los SIAJ en redes sociales para garantizar la comunicación externa y la interacción con los seguidores.</li> <li>• Foros de discusión virtuales.</li> <li>• Videollamadas</li> </ul>
Prácticas de información juvenil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asociación con centros de enseñanza e instituciones gubernamentales para distribuir materiales de los SIAJ.</li> <li>• Corresponsales juveniles de los centros de enseñanzas que funcionen como puntos de contacto en áreas suburbanas y rurales (información juvenil entre iguales).</li> <li>• Descentralización de las áreas de información. Poner a disposición de los jóvenes la información pertinente de acuerdo con los lugares a los que acuden física y virtualmente.</li> </ul>

## 4

# Expectativa de Funcionamiento

En la sección dedicada a la expectativa de funcionamiento, el grupo exploró, principalmente, **de qué manera podrían mejorarse la estructura y los servicios de información juvenil para ampliar el alcance y uso del servicio entre la población joven**. El objetivo consistía en entender cómo creen los jóvenes que debería presentarse la información para su consumo. Los participantes hablaron de sus propias decisiones de búsqueda y recopilación de información y explicaron cuáles son los formatos y canales de elección, además de sus propias formas de evaluar la información recopilada y las diferentes fuentes de información. Estas fueron las preguntas que se formularon:

- ¿Cómo quieres recopilar información sobre cuestiones importantes?
- ¿Qué grado de eficiencia debería tener el proceso de búsqueda de información? (Físico/virtual)
- ¿Cómo se debería presentar la información para su consumo? (Físico/virtual)
- ¿Dónde se debería presentar la información en Internet? (Redes sociales/web /aplicación/blog/periódico en línea)
- ¿En qué formato sería más fácil recibir la información? (Texto, audio, vídeo)
- ¿En qué canal sería más fácil recibir la información? (Aplicación, web, centros SIAJ)
- ¿Qué fuentes de Internet podrían ser más auténticas que otras?

A tenor de las respuestas de los jóvenes participantes, resultó claro que el tipo de información que se busca suele determinar la fuente utilizada. Cuando la información está relacionada con estudios, empleo y otras áreas similares, cuestiones para las que podría necesitarse una conversación, se consideró adecuado que existiera una interacción humana y un contacto en persona. Por su parte, la información relativa a cuestiones menos intensas (por ejemplo, actividades de ocio) se podía hablar con amigos, bien en persona o, a menudo, a través de plataformas de mensajería instantánea, como WhatsApp. La información importante y relacionada con cuestiones personales íntimas se suele buscar en Internet, y este grupo se mostró en su mayoría **reacio a realizar llamadas telefónicas**, algo que se describió como incómodo y la última opción de comunicación. Para muchos jóvenes, las redes sociales son la forma más directa y fácil de recopilar información. Esta fue una tendencia importante y merece atención, ya que las **personas jóvenes parecen depender más de Internet en lo que se refiere a la información importante que no se sienten cómodas compartiendo con otras personas**. El papel del estigma y la ansiedad determina, a menudo, el proceso de búsqueda de información. Las personas jóvenes se mostraron bastante seguras con respecto a sus habilidades de búsqueda y su evaluación de la autenticidad de los sitios web. Algo que resultó ligeramente singular fue el hecho de que prácticamente ninguno de los participantes mencionara a familiares o parientes como fuentes de información.

A la hora de describir la eficacia en la búsqueda y recopilación de información, los jóvenes hicieron hincapié en que los dos factores más importantes son la **velocidad y la facilidad**. Las fuentes o los canales que faciliten información de forma rápida y fácil serán los más populares. Así, se observó una escasa mención de fuentes bibliotecarias, ya que el proceso de búsqueda de información en una biblioteca puede ser considerablemente largo y complejo. Por otra parte, el grupo también tuvo en cuenta a las personas con discapacidades y señaló

que el proceso de recopilación de información tiene que ser fácil para todos. Esto indica la necesidad de que exista una **opción de búsqueda fácil en la web, comunicación con el servicio por mensajería instantánea o chat rápido** y otras posibilidades similares.

Al preguntarles por el formato que les resulta más sencillo para consumir información, las personas jóvenes estuvieron de acuerdo en que el contenido **audiovisual** es el más fácil para ellas. Los jóvenes actuales prefieren los vídeos, no solo como forma de entretenimiento, sino también para adquirir nuevas destrezas, descubrir nuevos desarrollos y aprender sobre diferentes temas complejos. Por lo tanto, para informar a las personas jóvenes, el **contenido visual y audiovisual** es más eficaz que los materiales basados en texto. El grupo añadió que el formato textual es más adecuado para las consultas, mientras que los vídeos y las imágenes son más apropiadas para el aprendizaje. Para consumir este tipo de materiales, tienen que estar disponibles en los canales pertinentes, tales como redes sociales y páginas web de los SIAJ. Los jóvenes participantes coincidieron en que sería mucho más sencillo para ellos recopilar información de redes sociales y aplicaciones móviles, ya que es un método rápido y fácil. Muchos de los participantes hicieron hincapié en la importancia de comunicarse con los jóvenes a través de un **canal de YouTube para los SIAJ y los podcasts**.

Por último, se le preguntó al grupo sobre su forma de determinar la fiabilidad de una web. Resaltaron la importancia del atractivo de la página y las webs institucionales fiables que se actualizan periódicamente y están fomentadas por instituciones gubernamentales/públicas u organizaciones que parecen fiables. **Las personas jóvenes suelen evaluar la autenticidad de una web por su aspecto, su reconocimiento y el boca a boca** (especialmente entre iguales), aunque algunos de los participantes ponen en duda la autenticidad de las grandes webs corporativas y mencionan su tendencia a manipular al usuario.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Áreas de información delicada	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer sitios web fiables y una opción de chat (mensajería instantánea con un profesional y chatbots automatizados).</li> <li>• Foros virtuales para cuestiones delicadas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La mensajería instantánea con un profesional podría no estar disponible en todo momento</li> </ul>
Aplicación Móvil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una aplicación móvil o una aplicación basada en web para acceder al servicio.</li> <li>• Accesibilidad para los jóvenes con discapacidades tanto en forma virtual como física.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El uso de material destinado a los jóvenes coproducido por personas jóvenes en colaboración con los proveedores de información juvenil podría garantizar el aumento del alcance de los servicios.</li> </ul>
Contenidos/Material	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Divulgación de vídeos educativos/promocionales en plataformas relevantes (redes sociales).</li> <li>• Difusión de los contenidos en puntos de contacto adecuados: centros de enseñanza/clubes juveniles.</li> <li>• Podcast para contenidos educativos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La colaboración con personas jóvenes para divulgar los contenidos a través de diferentes medios y formas también podría ampliar el alcance de los servicios.</li> </ul>

# Satisfacción de la necesidad de informaicón

En esta sección, la conversación se centró en **las áreas de información que son más relevantes para las personas jóvenes, de qué otros temas les gustaría que les informaran en los servicios de información y asesoramiento juvenil, cómo quieren recopilar información del servicio y con qué desafíos se encuentran en el proceso**. Estas fueron las preguntas que se formularon:

- ¿De qué forma utilizas/te gustaría utilizar los SIAJ (por ejemplo, acudir en persona/llamar/usar la web/por correo electrónico)
- ¿Cuáles son los temas de información más importantes para ti?
- ¿Qué otras áreas de información te gustaría que trataran los centros de SIAJ?
- ¿Con qué desafíos te encuentras a la hora de buscar información y cómo te podrían ayudar los SIAJ?

El grupo mencionó dos formas principales mediante las que les gustaría recopilar la información necesaria de los servicios de información juvenil. Los participantes que viven cerca de un centro de información juvenil preferían acudir allí directamente para pedir información. El resto mencionaron, principalmente, **las redes sociales y las páginas web**. El uso de **mensajería instantánea** en la web o aplicaciones móviles/aplicaciones basadas en el funcionamiento web fueron las opciones populares. Al parecer, los jóvenes actuales están más interesados en hacer consultas basadas en texto que interactuando en persona cuando se trata de buscar información para la que se necesita una respuesta rápida. Por otro lado, cuando se trata de necesidades de información que requieren una interacción más amplia, parecen preferir las fuentes humanas.

El grado de coincidencia de una fuente de información con los temas pertinentes a las necesidades de una persona joven determinará el uso de una fuente particular. Los grupos estuvieron de acuerdo en que la información sobre sus principales preocupaciones, como estudios, trabajos estivales, planificación profesional, formación y otras actividades de desarrollo y voluntariado se puede encontrar fácilmente en los servicios de información y asesoramiento juvenil. Sin embargo, hay algunas áreas de información íntimas que podrían no estar siempre disponibles en el formato deseado y la dogmatización social asociada a dichas áreas de información puede ser una barrera a la hora de recopilar información fiable de los servicios de información y asesoramiento juvenil. Por esta razón, a menudo recurren a Google, donde pueden encontrarse con información incompleta o engañosa. Según parece, la dogmatización social de dichas áreas crea una barrera en el uso de los servicios de información formales, en los que tienen que interactuar con un desconocido. Esto les lleva a buscar esta información en fuentes no verificadas, lo cual indica que estas áreas de información delicada son importantes y los servicios de información juvenil deben tener información sobre estas cuestiones.

Además, para responder a la reticencia de las personas jóvenes, es necesario revisar y mejorar el canal de comunicación de manera que se sientan cómodos hablando con los informadores juveniles. Se podría introducir un servicio de mensajería instantánea en el que los jóvenes puedan chatear de forma anónima. **Debería ofrecerse información sobre salud mental, sensibilización sobre abuso, ciberacoso, cuestiones sociales**

**y medioambientales, nutrición y sexualidad y ponerse a disposición de las personas jóvenes para que puedan recibir y utilizar dicha información sin enfrentarse a la incomodidad que produce el estigma.** Si bien es necesario realizar determinados esfuerzos tecnológicos para establecer una forma de comunicación anónima con los informadores juveniles, los propios proveedores de los servicios de información juvenil tienen que contar con los conocimientos adecuados en estas áreas y el nivel de empatía necesario.

También se observó que existe un **patrón estacional** en la demanda de diferentes áreas de información. Las demandas de información pueden variar en función de la época del año. Por ejemplo, en verano suele haber una mayor demanda de actividades de ocio, mientras que, al final del año o durante la época de la graduación, se puede buscar más información sobre empleo o educación superior. Las áreas de información de interés pueden variar por estaciones y el estudio de este patrón puede ser muy beneficioso para el servicio de información y asesoramiento juvenil y las personas jóvenes. Al conocer la posible demanda de información del grupo objetivo, se puede responder mejor a sus necesidades de información.

La última sección de la conversación giró en torno a los **desafíos** con los que se encuentran las personas jóvenes al recopilar información de sus fuentes habituales. Curiosamente, los jóvenes participantes coincidieron en que la mayor parte de la información que reciben procede de fuentes de Internet y, a menudo, puede ser difícil de entender. Les resulta especialmente difícil distinguir entre verdad y mentira y encontrar las respuestas correctas en Internet. Es evidente que la juventud actual sufre una **sobrecarga de información** debido a la excesiva oferta de información, algo que confunde a las personas jóvenes, para las que es difícil validar la información recopilada. En estas circunstancias, las personas jóvenes creen que necesitan una autoridad que pueda facilitarles información fiable con facilidad o dirigirlos a otras fuentes fiables y, al mismo tiempo, ayudarlas a mejorar **sus competencias en materia de información y medios de comunicación** para poder evaluar y validar la información por sí mismas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Nuevas áreas de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Salud mental.</li> <li>• Abuso, acoso, ciberacoso, estigma, ansiedad.</li> <li>• Cuestiones políticas y sociales.</li> <li>• Calentamiento global del planeta y otras cuestiones medioambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se debe supervisar la estacionalidad de las necesidades de información.</li> </ul>
Contacto con los SIAJ	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Además del acceso físico, debería haber formas virtuales indirectas de contactar con el servicio de información y asesoramiento juvenil.</li> <li>• Por mensajería instantánea/ aplicaciones móviles.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se deberían planificar actividades participativas en función de las necesidades de información.</li> </ul>
Educación en materia de información y medios de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen que desarrollarse materiales (texto y vídeos) con instrucciones concretas sobre educación en materia de información y medios de comunicación.</li> <li>• Ir mejorando la capacidad para evaluar la autenticidad de las noticias/webs/información en general.</li> <li>• Identificar fuentes fiables para diferentes áreas temáticas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es necesario que los servicios de información juvenil cambien la percepción que se tiene de ellos para que las personas jóvenes puedan verlos como una fuente de información sobre temas delicados.</li> </ul>

# 6

## Expectativa de esfuerzo

En esta sección, el grupo habló sobre el **grado de esfuerzo que está dispuestos a hacer para utilizar el servicio de información y asesoramiento juvenil**. El grupo sugirió sus opciones para disponer de formas más fáciles de llegar, buscar y recopilar información del servicio de información y asesoramiento juvenil.

- ¿Cómo crees que el servicio que facilita la información podría ser más fácil, eficiente y entretenido? (por ejemplo, en lugar de una web, sería más fácil seguir y utilizar una aplicación)
- ¿Cómo se podría llegar al servicio y recopilar la información de forma más fácil y rápida?
- ¿Cómo podría ser más divertida la búsqueda de información a través de los centros de SIAJ? (Formato de la web/diseño de la aplicación/centros del SIAJ)

Los participantes sugirieron dos maneras de recoger información de acuerdo con sus opciones. Una fue el uso de una **web interactiva**, posiblemente con una **opción de búsqueda** para encontrar su área de interés. La siguiente sugerencia fue desarrollar una aplicación basada en web a la que se pueda acceder desde cualquier lugar. Además, muchos de los participantes reiteraron la necesidad de tener un punto de contacto en los centros de enseñanza. También se podrían organizar actividades y eventos de temporada para abordar cuestiones informativas actuales (como el calentamiento global del planeta). Este tipo de eventos relacionados con debates sociales y temas emergentes podrían servir para divulgar información importante para las personas jóvenes y, al mismo tiempo, animarlas a utilizar el servicio. Las personas jóvenes aprenden mejor a través de actividades participativas y divertidas.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Aplicación Móvil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una aplicación basada en web para Android/iOS con opciones de comunicación fáciles.</li> </ul>	
Web	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Web y contenidos interactivos.</li> <li>• Opción de mensajería instantánea para ponerse en contacto con los informadores juveniles.</li> <li>• Opción de búsqueda/ Categorización de las áreas de información.</li> </ul>	
Más Instalaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En lugar de implantar más centros, recurrir a puntos de información móviles, puestos o quioscos temporales en lugares frecuentados por los jóvenes podría ser una forma eficaz de llegar a las regiones marginales.</li> </ul>	<p>Descentralización de áreas de información. En lugar de facilitar información sobre todos los temas posibles únicamente en los centros de información juvenil, se podrían utilizar diferentes áreas de actividad y socios para divulgar información relacionada con dichas actividades. Los centros de información juvenil podrían canalizar información en dichas áreas relevantes. Por ejemplo, se podrían promocionar los servicios de información juvenil en polideportivos o gimnasios, webs de educación superior, festivales, etc.</p>

# 7

## Tangibles

En esta sección, se preguntó a los participantes **qué tipo de equipamiento físico o diferentes medidas podrían incluirse en el servicio de información y asesoramiento juvenil para que toda la experiencia de uso sea eficiente, agradable y divertida**. La pregunta se refería tanto a los recursos físicos como los recursos humanos que se podrían añadir o mejorar en la prestación del servicio. Estas fueron las preguntas que se formularon al grupo:

- ¿Qué se podría añadir a los centros de SIAJ para que la prestación del servicio sea eficiente, agradable y divertida?
- ¿Qué equipamiento crees que deberían tener los centros?
- ¿Cómo quieres que los informadores respondan a tus consultas (Asesoramiento personal, videollamadas/ audio/chat)?
- ¿Qué podrían mejorar los informadores juveniles?

En sus respuestas a estas preguntas, el grupo sugirió algunas ideas para mejorar el aspecto físico de los servicios de información y asesoramiento juvenil. En su opinión, los centros de información juvenil están algo ocultos y deberían tener un **aspecto más dinámico** o, al menos, suficientes señales en el exterior para que los jóvenes puedan verlos. También sugirieron que los **interiores sean agradables para los jóvenes** y que haya más jóvenes que participen en la prestación del servicio, así como el diseño del formato y los contenidos, lo cual podría contribuir a que sea agradable para las personas jóvenes. Cierta asesoría en persona podría ser eficaz, especialmente en lo que se refiere a cuestiones como nutrición y apoyo psicológico, temas que les gustaría ver incluidos en el servicio. El grupo también se mostró interesado en realizar pequeños talleres y encuentros informativos en los centros sobre temas actuales relacionados o eventos para promocionar los servicios de información juvenil. La opinión del grupo fue que este tipo de actividades ayudarían a transmitir un mensaje positivo sobre el servicio por el boca a boca, de manera que se podría llegar a más personas jóvenes con eficacia. Esperan que el espacio esté **al día con las tendencias actuales** y tenga **acceso a Internet gratis y diferentes puntos de contacto** para utilizar el servicio.

Para el grupo, era necesario poder imaginar el espacio como un lugar que esté relacionado con su edad. Al pertenecer a la era digital, esperan que el centro esté equipado con un diseño moderno y disponga de dispositivos digitales básicos y conexión a Internet. Por otra parte, también esperan que el espacio tenga un aspecto menos institucional y sea, más bien, un espacio abierto y acogedor para las personas jóvenes, con **zona de estudio/trabajo, sofás y exposiciones**.

Los jóvenes esperan, principalmente, que los informadores juveniles del centro estén bien capacitados para poder ayudarlos a encontrar la información oportuna. Además, es imprescindible que los informadores juveniles practiquen la empatía y la seguridad en el trato con jóvenes vulnerables que necesiten información de carácter íntimo y personal. Consideran que la **empatía es fundamental para ayudar a que el usuario aumente su confianza en el servicio**. La presencia de más informadores juveniles, corresponsales juveniles y personal en prácticas podría ser una forma fácil y eficaz de llegar a las personas más jóvenes.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Visibilidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carteles que dirijan al centro para que sean más visibles, especialmente desde el exterior.</li> <li>• Ambientes adecuados para las personas jóvenes con un aspecto menos institucional.</li> </ul>
Recursos tangibles	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más dispositivos digitales, donde se necesiten o sea adecuado.</li> <li>• Conexión WiFi para los usuarios.</li> <li>• Un espacio de asesoramiento.</li> <li>• Sala para seminarios/espacio para organizar pequeños encuentros informativos.</li> </ul>
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Más informadores juveniles/corresponsales juveniles e implicación sólida de iguales.</li> <li>• Formación y perfeccionamiento de los informadores juveniles y voluntarios.</li> </ul>

## 8

# Condiciones facilitadoras

En la sección de condiciones facilitadoras, preguntamos acerca de **las características internas y externas que podrían animar a las personas jóvenes a utilizar el servicio**. Los impulsores internos se referían a su propia convicción percibida sobre el servicio y las áreas de información relevantes que, en su opinión, deberían cubrir los servicios de información juvenil. Los impulsores externos hacían referencia a los servicios adicionales y otras condiciones prácticas que facilitarían el contacto. Se formularon estas preguntas:

- ¿Hasta qué punto confías en conseguir ayuda de los SIAJ? (Si no confías en ello, ¿por qué no?)
- ¿En qué áreas necesitas más seguridad y empatía?
- ¿Qué otros servicios se podrían añadir?
- ¿Qué otras condiciones prácticas se podrían mejorar? (Mejor ubicación/horario de funcionamiento/más informadores/folleto/mejora de la web)

Resultó evidente que los participantes que habían utilizado el servicio confiaban más en la asistencia recibida que los que nunca habían utilizado el servicio. La confianza del grupo se basó en la creencia de que los profesionales de los servicios de información y asesoramiento juvenil se centran en las personas jóvenes y en que los proveedores de servicios son profesionales expertos y una fuente de información fiable sobre diferentes áreas. **Las personas jóvenes también confían en que el servicio garantiza la seguridad, confidencialidad y privacidad de los usuarios.** En los casos en los que se necesitaban conversaciones más largas, a menudo se destacó el enfoque humano en la prestación del servicio. También describieron el centro como un lugar en el que se puede hacer cualquier pregunta y se tiene la garantía de ser escuchado y recibir una respuesta **sin juicio**. Sin embargo, el sentimiento opuesto con respecto al servicio también estuvo presente. Algunos de los participantes comentaron que no confían en el servicio porque no están familiarizados con él y dan por hecho que los informadores juveniles podrían no entender sus circunstancias.

El grupo reiteró que, junto a la información relacionada con empleo, estudios, formación y voluntariado, debería darse más espacio a la información sobre bulos, rumores o bromas, estigma, estrés, ciberacoso, orientación sexual, nutrición, prevención, discapacidades, drogas, emergencias y cuestiones medioambientales.

El grupo sugirió otras características para facilitar la experiencia de la recopilación de información. A saber: Acceso a bibliotecas electrónicas, horarios de funcionamiento más amplios si fuera necesario u horarios de funcionamiento más adaptados a la disponibilidad de las personas jóvenes, y una red social propia.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Características que conservar	<ul style="list-style-type: none"><li>• Transmitir confianza a las personas jóvenes.</li><li>• Proteger la privacidad y confidencialidad de los usuarios.</li><li>• Practicar la empatía y el asesoramiento sin juicio.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Para estas actividades, se podrían utilizar la Carta Europea de Información Juvenil y la guía de la Carta como orientación:<ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">Carta Europea de Información Juvenil</a></li><li>• <a href="#">Folleto sobre la Carta Europea de Información juvenil</a></li></ul></li></ul>
Otras Condiciones Facilitadoras	<ul style="list-style-type: none"><li>• Adaptar mejor los horarios de apertura a la disponibilidad de las personas jóvenes.</li><li>• Servicio de biblioteca o asociación con bibliotecas.</li></ul>	

# Influencia Social

El objetivo de esta sección era comprender **cuáles son las personas de influencia que animan a las personas jóvenes a utilizar y acudir a los servicios de información y asesoramiento juvenil**. Esto abre nuevas vías de posible colaboración entre el proveedor de los servicios y las personas de influencia.

- ¿Hasta qué punto te animó la recomendación de tus amigos/familiares/compañeros a utilizar los SIAJ?

Durante la conversación, se observó que los informadores juveniles, casas de la juventud o clubes juveniles eran las fuentes de recomendación más comunes. Aparte de estas fuentes, fueron en su mayoría los amigos quienes recomendaron el servicio a las personas jóvenes. Otra forma popular de descubrir el servicio vino de la mano de diferentes eventos y actividades extracurriculares en los que las personas jóvenes habían participado, en los que conocieron el servicio. Si bien los eventos y los informadores juveniles se mostraron como un enfoque sistemático para darse a conocer a las personas jóvenes, muchos jóvenes nunca habían recibido la recomendación de ninguna fuente y prácticamente nunca por parte de sus padres o sus profesores. Esto indica que hay un margen para explorar nuevas vías de participación. **Los padres, familiares, amigos, centros de enseñanza y otras instituciones educativas o de formación profesional funcionan como autoridades cognitivas para los jóvenes. Dar a conocer el servicio a los padres y profesores podría ser una forma efectiva de llegar a un mayor número de personas jóvenes.**

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Falta de recomendación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participación de grupos de jóvenes y multiplicadores para ampliar el alcance y aumentar la visibilidad de los servicios con actividades en las que participen los jóvenes.</li> <li>• Conectar a los padres y dar a conocer el servicio entre ellos.</li> <li>• Conectar a los profesores de centros de enseñanza y otras instituciones educativas para que recomienden el servicio a sus estudiantes</li> </ul>

# Motivaciones hedónicas

Las motivaciones hedónicas se refieren a **la influencia de los receptores de placer y dolor de la persona en su voluntad para realizar una acción**. La motivación hedonista como componente mostró tener una gran importancia en el contexto de los jóvenes y su intención de utilizar cualquier servicio concreto. Las motivaciones hedonistas, junto con el resto de componentes, determinan en gran medida la tendencia de una persona joven para usar el servicio de información y asesoramiento juvenil. Si todo el proceso de recopilación de información se traduce en una experiencia agradable para una persona joven, es más probable que el servicio se vuelva a utilizar y que se recomiende a otras personas.

Las personas jóvenes se sienten atraídas por experiencias que estimulan y, al mismo tiempo, **generan un sentido de inclusión, atención y propósito**. Dado que los servicios de información y asesoramiento juvenil aspiran a empoderar a las personas jóvenes y asegurar su participación activa en la sociedad, es imperativo que el vínculo con los servicios de información juvenil les muestre el panorama más amplio. Una experiencia que asegure que las personas jóvenes se sientan bien acogidas, escuchadas e implicadas con una atención adecuada podría resultar en una participación más espontánea y atraer a otros jóvenes. Estas son las preguntas que se utilizaron en esta sección:

- ¿Qué podría hacerse para que el servicio sea más satisfactorio, divertido, agradable, entretenido (aplicación, web, asesoramiento y los centros de SIAJ)
- ¿Cómo crees que se podría incrementar la participación de las personas jóvenes en los SIAJ?
- ¿Qué se podría hacer para que el SIAJ se mantenga al día con las tendencias actuales de las personas jóvenes?

El grupo ofreció una buena cantidad de interesantes sugerencias como respuesta a la pregunta de «¿Qué se podría añadir al servicio de información y asesoramiento juvenil para convertir todo el proceso en una experiencia?». Mientras que algunos de los participantes realizaron sugerencias más convencionales, como decorar el interior de los centros juveniles para darles un aspecto más moderno, muchos se centraron en el servicio central. El grupo pareció dar importancia al hecho de que la recopilación de información y el asesoramiento asociado deben ser procesos **acogedores, reconfortantes y sin juicios**. Debería ser un servicio rápido, fácil y, preferiblemente, informal. El asesoramiento presencial no tiene por qué ser siempre necesario si hay un foro físico o virtual activo de personas jóvenes. Contar con una red de jóvenes del servicio de información y asesoramiento juvenil, respaldada por una aplicación móvil, podría ser una herramienta muy eficaz para hacer del proceso una experiencia fácil. Resultó claro que las personas jóvenes prefieren que la experiencia sea rápida y fácil. Al mismo tiempo, están más interesadas en aprender unas de otras, o de informadores juveniles con una edad similar a la suya, puesto que así les resulta más fácil sentirse cómodas y confiar en el proveedor del servicio.

También se observó que las personas jóvenes están más interesadas en el aprendizaje y la búsqueda de **información entre iguales**. Así pues, implicar a las personas jóvenes en todo el proceso y promover dicha implicación en todas las plataformas posibles debería tener un efecto dominó muy eficaz. Si bien la distribución de entradas con descuento para diferentes eventos y la aparición en lugares frecuentados por los jóvenes puede funcionar para establecer compromisos a corto plazo, para poder generar un compromiso a largo plazo, las personas jóvenes tienen que conocer los objetivos más amplios de este tipo de servicios y asociarse con

los **valores fundamentales de la organización**. Por eso, crear un tipo de suscripción a la red juvenil podría ayudar a atraer a otros jóvenes. Además, se podría pensar en realizar **actividades y eventos temáticos** en los que participen las personas jóvenes.

Dado que las actividades atraen a las personas jóvenes, darle visibilidad al servicio de información juvenil en los lugares frecuentados por las personas jóvenes podría indicar la asociación entre la actividad y el hecho de que los servicios de información y asesoramiento juvenil local tienen más información sobre estas áreas. Este planteamiento puede aumentar el conocimiento de las personas jóvenes sobre la amplia variedad de áreas de información que cubren los servicios de información y asesoramiento juvenil. De esta manera, al darle visibilidad al servicio en diferentes puntos de contacto se ayuda a los jóvenes a asociar el servicio con sus actividades habituales, cambia la percepción que tienen del servicio y les hace ver que el servicio de información juvenil ofrece información sobre diferentes temáticas que están estrechamente relacionadas con su día a día. Por ejemplo, al presentar información sobre deporte y salud del servicio de información juvenil en un gimnasio o centro deportivo, o facilitar información sobre empleo y otras cuestiones relacionadas extracurriculares en centros de enseñanza y centros de formación, los usuarios de dichos lugares podrán saber que los servicios de información y asesoramiento juvenil también disponen de información sobre estas actividades.

Dado que el panorama informativo y las necesidades de información de las personas jóvenes cambian con mucha frecuencia y tienen una clara tendencia estacional, el grupo sugirió enormemente una **mayor participación de personas jóvenes en el desarrollo de los procesos** y escuchar sus necesidades, deseos y sugerencias. La forma más eficaz de mantenerse al día con las necesidades de información de las personas jóvenes podría consistir en documentar sus consultas y crear una **base de datos**, lo cual podría revelar las tendencias y necesidades de información de las personas jóvenes. Además, el seguimiento en redes sociales y la participación de personas jóvenes como corresponsales juveniles podría ayudar a los centros de mantenerse al día con las tendencias de la juventud.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Un foro para los usuarios/ personas jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Podría ponerse en marcha un foro físico/virtual para fomentar el intercambio de conocimientos.</li> <li>• Los eventos organizados con la participación de personas jóvenes o dirigidos por jóvenes podrían crear un efecto dominó para llegar a más usuarios</li> </ul>	
Conocimiento del servicio a través de la participación	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La participación de personas jóvenes en el diseño conjunto de diferentes eventos y otras funciones y la promoción adecuada de dichas actividades puede contribuir a ampliar el alcance del servicio</li> </ul>	
Descentralización de determinados servicios de información	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capitalizar en diferentes centros de actividades como plataformas para aumentar el conocimiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por ejemplo, disponer de información sobre empleo en las instituciones educativas.</li> </ul>
Estudio de las necesidades y tendencias de información de los jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de los datos para extraer las consultas de las personas jóvenes a lo largo del año y comprender la diversidad de necesidades de información y su estacionalidad.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La creación de esta base de datos puede ayudar a responder las consultas de manera más eficiente.</li> <li>• Se deben garantizar en todos los casos la confidencialidad y la protección de los datos.</li> </ul>

# Características positivas

En esta sección, al grupo se le preguntó acerca de **dos características que les gustan del servicio de información y asesoramiento juvenil**. Es necesario entender qué es lo que funciona a la hora de animar a las personas jóvenes a utilizar el servicio y, por lo tanto, debería mantenerse y mejorarse todavía más. Al agrupar las respuestas de los participantes, vemos que las **personas jóvenes valoran la interacción humana** en el servicio, **la experiencia de los informadores juveniles** y, especialmente, su intención de centrarse exclusivamente en las personas jóvenes y su disposición para escucharlas. Esta es una cuestión que estuvo patente durante toda la entrevista: las personas jóvenes necesitan un lugar en el que puedan hablar abiertamente de sus problemas y la información que les afecta.

Además, mencionaron la **confianza** en el servicio, la seguridad y la privacidad que ofrece, independientemente del área de información, y la diversidad de la información que cubre el servicio. También se mencionaron la claridad de la información facilitada y la ayuda que reciben para encontrar la información más relevante sin abrumarlos como características necesarias del servicio que ayudan a los jóvenes a gestionar la sobrecarga de información. Por otro lado, las personas jóvenes también apreciaron enormemente el equipamiento físico, como conexión WiFi, espacios de trabajo y servicios de asistencia telefónica.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Enfoque humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relacionado con la formación de los informadores juveniles.</li> <li>• Práctica de la empatía y una actitud abierta.</li> <li>• Facilitar información clara y completa, de acuerdo con lo dispuesto en la Carta Europea de Información Juvenil.</li> <li>• Garantizar la privacidad y confidencialidad de los usuarios.</li> </ul>
Otras cuestiones prácticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conexión a Internet.</li> <li>• Espacio de trabajo.</li> </ul>

# Características Negativas

En esta sección, se discutieron las características que **desanimaban a las personas jóvenes o impedían su uso continuado del servicio**. Dado que los servicios de información y asesoramiento juvenil no funcionan de manera uniforme en todos los países, estas características fueron diversas y podrían no ser aplicables a todos los servicios de información juvenil en Europa. Aun así, merece la pena tomar en consideración estos comentarios a la hora de mejorar los servicios. Por otra parte, muchas de las preocupaciones fueron expresadas por personas jóvenes que no necesariamente tenían conocimiento del servicio y a las que no se les había recomendado el servicio. Esto puede ayudar a comprender la falta de conocimiento y las deficiencias del servicio para ampliar su alcance.

El grupo se mostró especialmente preocupado por el **acceso al servicio**. Muchas de las personas han tenido la intención de acudir a los centros se han encontrado con que estaban algo lejos u ocultos a la vista. Por otra parte, tienen muy pocos puntos de contacto que les podrían haber dirigido al servicio o, al menos, podrían haber captado su atención. Desde el punto de vista de los usuarios, muchos mencionaron que el servicio se percibe como un recurso bastante obsoleto y, en consecuencia, poco atractivo para el usuario. Se comentó que la falta de conocimiento y visibilidad del servicio provoca que, en muchas ocasiones, las personas jóvenes no tengan curiosidad ni interés por utilizarlo.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS	OBSERVACIONES
Acceso	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La cuestión de la distancia de los centros se podría resolver ofreciendo más canales alternativos para acceder al servicio.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La difusión de la información tiene que actualizarse y realizarse a través de diferentes plataformas y canales, que incluyan las actividades entre iguales.</li> </ul>
Conocimiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementación de una nueva aplicación móvil/aplicaciones basadas en web.</li> <li>• Web fácil e interactiva.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existe una falta de interés entre las personas jóvenes, y una conciencia y un conocimiento más amplios sobre el servicio podría servir para aumentar su interés.</li> </ul>
Actualización del sistema	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La prestación del servicio debe realizarse de forma moderna tanto en lo que respecta al contenido como al canal de divulgación.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presencia sólida en las redes sociales y uso de herramientas como plataformas de mensajería instantánea.</li> </ul>

# Características adicionales propuestas

En esta sección, se le preguntó al grupo por las características adicionales que añadirían si tuvieran la oportunidad de hacerlo. Esta sección recogió **bastantes ideas que relacionan los gustos y necesidades de las personas jóvenes con su propio comportamiento de búsqueda de información.**

El grupo mostró interés por la organización de eventos y actividades en los que podrían participar personas jóvenes y, de esta manera, aumentar enormemente el conocimiento del servicio entre ellas. Todos los jóvenes sugirieron la **participación de las personas jóvenes en el proceso de diseño y prestación del servicio**. Creen que su propia participación significativa podría ayudar de manera efectiva a aumentar el conocimiento e interés por el servicio. Entre los temas que les preocupan se encuentran sus posibilidades de empleo, además de centros de enseñanza y otras instituciones educativas. Por tanto, los centros de información juvenil podrían organizar más **talleres o seminarios** sobre estas cuestiones. El grupo también se mostró interesado por aumentar la presencia y visibilidad de los SIAJ en las redes sociales y conectarlo con un **feed de RRSS**. En cuanto a los temas de información, destacaron la necesidad de añadir información sobre nutrición y sexualidad, además de un servicio de asesoramiento para casos de abuso, depresión y acoso. También pidieron más accesibilidad para las personas jóvenes con discapacidades. Para facilitar el contacto, los participantes propusieron utilizar plataformas de mensajería instantánea como, por ejemplo, tener un número WhatsApp para se pueda contactar fácilmente con los informadores juveniles.

PRINCIPALES CONCLUSIONES	ACCIONES RECOMENDADAS
Eventos/actividades	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organización de seminarios y talleres sobre búsqueda de empleo y entrevistas de trabajo</li> </ul>
Diseño conjunto del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>Participación de las personas jóvenes como informadores juveniles en el diseño y la prestación del servicio.</li> </ul>
Redes sociales	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conexión con el <b>feed</b> de RRSS.</li> <li>Mayor presencia y visibilidad en redes sociales.</li> </ul>
Facilidad de contacto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tener un protocolo de contacto directo (opción de asistencia telefónica/mensajería).</li> <li>Uso de plataformas de mensajería instantánea como WhatsApp o Messenger</li> </ul>

# Conclusión y recomendaciones

En esta sección, se resumen los puntos de vista recogidos en el estudio a través de las entrevistas de grupos de discusión y se intenta agruparlos para producir recomendaciones concretas para los servicios de información y asesoramiento juvenil. El intercambio con las personas jóvenes concentró nuestra atención en **ocho áreas principales** a las que los proveedores de servicios de información y asesoramiento juvenil deben prestar más atención para poder llegar al mayor número posible de personas jóvenes, mejorar la calidad del servicio y ofrecerlo en todos los medios posibles con los que las personas jóvenes se sienten cómodas para buscar información. Estos resultados se pueden comparar y contrastar con las ocho principales recomendaciones del estudio de 2018.<sup>2</sup>

A partir de los datos recogidos, intentamos entender cómo satisfacen los jóvenes sus necesidades de información en la **era digital**, cómo podemos aumentar su conocimiento sobre los servicios de información y asesoramiento juvenil, cómo podrían acceder a los servicios de información y asesoramiento juvenil, qué áreas de información hay que añadir a las ya existentes, cómo se podría colaborar con diferentes instituciones y actores sociales para garantizar un **desarrollo sostenible a largo plazo**, cómo podrían contribuir los servicios de información y asesoramiento juvenil a la **educación en materia de información y medios de comunicación** de las personas jóvenes, cómo se podrían optimizar los recursos humanos y tangibles, y cómo habría que supervisar el comportamiento de búsqueda de información de los jóvenes para mantener el servicio al día y que tenga relevancia para las personas jóvenes. Al trabajar en estas vías y reforzar la participación de los propios jóvenes en el diseño y la prestación de los servicios (información juvenil entre iguales) se podría aumentar el conocimiento de los servicios entre las personas jóvenes. Este conocimiento, junto con la posibilidad de acceder de manera rápida y fácil al servicio desde plataformas populares entre los jóvenes, podría dar forma a una actitud favorable hacia los servicios y generar la intención conductual de utilizarlos. Los recursos humanos y tangibles, además de otras condiciones facilitadoras, son propensos a generar una experiencia positiva con respecto a los servicios de información y asesoramiento juvenil. Una actitud favorable hacia el servicio podría resultar en un uso repetido y su recomendación a otras personas. Junto con esta tendencia, los proveedores de servicios tienen que continuar supervisando el comportamiento de búsqueda de información de los jóvenes. Al mantenerse al día sobre las tendencias informativas y los cambios del entorno digital, los servicios pueden adaptar el diseño de los servicios para que coincidan con los gustos y necesidades de las personas jóvenes. También tienen que hacer uso de todas las posibilidades para contribuir a mejorar las competencias en materia de información y medios de comunicación. Estas son las recomendaciones para cada una de las áreas anteriormente mencionadas:

# COMPORTAMIENTO DE BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN DE LAS PERSONAS JÓVENES

---

- Cuando las personas jóvenes necesitan información, primero buscan en Google y, después, hablan con sus amigos. Por eso, es vital tener visibilidad en las búsquedas de Google y entre más grupos jóvenes;
- Las personas jóvenes necesitan una autoridad cognitiva y los servicios de información juvenil podrían posicionarse como esta autoridad;
- A las personas jóvenes les preocupa mantener la confidencialidad y la privacidad al buscar información, por lo que se debería resaltar este aspecto como una ventaja de utilizar los servicios de información juvenil.

## CONOCIMIENTO

---

- Las personas jóvenes ven este servicio como una agencia que, especialmente, ayuda con información sobre estudios y empleo y, en ocasiones, ocio y formación. Es necesario que las personas jóvenes conozcan los diferentes servicios que se prestan (por ejemplo, asesoramiento y apoyo psicológico, salud, relaciones, etc.);
- Existe una falta de conocimiento entre las personas jóvenes, y el aumento de la conciencia y el conocimiento sobre el servicio podría servir para incrementar su interés y uso del servicio;
- La presencia de los servicios de información juvenil debe estar bien ligada a la vida de las personas jóvenes;
- Se podrían divulgar vídeos educativos/promocionales en plataformas relevantes (redes sociales);
- Los contenidos deberían estar disponibles en los puntos de contacto adecuados: centros de estudio/clubes juveniles;
- Tiene que mejorarse la visibilidad en los lugares en los que están las personas jóvenes;
- Es necesario tener una presencia en Internet adecuada, en plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y YouTube;
- Más contenidos audiovisuales e imágenes en lugar de contenidos basados en texto;
- Planificación para llegar a personas jóvenes que viven fuera de las áreas urbanas, en pequeñas ciudades, pueblos y zonas rurales;
- Hacer uso de diferentes núcleos de actividad como plataformas para ampliar el alcance de los servicios;

# ACCESO

---

- Nombrar los servicios de información juvenil en función de las áreas temáticas. Por ejemplo, tener información sobre empleo en instituciones educativas;
- Conexión con el **feed** de RRSS;
- Optimización para motores de búsqueda;
- Creación de redes del servicio de información juvenil en redes sociales;
- Foros de discusión virtuales;
- Video-llamadas;
- Web fácil e interactiva;
- Un número directo de asistencia telefónica;
- En lugar de implantar más centros, el uso de autobuses móviles informativos o quioscos temporales en lugares frecuentados por los jóvenes podría ser una forma eficaz de llegar a zonas rurales o regiones marginales;
- Una aplicación móvil para acceder al servicio;
- Accesibilidad para las personas jóvenes con discapacidades, tanto de forma virtual como física;
- Consultas a través de **chat-box** y **bots** en la web/aplicación móvil para ponerse en contacto con los informadores juveniles;
- Webs adaptables e interactivas para dispositivos móviles;
- Opción de búsqueda/Categorización de las áreas de información en la web y las aplicaciones; y
- La difusión de la información tiene que actualizarse y realizarse a través de diferentes plataformas.

## ÁREAS DE INFORMACIÓN

---

- Para las áreas más personales, podría ser muy útil iniciar un foro virtual;
- Abuso, acoso, ciberacoso, estigma, ansiedad;
- Nutrición y salud
- Salud mental;
- Cuestiones políticas y sociales;
- Calentamiento global del planeta y otras cuestiones medioambientales; y
- Se debe supervisar la estacionalidad de las necesidades de información.

# COLABORACIÓN INSTITUCIONAL

---

- Asociación con centros de enseñanza, instituciones de formación profesional y otros tipos de instituciones de educación reglada;
- Colaboración con instituciones gubernamentales para distribuir materiales de los SIAJ;
- Asociación con hospitales/médicos;
- Colaboración con bibliotecas;
- Corresponsales juveniles en los centros de enseñanza que sirvan como punto de contacto y ayuden a llegar a los usuarios en áreas suburbanas y rurales;
- Informar sobre el servicio a los profesores para que puedan recomendárselo a sus alumnos; y
- Atraer a padres y hacerlos conscientes de la existencia del servicio y su importancia. En ausencia de Internet, la interacción con los padres y los centros de enseñanza puede ser eficaz.

## COMPROMISOS Y ACTIVIDADES

---

- Organización de seminarios y talleres sobre búsqueda de empleo y entrevistas de trabajo;
- Programas innovadores para implicar a las personas jóvenes en voluntariados/formación/talleres;
- Organización de eventos y presencia en lugares frecuentados por las personas jóvenes;
- Mejorar la provisión de información juvenil entre iguales para ampliar el alcance de los servicios;
- Participación de líderes locales / informadores juveniles locales;
- La participación de personas jóvenes en el diseño conjunto de diferentes servicios, eventos y otras funciones y la promoción adecuada de dichas actividades puede contribuir a ampliar el alcance del servicio; y
- Planificación de actividades participativas en función de las tendencias y necesidades de información.

## RECURSOS TANGIBLES

---

- Más dispositivos digitales, donde se necesiten o sea adecuado;
- Conexión WiFi para los usuarios;
- Un espacio de asesoramiento;
- Sala para seminarios/espacio para organizar pequeños encuentros informativos;
- Horarios de apertura más amplios o adaptados si fuera necesario; y
- Biblioteca/espacio de trabajo.

# RECURSOS HUMANOS

---

- Más informadores juveniles/corresponsales juveniles;
- Formación continua y reciclaje de los informadores juveniles;
- Práctica de la empatía, una actitud abierta y asesoramiento sin juicio;
- Facilitación de información clara y completa;
- Garantía de privacidad y confidencialidad de los usuarios;
- Transmisión de confianza a las personas jóvenes.

## ESTUDIO DE LAS TENDENCIAS Y NECESIDADES DE INFORMACIÓN DE LOS JÓVENES Y DISEÑO CONJUNTO DEL SERVICIO

---

- Participación de las personas jóvenes en el diseño de los servicios (diseño conjunto);
- Uso de los datos para extraer las consultas de las personas jóvenes a lo largo del año y comprender la diversidad de necesidades de información y su estacionalidad; y
- La creación de esta base de datos puede ayudar a responder las consultas de manera más eficiente.

# Discusión

*La participación de las personas jóvenes en el diseño, la provisión y la evaluación del servicio debe ser parte de la esencia y cultura de planificación de los servicios.*

Resumiendo las recomendaciones de la sección anterior, podemos dividir los ámbitos de interés en **7 ejes principales**. A saber: Conocimiento y comunicación, Acceso, Áreas de información, Actividades y colaboración, Alfabetización mediática e informacional, Recursos y Estudio del comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes. Esta segregación puede ayudar a los SIAJ a identificar diferentes enfoques y comprender de qué forma influye un área en otra.

Dado que, de acuerdo con los datos, las personas jóvenes tienen un conocimiento limitado de los servicios de información y asesoramiento juvenil, y un desinterés general por su uso, se tienen que poner en práctica todas las acciones recomendadas para aumentar el conocimiento de los servicios entre las personas jóvenes y crear una actitud positiva que podría provocar la intención conductual de utilizar el servicio. A la hora de utilizar el servicio, las personas jóvenes son propensas a seguir su tendencia contemporánea de búsqueda de información. En consecuencia, es imperativo que los servicios de información y asesoramiento juvenil cuenten con suficientes **puntos de acceso físicos y virtuales**. A juzgar por el comportamiento actual de búsqueda de información de las personas jóvenes, es necesario posicionar el servicio como una solución rápida y fácil a sus problemas de información y la sobrecarga de información. Así, será fundamental disponer de **aplicaciones móviles/ aplicaciones basadas en la página web, páginas web interactivas con opciones de chat** y otros puntos de acceso virtuales. Esto no solo ayudará a llegar a la juventud urbana, sino también a las personas jóvenes que viven en zonas rurales, donde no suele haber servicios de información juvenil físicos disponibles.

Una vez que hayan accedido al servicio, evidentemente, es necesario que a las personas jóvenes les parezca relevante lo que el servicio ofrece. Aquí es donde las **áreas de información relevantes** juegan un papel vital. Los servicios tienen que mantenerse al día sobre las áreas de interés de las personas jóvenes. Si bien la importancia de las áreas de información habituales, como estudios, empleo y formación, seguramente mantendrá su vigencia, también surgen otras áreas de información como temas cruciales. A pesar de que la información sobre ansiedad, estrés, ciberacoso y otras cuestiones va ganando importancia para las personas jóvenes, muchas de ellas no tienen conocimiento del apoyo que los servicios de información juvenil podrían prestarles en estos temas. Por consiguiente, es necesario incluir estas áreas de información en el servicio de asesoramiento, utilizando los formatos adecuados para tratar estos temas, y permitir que las personas jóvenes sean conscientes de la existencia de este tipo de apoyo.

Para poder posicionar los servicios de información y asesoramiento juvenil como un sistema de apoyo informativo sostenible para las personas jóvenes hay que desarrollar una **colaboración** adecuada con otros grandes organismos, partes interesadas y los propios jóvenes. La interacción con los padres, tutores y centros de enseñanza podría ayudar a aumentar la relevancia del servicio y sus oportunidades de ser recomendado. Estas son las autoridades cognitivas de las personas jóvenes y, por lo tanto, sus recomendaciones podrían incrementar

el conocimiento sobre el servicio entre los jóvenes. Sin embargo, las personas jóvenes forman parte de un grupo tan diverso como las culturas a las que pertenecen, por lo que esto podría no suceder en todos los casos. Del mismo modo, también se podría colaborar con otros organismos gubernamentales del sector de la educación, la salud y el bienestar para lograr un impacto mayor.

Los servicios de información y asesoramiento juvenil tienen que seguir produciendo contenidos y materiales sobre **alfabetización mediática e informacional**. Podría darse el caso de que los servicios de información juvenil no siempre puedan responder a todas las consultas directamente. Por eso, es importante que estén **bien conectados** con otros servicios complementarios y contribuyan a educar a los jóvenes en materia de información y medios de comunicación, de manera que puedan desarrollar las competencias necesarias para encontrar información de diferentes fuentes, valorarlas y validarlas adecuadamente y utilizarlas de manera efectiva para tomar decisiones informadas. Si bien los servicios de información y asesoramiento juvenil podrían producir sus propios materiales y divulgarlos entre las personas jóvenes a través de sus propias webs y redes sociales, u organizar seminarios y talleres, la colaboración con diferentes autoridades y expertos, clubes juveniles y centros de enseñanza podría, además tener un impacto más amplio y, de esa manera, incluir a las personas jóvenes que, en la actualidad, se encuentran fuera del alcance de los servicios de información y asesoramiento juvenil.

Aunque es imprescindible dar a conocer el servicio, ofrecer acceso y disponer de información relevante para las personas jóvenes, la forma de recibir, procesar y responder a las peticiones de información es comparativamente más importante.

Después de todo, los servicios de información y asesoramiento juvenil se centran en las personas jóvenes. Para poder servirles de ayuda, es importante conocer los diferentes desafíos internos y externos con los que se encuentran al buscar información. Hay áreas de información «fáciles», como las que se refieren a empleo y estudios, pero también existen otras áreas de información más delicadas que hacen vacilar de forma sustancial a la mayoría de los jóvenes a la hora de buscar dicha información. Algunas de estas áreas son las relacionadas con los problemas íntimos, sexualidad, ansiedad y ciberacoso, temas sobre los cuales los jóvenes expresaron explícitamente contar con pocas fuentes para recopilar información, por lo que suelen recurrir a una web aleatoria o un buen amigo. Estas dos fuentes tienen muchas posibilidades de facilitar información engañosa. Por eso, los informadores juveniles tienen que asegurarse de responder a las consultas con una actitud empática y abierta, y sin juicio, en un ambiente adecuado y a través de los canales apropiados. En el desempeño de sus labores, los informadores juveniles también deben prestar atención a la privacidad, confidencialidad y seguridad de las personas jóvenes. En consecuencia, junto con otros expertos, los informadores juveniles requieren buenas habilidades de escucha y empatía.

Por último, es fundamental que se supervisen las demandas informativas del grupo objetivo para poder mantener el ciclo de mejora en marcha, así como la relevancia del servicio y la conexión con las personas jóvenes como sistema de apoyo informativo. El uso de **sistemas de minería de datos** para desarrollar bases de datos de consultas podría agrupar los tipos de consultas que las personas jóvenes tienen para los servicios de información y asesoramiento juvenil. De esta forma, los proveedores del servicio podrán conocer las demandas de información de sus usuarios y, al mismo tiempo, se podría seguir el patrón de información estacional. La participación de las personas jóvenes en el **diseño, provisión y evaluación del servicio** tiene que ser parte de la esencia y cultura de la planificación de los servicios. El estudio del comportamiento de búsqueda de información de las personas jóvenes a intervalos regulares proporcionará los conocimientos que los servicios necesitan, lo cual será fundamental para que el servicio siga renovándose y sea capaz de atender de forma eficaz a las personas jóvenes de la actual era digital.



---

agencia europea de **información**  
y asesoramiento **juvenil**



eryica a.s.b.l.  
secretariat@eryica.org  
www.eryica.org

