

Youth Info Quest

Informe final

Índice

2	INTRODUCCIÓN
3	Objetivos
3	Metodología
4	RESULTADOS DE LA ENCUESTA
5	INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA
5	1. Edad y género
6	2. Nivel de estudios
6	3. Situación personal
7	4. Lugar de residencia
8	PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO
8	1. Temas de interés
10	2. Canales de información preferidos
12	3. Redes sociales preferidas
13	4. Fuentes de información en línea preferidas
14	5. Fuentes de información de confianza
16	6. Formato de contenido preferido
17	7. Dificultades en la búsqueda de información
19	8. Habilidades y competencias informacionales
27	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES
30	BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

En 2013, ERYICA realizó una encuesta para evaluar la calidad de los servicios de información juvenil (SIJ) en Europa (Krzaklewska y Potocnik, 2014). Unos años más tarde, en 2017, se llevó a cabo una segunda encuesta en el marco del proyecto Erasmus+ *Youth.Info: Future Youth Information Toolbox*, con el apoyo de la Universidad Abo Akademi (Karim y Widén, 2018)¹.

Este estudio analizó las experiencias de personas usuarias y no usuarias de los SIJ, comparando patrones de uso y preferencias. Con más de 6.000 participantes de entre 12 y 29 años en 18 países, los resultados mostraron que, aunque la información sobre ocio, salud y educación era accesible, temas como emprendimiento, vivienda y empleo carecían de fuentes fiables. Las personas jóvenes demandaban mayor accesibilidad a la información sobre educación y empleo y confiaban en sesiones presenciales, motores de búsqueda y redes sociales, aunque les resultaba difícil verificar la información en línea. Aun así, consideraban fiables los SIJ y muchos los recomendaban a otras personas.

Siete años después, la necesidad de actualizar este diagnóstico es aún más urgente. La pandemia, la irrupción de la Inteligencia Artificial (IA) y los cambios geopolíticos han transformado el panorama informativo. *En el contexto actual, caracterizado por una amplia interconexión y una sobreabundancia de información, la evaluación de la credibilidad de las fuentes se ha vuelto especialmente desafiante (OCDE, 2024).* La rápida evolución digital y la diversidad de estilos de vida juveniles exigen soluciones innovadoras para garantizar el acceso a información fiable y adaptada a sus necesidades.

La encuesta YouthInfoQuest busca identificar las **necesidades informativas de las personas jóvenes, sus formatos y recursos preferidos**, así como los desafíos que enfrentan los SIJ en Europa. Comprender su comportamiento informativo permitirá optimizar los servicios, defender la importancia de la información juvenil y prepararse para el futuro. Además, el estudio comparará tendencias entre personas usuarias y no usuarias de los SIJ, proporcionando una base de datos clave para el sector.

El cuestionario fue diseñado por investigadores del Departamento de Estudios de la Información de Abo Akademi (Finlandia), junto con la Junta Directiva y la Secretaría de ERYICA.

¹ *Futuro de los servicios de información y asesoramiento juvenil: evolucionando según las tendencias y necesidades de información* (2019).

Situación actual y demandas de la Información Juvenil en España. Construyendo tendencias de futuro desde la perspectiva de las personas usuarias (informe realizado por el INJUVE con la muestra de encuestados españoles)

Objetivos

El objetivo principal de este estudio es comprender cómo las personas jóvenes acceden a la información, qué necesitan y qué desafíos enfrentan, con el fin de mejorar los servicios de información juvenil y en concreto:

- Identificar las necesidades de información de las personas jóvenes y los temas que consideran más relevantes, como empleo, educación, salud, vivienda, emprendimiento, etc.
- Determinar los canales y formatos preferidos para acceder a la información, incluyendo redes sociales, motores de búsqueda, atención presencial y plataformas en línea.
- Analizar los desafíos en la búsqueda y uso de la información, como la desinformación, la falta de fuentes fiables, la sobrecarga informativa y el uso de un lenguaje demasiado técnico o inaccesible.
- Evaluar la fiabilidad de los servicios de información juvenil (SIJ) y su impacto en la toma de decisiones de los jóvenes.
- Ofrecer recomendaciones para mejorar los SIJ, garantizando que la información proporcionada sea accesible, verificada y adaptada a las necesidades del público joven.
- Comparar tendencias entre personas usuarias y no usuarias de los SIJ para comprender mejor su alcance y oportunidades de mejora.

Metodología

La encuesta YouthInfoQuest consta de 17 preguntas diseñadas para explorar distintos aspectos, como el perfil de los y las participantes, sus **preferencias informativas, las fuentes y canales que utilizan, los formatos que prefieren, las dificultades que enfrentan al gestionar la información y su nivel de alfabetización mediática e informacional**. También analiza el impacto de fenómenos actuales como la inteligencia artificial (IA) y la influencia de creadores de contenido en redes sociales.

El cuestionario fue creado originalmente en inglés y posteriormente traducido a 20 idiomas, entre ellos el castellano y el catalán. Estuvo disponible entre el

14 de noviembre de 2023 y el 15 de marzo de 2024 para jóvenes de hasta 30 años. Su difusión en España se hizo a través de las redes de cada uno de los 9 miembros españoles de ERYICA. La encuesta se distribuyó en línea mediante la plataforma Typeform.

Este informe se basa en el estudio original realizado por Anna Nesladek para ERYICA, del cual se han tomado como referencia tanto la estructura como ciertos fragmentos de contenido, adaptados y traducidos al español. El análisis presentado aquí sigue la misma metodología aplicada en el informe original, pero centrado únicamente en las respuestas obtenidas en España.

Además, algunas referencias bibliográficas han sido sustituidas por otras fuentes cuyos textos están disponibles en castellano, con el fin de facilitar la accesibilidad y comprensión del contenido para el público castellano parlante.

En total, 1.317 jóvenes de 29 países participaron en la encuesta. Para el análisis, se utilizaron exclusivamente las 347 respuestas de jóvenes españoles, que representan el 26,3% del total. Esta muestra incluye tanto las respuestas en castellano (240) como en catalán (107).

Para el procesamiento de los datos cuantitativos, se ha usado Microsoft Excel y se han aplicado técnicas de análisis descriptivo para identificar los principales resultados y tendencias. Los porcentajes han sido redondeados a un decimal, por lo que la suma total puede no ser exactamente del 100%.

RESULTADOS DE LA ENCUESTA

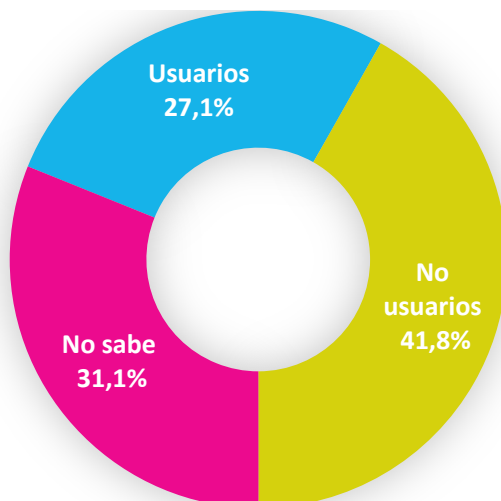
La encuesta tenía como objetivo recopilar datos de personas usuarias y no usuarias de los Servicios de Información Juvenil (SIJ), con el propósito de evaluar el nivel de satisfacción de quienes los utilizan, medir su impacto en la juventud europea y obtener información clave para mejorar su calidad.

Además, al incluir a las personas no usuarias, se buscaba comprender sus necesidades informativas, sus canales y fuentes de información preferidos, así como explorar soluciones para ampliar el acceso y la participación en los SIJ.

Del total de participantes, el grupo más minoritario (27,1%) es el que tiene experiencia previa en el uso de servicios de información juvenil, mientras que dos de cada cinco jóvenes encuestados (41,8%) no la tiene.

Sorprende que un porcentaje notable de participantes, el 31,1%, no puede decir con certeza si ha utilizado o no algún servicio de información y asesoramiento juvenil. Una posible explicación de que uno de cada tres

jóvenes que han respondido la encuesta no sepan si han sido o no usuarios de un SIJ puede deberse a que la encuesta utilizó el término genérico servicio de información juvenil, cuando en la práctica estos recursos suelen conocerse por sus usuarios con nombres específicos como centro de juventud, casa de la juventud u otras similares. Es posible que algunos jóvenes hayan acudido a estos espacios sin asociarlos explícitamente con un servicio de información, lo que explicaría su incertidumbre al responder.



Para obtener una visión más completa sobre los hábitos informativos de las personas jóvenes, se analizaron los datos de los tres grupos: usuarios, no usuarios y quienes no están seguros de su uso. En algunos casos, los resultados se examinaron en conjunto, mientras que en otros se compararon los datos de personas usuarias y no usuarias por separado, permitiendo así una mejor comprensión de las diferencias y patrones en el acceso a la información juvenil.

INFORMACIÓN SOCIODEMOGRÁFICA

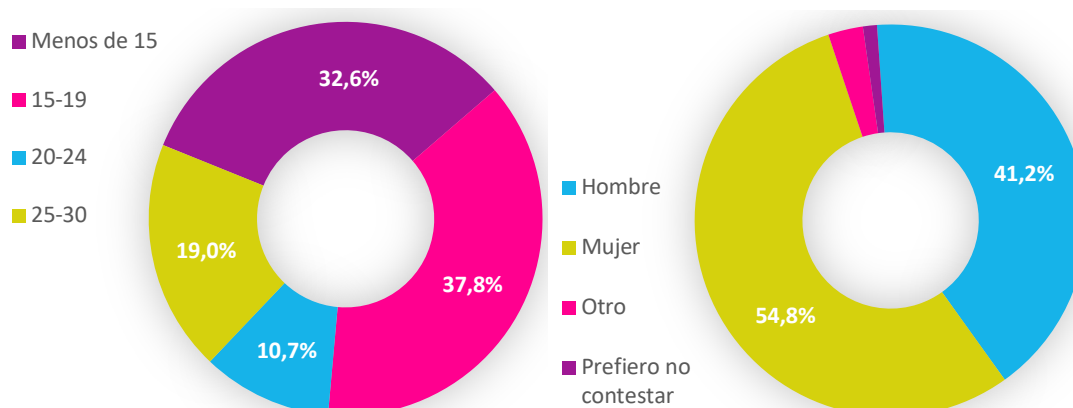
1. EDAD Y GÉNERO

La distribución por grupos de edad de las 347 personas encuestadas es la siguiente:

- El 32,6% son menores de 15 años
- El 37,8% tiene entre 15 y 19 años
- El 10,7% tiene entre 20 y 24 años
- El 19,0% tiene entre 25 y 30 años

Por tanto, el grupo de jóvenes que ha participado en la encuesta es muy joven, contando el 70,4% del total con menos de 20 años.

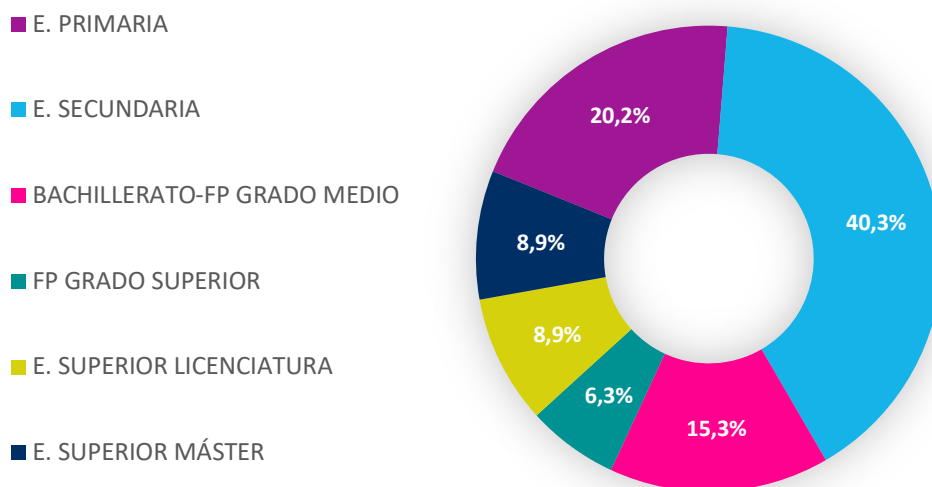
La mayoría de las participantes (54,8%) son mujeres, mientras que el 41,2% son hombres. El 4% restante no quiso revelar su sexo o pertenece a otras categorías.



2. NIVEL DE ESTUDIOS

El nivel educativo de las personas jóvenes fue otra variable recogida en la encuesta. Los y las participantes indicaron distintos niveles de educación, desde estudios de primaria hasta estudios de postgrado. La mayoría tiene completada la educación secundaria superior no obligatoria. Entre las 347 personas jóvenes encuestadas, el 40,3% tiene terminados los estudios de secundaria obligatoria, el 20,2% educación primaria, un 15,3% cuenta con estudios de bachillerato o FP de grado medio y un 24,1% tiene estudios superiores de los cuales el 8,9% tiene una licenciatura, otro 8,9% un master y un 6,3% una FP de grado superior.

El 86,4% del grupo de jóvenes de 25 a 30 años tiene estudios superiores.

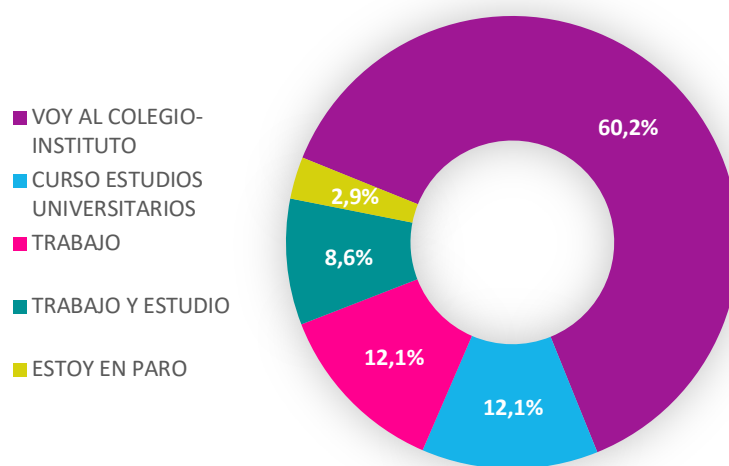


3. SITUACIÓN PERSONAL

Otra característica demográfica analizada fue la situación personal y/o profesional de las personas jóvenes encuestadas.

En el momento de la encuesta, el 72,3% eran estudiantes, distribuidos de la siguiente manera: 60,2% cursaban educación primaria o secundaria, mientras que 12,1% realizaban estudios superiores. Varios factores podrían explicar esta alta participación estudiantil, como el hecho de que algunos alumnos fueran incentivados por sus escuelas o compañeros a completar la encuesta.

Otro 12,1% de los y las encuestados estaba trabajando en el momento de la encuesta mientras un 8,6% combinaba trabajo y estudios. Tan solo un 2,9% se encontraban en búsqueda activa de empleo, y un 1,2% participaba en voluntariados o asumía responsabilidades familiares.

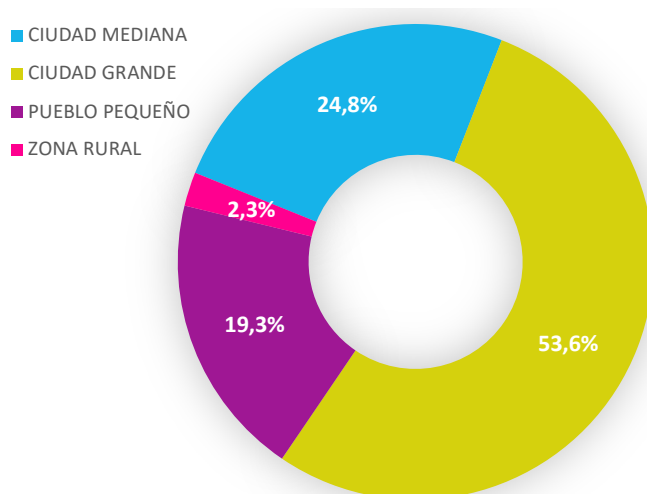


4. LUGAR DE RESIDENCIA

Para este estudio, se recopilaban datos sobre la zona geográfica de residencia de los participantes, clasificando las ciudades según su tamaño poblacional.

- Las ciudades con más de 50.000 habitantes fueron consideradas grandes áreas urbanas.
- Aquellas con una población entre 10.000 y 50.000 habitantes se clasificaron como ciudades medianas.
- Las ciudades con menos de 10.000 habitantes se categorizaron como pueblos pequeños.
- Las zonas aisladas, granjas y aldeas fueron agrupadas como zonas rurales.

De los 347 que respondieron la encuesta, más de la mitad, un **53,6%, reside en una ciudad grande** con más de 50.000 habitantes, uno de cada cuatro (24,8%) en ciudades medianas mientras uno de cada cinco (19,3%) en un pueblo pequeño. Solo un **2,3%** reside en una **zona rural**.



PRINCIPALES RESULTADOS DEL ESTUDIO

Este informe analiza en detalle cómo las personas jóvenes interactúan con la información y cuáles son sus principales intereses informativos.

1. TEMAS DE INTERÉS PARA LAS PERSONAS JÓVENES

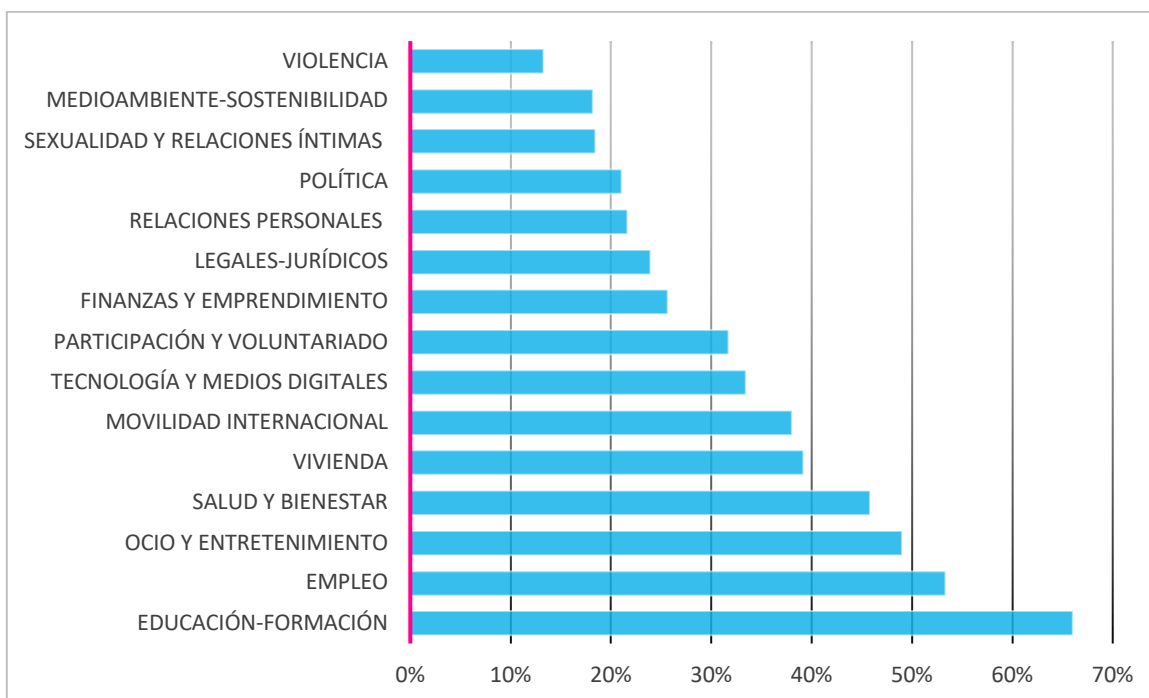
Uno de los objetivos clave del estudio es identificar las áreas en las que las personas jóvenes desean recibir más información. Para ello, se les pidió que seleccionaran cinco temas de interés de una lista con 15 opciones.

La **educación y formación** (matrículas, becas, intercambios, etc.) encabeza la lista de prioridades: dos de cada tres jóvenes (66%) señalaron este tema como el más relevante para ellos.

En segundo lugar, el **empleo** representa una de las principales preocupaciones para más de la mitad de los encuestados (53,3%), que buscan información sobre orientación profesional, oportunidades laborales, prácticas, formación para el empleo y trabajos de verano. Este interés resulta comprensible, dado que la mayoría de las personas participantes todavía están en etapa formativa y comienzan a planificar su futuro profesional.

Casi la mitad de las personas jóvenes encuestadas (49%) se interesa por propuestas de **ocio y entretenimiento** para su tiempo libre, como conocer gente, unirse a clubes juveniles o participar en actividades deportivas y culturales.

La **salud y el bienestar** captan el interés del 45,8% de las personas jóvenes, abarcando desde la salud física y mental hasta la discapacidad y otros temas relacionados.



La **vivienda** es una de las principales preocupaciones para dos de cada cinco jóvenes (39,2%) interesados en encontrar opciones asequibles, acceder a ayudas para el alquiler o conocer las condiciones para obtener un crédito hipotecario.

La **movilidad internacional** despierta el interés en uno de cada tres jóvenes (38%) ya sea para estudiar, trabajar o hacer voluntariado en el extranjero. La **tecnología y los medios digitales** no se quedan atrás (33,4%) con temas como el acceso a dispositivos, la inteligencia artificial y la alfabetización mediática.

La participación y el voluntariado atraen a un 31,7% de las personas jóvenes, mientras que el 25,6% se interesa por finanzas y emprendimiento, abarcando trámites legales, financiación y gestión fiscal.

En el ámbito laboral, un 23,9% busca información sobre derechos laborales y asesoramiento jurídico. Igualmente, las relaciones personales (21,6%) y la política y la ciudadanía activa (21%) interesa a uno de cada cinco.

Finalmente, **los temas con menor interés** entre las personas jóvenes son la **sostenibilidad y el medio ambiente** (18,4%), **la sexualidad y relaciones íntimas** (14,4%) - incluyendo dinámicas de pareja, prevención ETS y cuestiones

LGBTIQ+- y la **violencia** (13,3%), que engloba acoso, incitación al odio e intimidación, además de recursos para obtener ayuda y asesoramiento.

2. CANALES PREFERIDOS PARA RECIBIR INFORMACIÓN

Analizamos los cuatro canales de información más utilizados por los y las jóvenes encuestados a partir de una lista de 12 fuentes diferentes.

Atención presencial: la opción más valorada

A pesar del avance tecnológico y la proliferación de plataformas digitales, el 70,6% de los participantes sigue prefiriendo informarse en persona. Esta elección podría estar impulsada por factores como la confianza en la fuente, la posibilidad de resolver dudas al instante, la claridad de la información y la importancia de las conexiones interpersonales.

Redes sociales: el eje informativo juvenil

Para dos de cada tres jóvenes (68,3%), las redes sociales son el canal de información preferido, lo que confirma su papel central en el acceso a contenidos. Su popularidad se explica por su facilidad de acceso, interfaces intuitivas y su integración en la vida cotidiana. Además, en un mundo acelerado, las personas jóvenes buscan información rápida y sin esfuerzo, algo que las redes sociales ofrecen de manera eficaz.

Según la [Encuesta de Juventud 2024 del Eurobarómetro](#), el 49% de las personas jóvenes españolas utiliza las redes sociales para informarse, -un 7% por encima de la media de las personas jóvenes de la UE-, siendo las más importantes Instagram (51%), TikTok (43%), X/Twitter (36%) y YouTube (32%).

Mensajería instantánea: acceso directo a la información

Más de la mitad (56,5%) de los encuestados mencionan WhatsApp, Messenger y otras aplicaciones de mensajería como sus canales preferidos. Esto confirma la tendencia observada con las redes sociales: las personas jóvenes buscan información en plataformas que ya forman parte de su rutina diaria.

Buscadores en línea: información extensa y privada

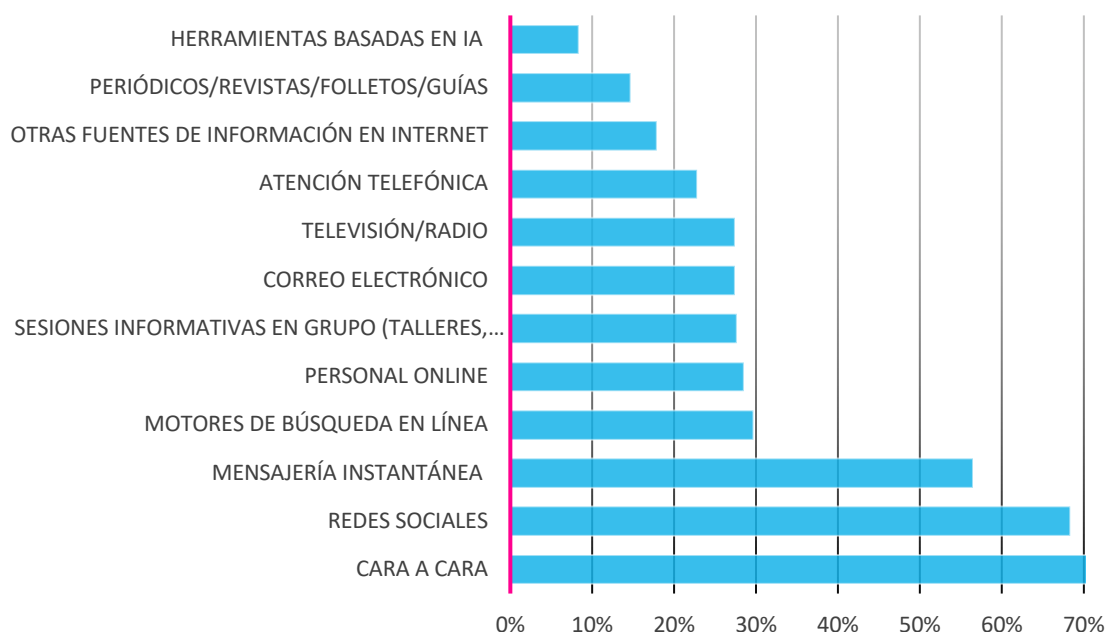
El 29,7% de los encuestados opta por Google y otros motores de búsqueda. Su atractivo radica en la posibilidad de acceder a información exhaustiva mientras se mantiene la privacidad del usuario, una tendencia también respaldada por estudios recientes. Por ejemplo, una encuesta realizada por Cisco en 2023 reveló que el 42% de las personas entre 18 y 24 años han tomado medidas activas para proteger su privacidad en línea, lo que indica una creciente preocupación por este tema entre los jóvenes.

Otras preferencias informativas

- Atención personalizada en línea (28,5%); la versión digital de la interacción presencial.
- Eventos, ferias y talleres (27,7%) y boletines informativos/correo electrónico (27,4%). Canales aún relevantes para casi un tercio de los encuestados.
- Atención telefónica (22,8%). Menos popular, pero sigue siendo un canal de referencia.
- Prensa escrita (14,7%). Periódicos, revistas y folletos despiertan poco interés, lo que sugiere su falta de adecuación a los hábitos actuales de los jóvenes.

Las herramientas de IA, el canal menos utilizado

Llama la atención que solo el 8,4% de los encuestados recurre a herramientas basadas en IA, como ChatGPT, para buscar información. Esto podría deberse a la falta de confianza, el desconocimiento de sus funcionalidades o la escasa familiaridad con esta tecnología.



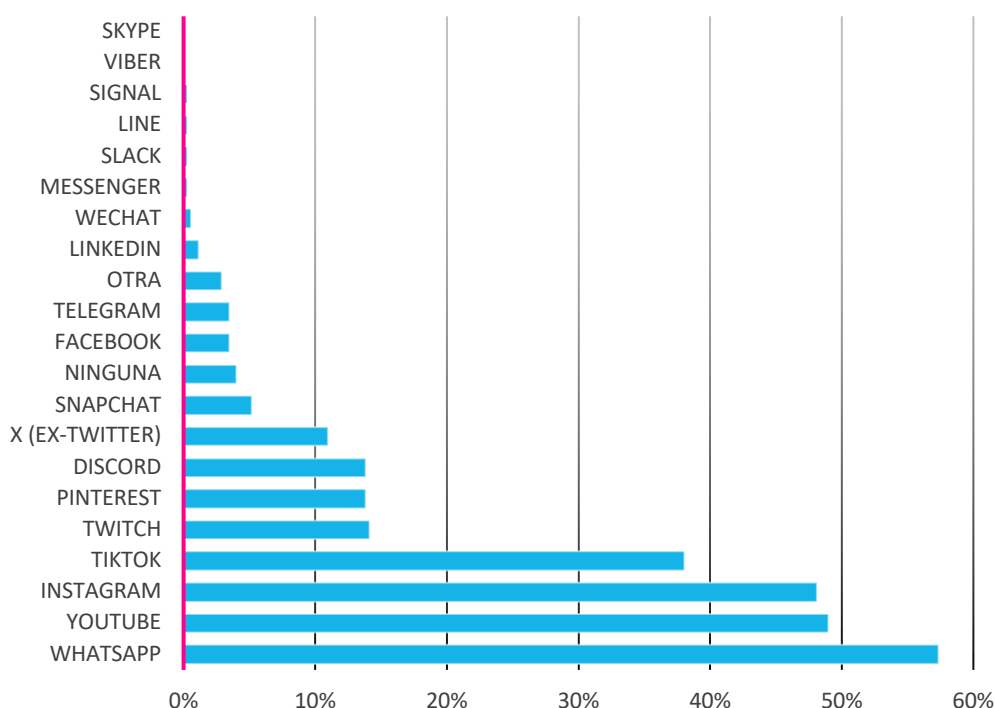
3. REDES SOCIALES PREFERIDAS

Como parte de la encuesta, se preguntó a las personas jóvenes por sus plataformas de redes sociales favoritas. Sin embargo, debido a un problema técnico, solo se recopilieron 221 respuestas a la pregunta² “¿Cuáles son tus

² Los porcentajes están calculados sobre las respuestas válidas (221 en lugar de 347).

cinco redes sociales favoritas?". A pesar del menor número de respuestas, los resultados siguen siendo representativos y ofrecen una visión general de las plataformas más utilizadas por los jóvenes.

Los datos muestran que WhatsApp es la red social más popular, mencionada por el 57,3% de los encuestados. Le siguen YouTube (49,0%), Instagram (48,1%) y TikTok (38%), plataformas donde el contenido en vídeo juega un papel clave en su atractivo para los jóvenes.



A mayor distancia, aparecen Twitch, Pinterest, Discord y X (antes Twitter), mencionadas por uno de cada siete encuestados. Por otro lado, el uso de otras redes sociales es prácticamente residual, con Viber y Skype sin ninguna mención.

Un dato interesante es que el 4% de los encuestados afirma no utilizar redes sociales en absoluto o haber dejado de hacerlo.

4. FUENTES DE INFORMACIÓN EN LÍNEA PREFERIDAS

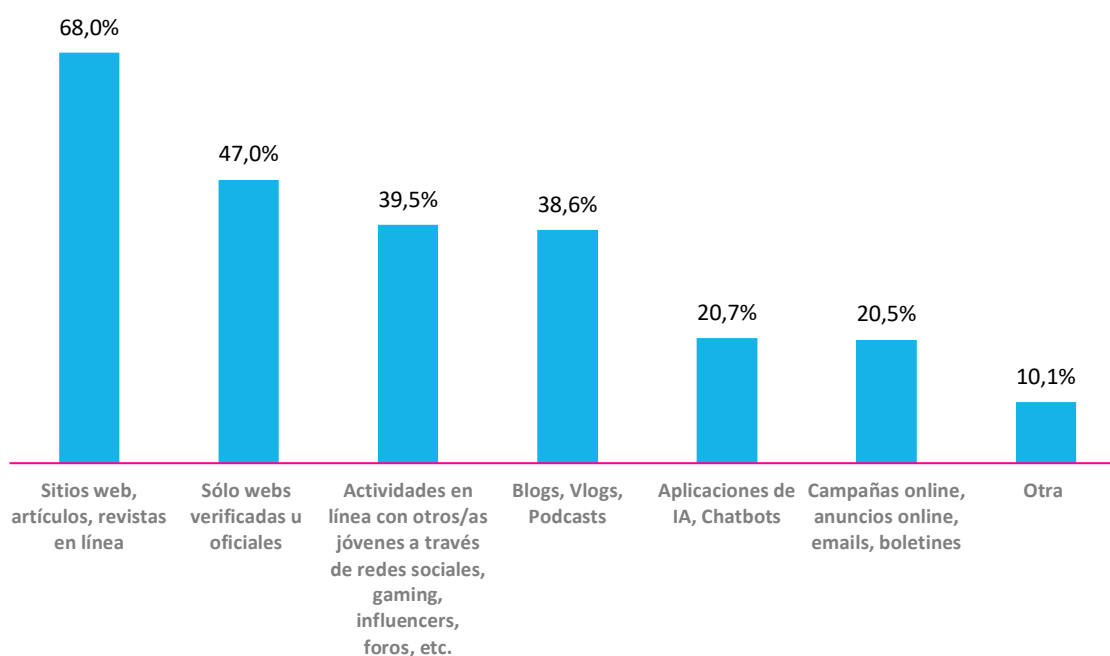
Las personas jóvenes disponen de una gran variedad de recursos en línea para satisfacer sus necesidades de información, cada uno con un nivel de popularidad diferente. Los resultados de la encuesta muestran que los

encuestados prefieren acceder a información a través de sitios web, artículos y revistas en línea, así como portales informativos, principalmente mediante motores de búsqueda como Google, Bing y Ecosia. En total, dos de cada tres (el 68,0%) de los encuestados utiliza estas fuentes para buscar información.

El uso elevado de los motores de búsqueda puede explicarse por varios factores. En primer lugar, la familiaridad con estas plataformas genera confianza y facilita la navegación. Además, su versatilidad permite explorar una amplia variedad de temas en diferentes formatos, como texto, vídeo y audio, adaptándose así a distintas preferencias y necesidades.

Por otro lado, un 47,0% de los encuestados confía en plataformas verificadas y oficiales. También destaca el papel de la interacción entre iguales en línea (redes sociales, influencers, juegos y foros), valorada por el 39,5% de los jóvenes. Además, el 38,6% prefiere fuentes como blogs, vlogs y podcasts.

En contraste, solo uno de cada cinco encuestados opta por campañas en línea, anuncios, correos electrónicos y boletines informativos (20,5%) o por interfaces de IA y chatbots (20,7%), también conocidos como talk bots, chatterbots o agentes interactivos.

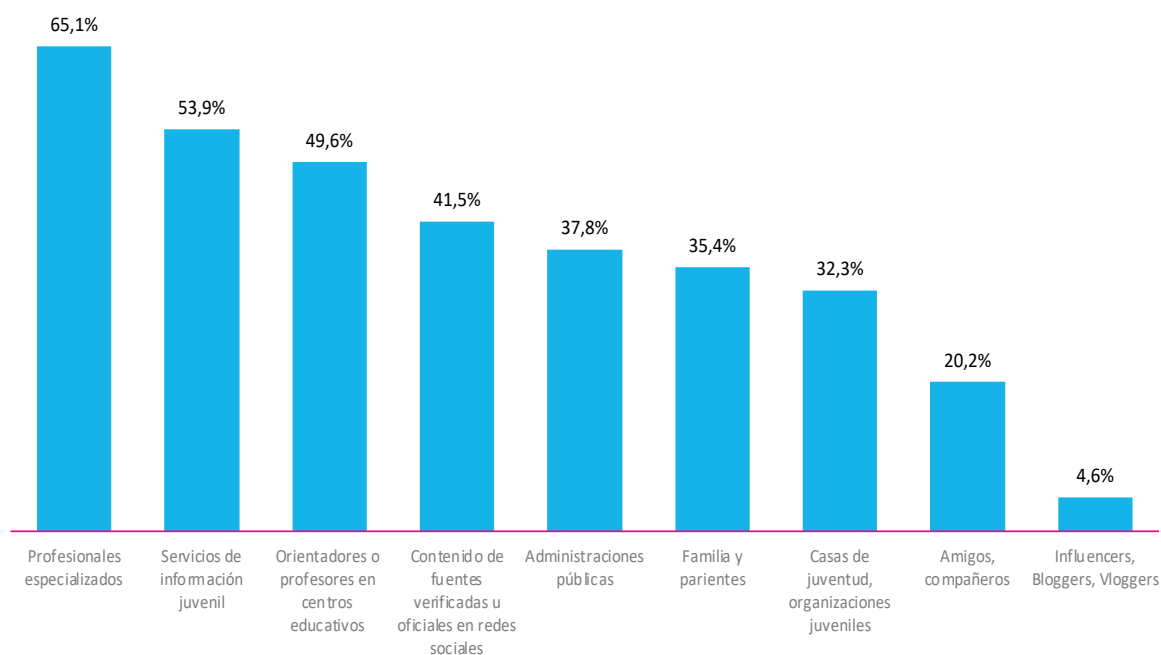


5. FUENTES DE INFORMACIÓN DE CONFIANZA

Este apartado analiza las fuentes de información que las personas jóvenes consideran más fiables. Además, en la siguiente sección se comparan estas fuentes entre personas usuarias y no usuarias de los Servicios de Información Juvenil (SIJ).

Según los resultados, el 71,5% de los encuestados considera a los profesionales especializados en distintos ámbitos como la fuente de información más fiable. En segundo lugar, los SIJ cuentan con la confianza del 58,4% de los participantes, lo que refleja el éxito de estos servicios a la hora de generar credibilidad entre las personas jóvenes, independientemente de si los han utilizado previamente o no.

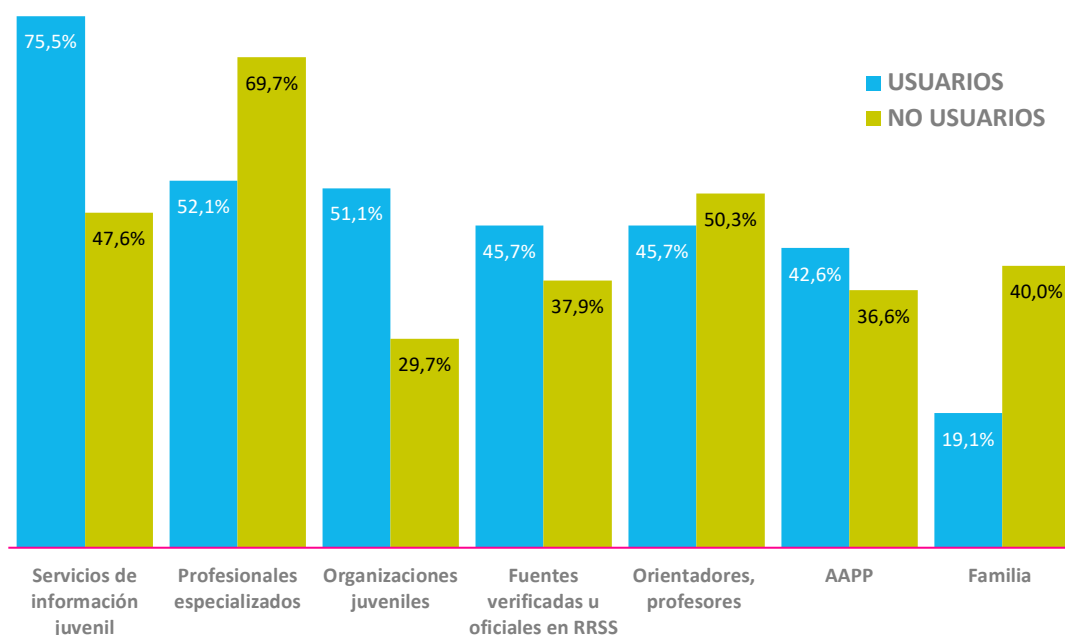
Los profesores y orientadores de centros educativos ocupan el tercer puesto en el ranking de fuentes más fiables, con un 50,3% de los encuestados depositando su confianza en ellos. Este dato destaca la accesibilidad y el papel clave de los educadores dentro de los entornos de aprendizaje, especialmente considerando que una parte significativa de los participantes son estudiantes.



5.1. Comparación entre personas usuarias y no usuarias en cuanto a fuentes fiables de información

Las opiniones sobre las fuentes de información más fiables varían entre los distintos grupos. Como era de esperar, el 75,5% de los usuarios de los Servicios de Información Juvenil (SIJ) consideran estos servicios una de las fuentes más fiables, frente al 47,6% de los no usuarios que opinan lo mismo.

Para los personas no usuarias, la fuente de información más fiable son los profesionales especializados (médicos, abogados, psicólogos, etc.), mencionados por el 69,7% de los encuestados. En el caso de las personas usuarias, estos profesionales ocupan el segundo lugar con un 52,1% de confianza. Esto indica que, aunque ambos grupos consideran a los expertos como la fuente más fiable, los no usuarios tienden a identificarlos más con los servicios de información y asesoramiento juvenil.



Otra diferencia interesante es la confianza en el trabajo juvenil organizado. Mientras que el 51,1% de los usuarios de SIJ consideran a los clubes juveniles, monitores y organizaciones juveniles como fuentes fiables, solo el 29,7% de los no usuarios comparten esta opinión. Esta diferencia es comprensible, ya que los SIJ están estrechamente ligados al trabajo con jóvenes.

Por último, destaca la diferencia en la confianza depositada en la familia y los parientes. El 40,0% de los no usuarios los consideran una fuente de información fiable, en comparación con solo el 19,1% de los usuarios de SIJ. Esto podría deberse a que los usuarios confían más en los servicios de información juvenil y, por tanto, recurren menos a su entorno familiar.

Un dato positivo es que, en ambos grupos, los influencers, bloggers y vloggers son percibidos como las fuentes menos fiables, con solo un 3,2% de confianza entre los usuarios y un 2,8% entre los no usuarios.

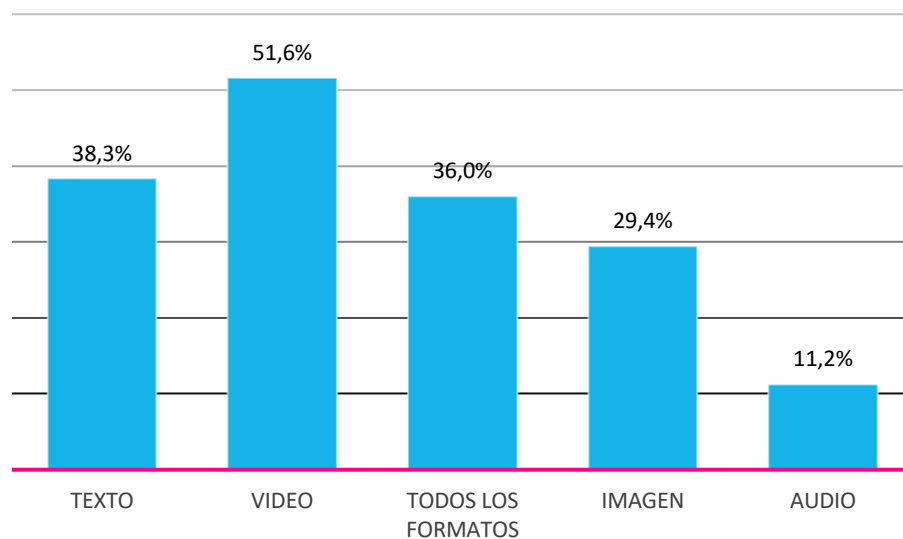
6. FORMATO DE CONTENIDOS PREFERIDO

Para que la información llegue eficazmente a las personas jóvenes, es fundamental adaptarla a sus formatos preferidos. Según la encuesta, **la opción más popular es el vídeo**, elegido por el 51,6% de los encuestados. Esta preferencia puede explicarse por la integración del contenido visual en el estilo de vida actual y su facilidad de comprensión. Además, estudios previos han demostrado que el formato de vídeo no solo es educativo, sino también entretenido (Kolotouchkina et al., 2023).

Por otro lado, el 38,3% de los participantes prefiere la información en formato de texto, posiblemente por la posibilidad de profundizar en el contenido y seguirlo con mayor claridad. Además, el 29,4% opta por recibir información en formato de imagen, lo que destaca la importancia de los elementos visuales en la comunicación.

Un 36,0% de los encuestados indica que no tiene una preferencia única y le gusta recibir información en todos los formatos disponibles, lo que subraya la necesidad de ofrecer contenido flexible y adaptado a distintos estilos de consumo.

Curiosamente, **el audio es el formato menos popular entre las personas jóvenes**, con solo un 11,2% que lo elige como su opción preferida.



7. DIFICULTADES EN LA BÚSQUEDA DE INFORMACIÓN

Las personas jóvenes enfrentan varios obstáculos al buscar información, siendo la **falta de fuentes fiables**, tanto en línea como fuera de ella, la preocupación más grande para dos de cada tres jóvenes (66%). Esta escasez de información confiable se considera el mayor reto en su proceso de búsqueda.

Otro problema grave es la **desinformación**. El 63,4% de los encuestados señala que las noticias falsas y la desinformación son un desafío importante. Con la evolución de la tecnología, especialmente el auge de las noticias falsas, separar la verdad de la mentira se ha vuelto cada vez más complicado. Dado que la información juega un papel clave en la vida de las personas jóvenes, la propagación de noticias falsas puede tener consecuencias perjudiciales, llevando a decisiones equivocadas.

Las personas jóvenes son conscientes de su exposición a la desinformación. Una amplia mayoría (76%) de las personas jóvenes cree haber estado expuesta a desinformación y noticias falsas en los siete días previos a la encuesta. Sin embargo, el 70% de los participantes confía en su capacidad para reconocer la desinformación. (Youth Survey, 2024).

El **exceso de información** es el tercer reto más señalado, con un 49% de los participantes mencionándolo. La avalancha de datos sobre cualquier tema puede resultar abrumadora, dificultando la concentración y la capacidad para filtrar la información relevante. Esta sobrecarga genera fatiga mental, lo que hace más difícil procesar y asimilar la información de manera eficaz. Los

expertos coinciden en que la sobrecarga de información es uno de los problemas más importantes de la actualidad.

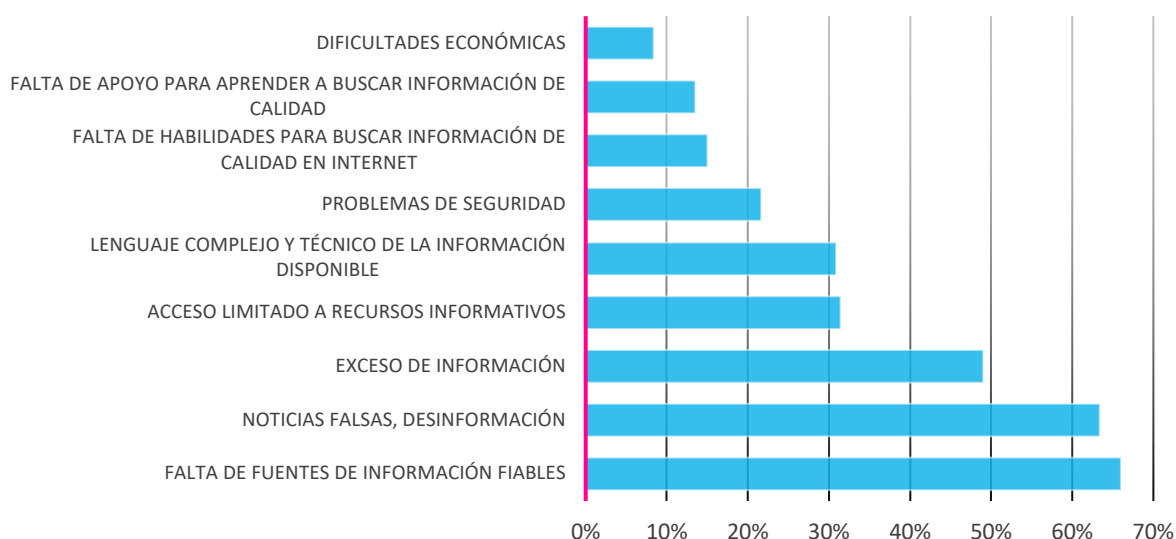
La Organización Mundial de la Salud (OMS) advirtió sobre los peligros de la infodemia, definida como una sobreabundancia de información, tanto correcta como incorrecta, que dificulta que las personas encuentren fuentes confiables y orientación fidedigna cuando las necesitan (OMS, 2020).

También se destaca la preocupación por el acceso limitado a recursos de información, tanto en línea como físicos, mencionada por el 31,4% de los jóvenes. Esto puede deberse a la falta de recursos disponibles en sus localidades o al desconocimiento de las fuentes accesibles. A esto se suma la complejidad del lenguaje técnico utilizado en muchas fuentes, lo que plantea dificultades adicionales para el 30,8% de las personas jóvenes, ya que muchas veces no comprenden la jerga especializada de los expertos, mientras que las fuentes adaptadas a su nivel son escasas (Agha, 2004).

Por otro lado, la seguridad es una preocupación para el 15% de los participantes, quienes expresan reservas al compartir información personal mientras buscan datos en línea.

Entre los retos menos frecuentes mencionados, encontramos la falta de habilidades para la búsqueda de información de calidad en internet (15%), la falta de apoyo para aprender a buscar información de calidad (13,5%) y las dificultades económicas (8,4%).

Las habilidades digitales necesarias abarcan desde lo más básico, como manejar dispositivos y navegar por Internet, hasta competencias más avanzadas, como la seguridad en línea y la interacción en redes sociales.

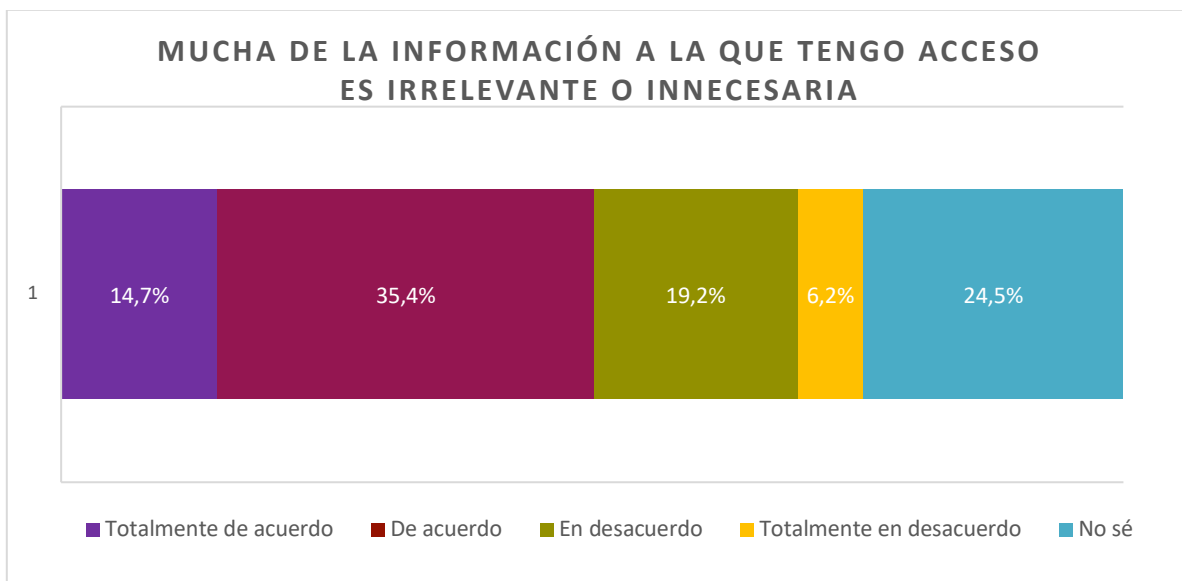


8. HABILIDADES Y COMPETENCIAS INFORMATIVAS

Las competencias informacionales son esenciales para localizar, evaluar, clasificar, utilizar y transmitir información de forma eficaz. A continuación, se analiza el grado de preparación de las personas jóvenes en cuanto a estas competencias, según los resultados de la encuesta.

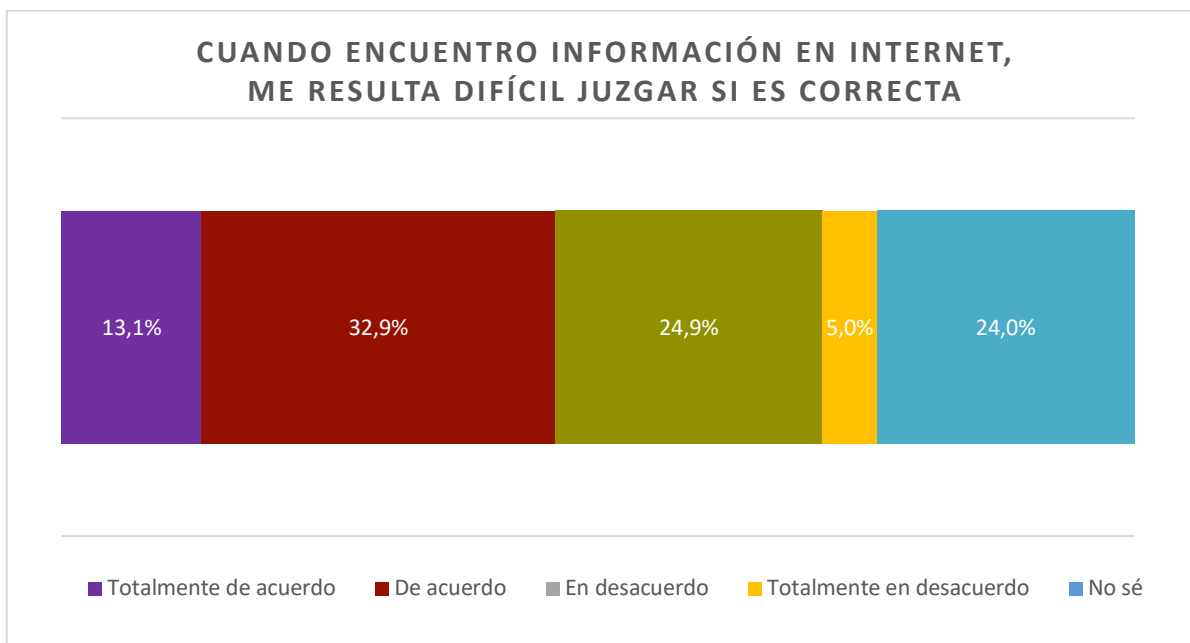
- Acceso a información necesaria y de interés

La mitad de las personas jóvenes (50,1%) considera que la información a la que tienen acceso **es irrelevante o innecesaria**. Sólo uno de cada cuatro (25,4%) considera que la información que reciben es relevante y útil, lo que muestra una desconexión entre las fuentes disponibles y las necesidades de los jóvenes. Y otra cuarta parte (24,5%) no tiene una opinión clara al respecto.



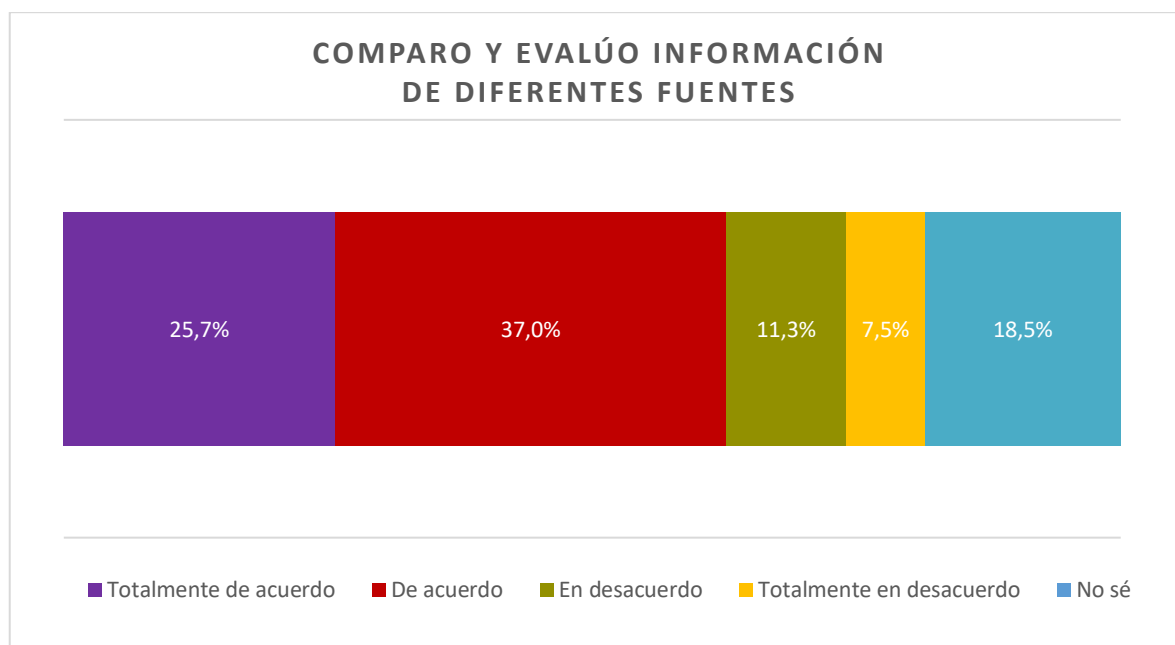
- Evaluación de la veracidad de la información

Sorprendentemente, **casi la mitad de los encuestados (46,0%) reconoce tener dificultades para evaluar la exactitud de la información que encuentran**, y uno de cada cuatro (24%) no está seguro de su capacidad para hacerlo. Solo un 29,9% se siente seguro de poder discernir la veracidad de la información. Esto sugiere una falta de confianza en la capacidad de las personas jóvenes para distinguir entre información correcta y errónea.



- Comparación y evaluación de información de distintas fuentes

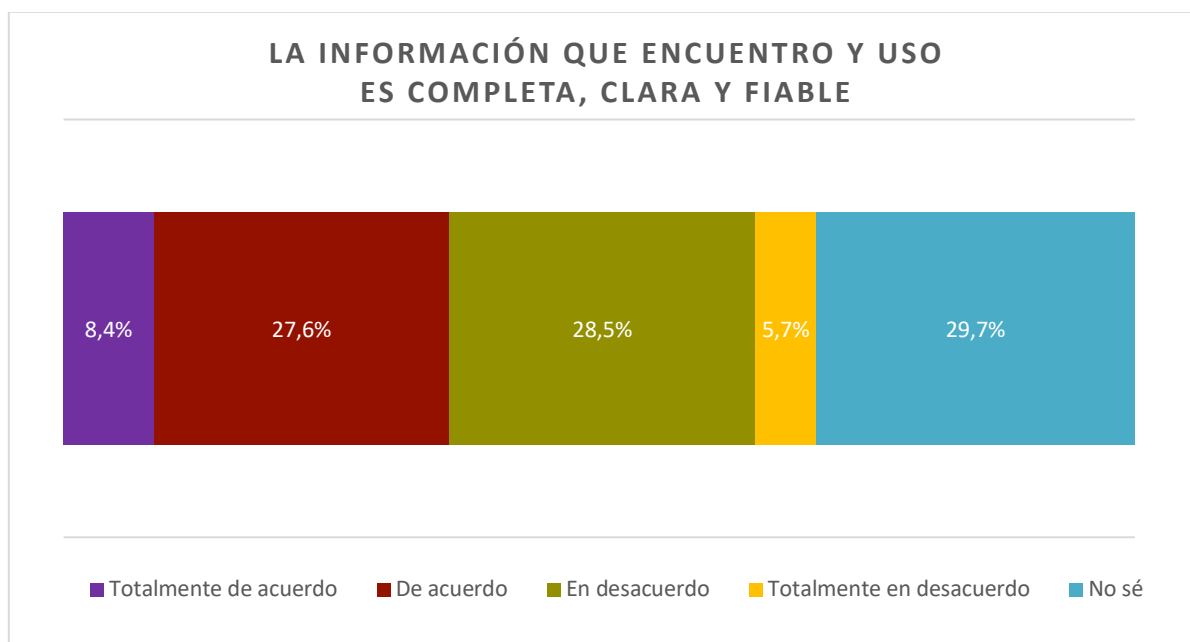
El 62,7% de los participantes señala que regularmente comparan y evalúan la información de distintas fuentes, lo que refleja un esfuerzo por discernir la credibilidad de la información. Sin embargo, un 18,5% muestra dudas sobre este proceso, y un 18,8% no tiene interés en comparar y evaluar las fuentes.



- Exhaustividad, claridad y fiabilidad de la información disponible

Siguiendo con la indagación sobre las percepciones de los participantes, tratamos de averiguar si creen la información que encuentran y usan es completa, clara y fiable.

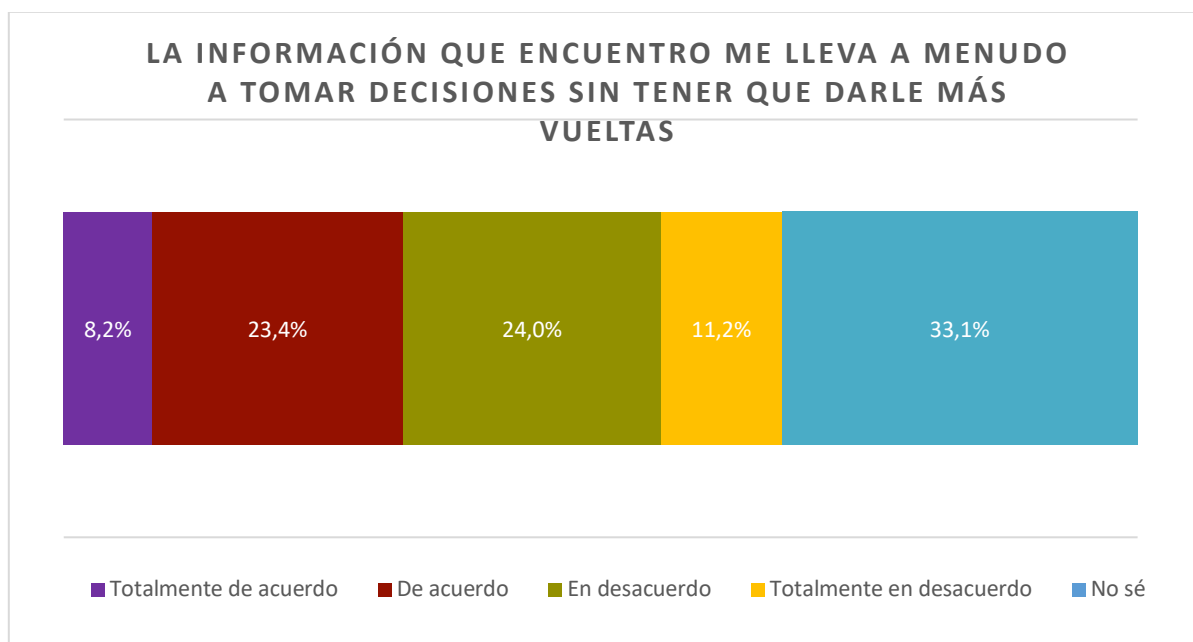
Apenas un 36% de las personas jóvenes considera que la información que reciben es completa, clara y fiable, mientras que uno de cada tres (34,2%) piensa lo contrario, lo que indica una preocupación por la calidad de la información disponible.



- El papel de la información en la toma de decisiones

Dado el papel fundamental de la información en la toma de decisiones, es crucial determinar si los participantes encuentran con frecuencia información que les ayude a tomar decisiones de manera fácil.

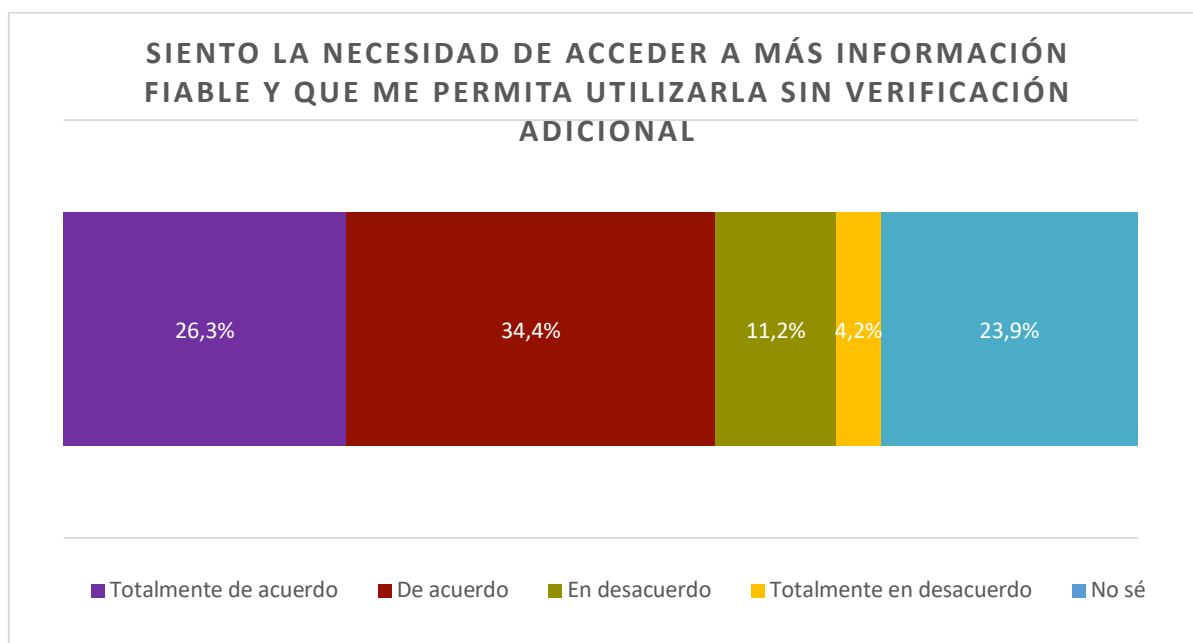
Solo un 31,6% de los encuestados siente que la información a la que acceden les ayuda en el proceso de toma de decisiones, mientras que un 35,2% considera que la información que encuentran es insuficiente para tomar decisiones informadas. Un 33,1% se muestra indeciso al respecto.



- Necesidad de acceder a información más fiable

Se preguntó a los participantes si consideraban que necesitaban información más fiable que pudieran utilizar sin tener que comprobarla dos veces.

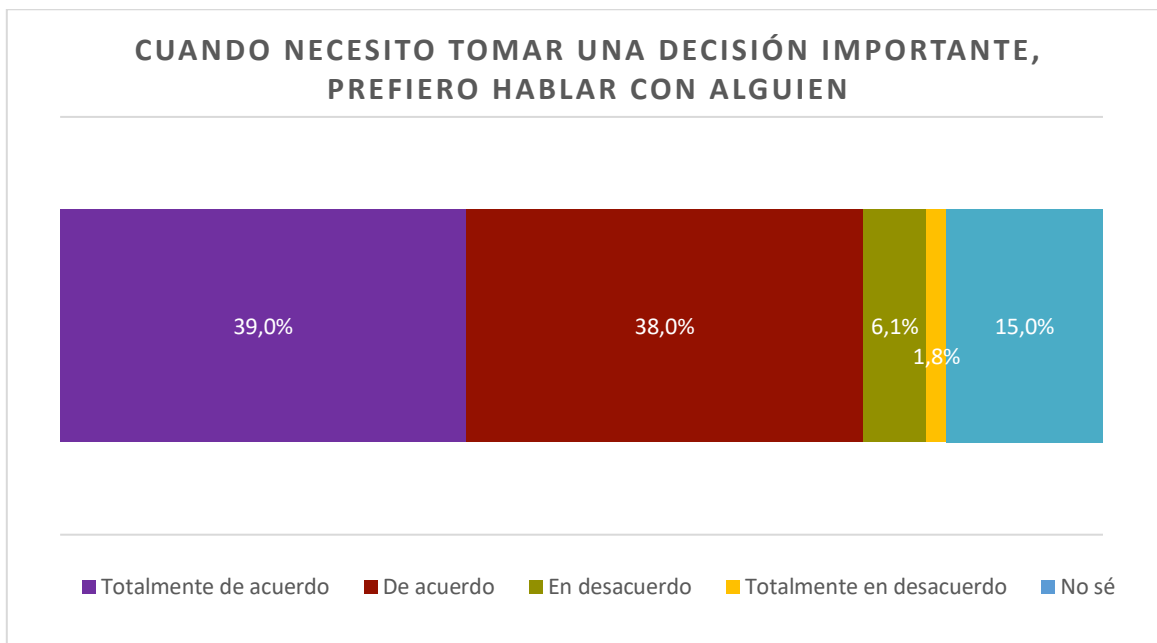
El 60,7% de las personas jóvenes cree que necesita acceso a información más fiable, sin tener que verificarla constantemente. Este alto porcentaje refleja la desconfianza que las personas jóvenes sienten hacia la calidad de la información disponible



- Importancia de consultar antes de tomar una decisión

Asimismo, se les preguntó si cuando necesitan tomar una decisión importante, prefieren hablar con alguien.

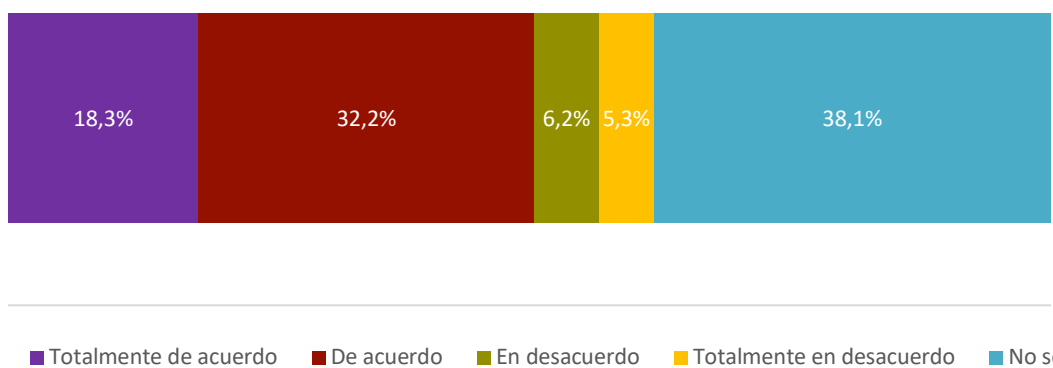
El 77% de las personas jóvenes prefiere discutir decisiones importantes en persona con alguien, lo que subraya la importancia del contacto directo y personal en el proceso de toma de decisiones.



- Utilidad de los servicios de información y asesoramiento juvenil

El 50,5% de las personas jóvenes considera útiles los servicios de información y asesoramiento juvenil para adaptar la información a sus necesidades. Sin embargo, un 11,5% de los participantes se muestra en desacuerdo con esta afirmación, mientras que el resto no tiene una opinión definida.

LOS SERVICIOS DE INFORMACIÓN JUVENIL PUEDEN AYUDARME A COMPRENDER Y ADAPTAR LA INFORMACIÓN A MIS NECESIDADES



La opinión sobre la importancia de los servicios de información y asesoramiento juvenil a la hora de adaptar la información a las necesidades de las personas jóvenes merece ser analizada en función de las diferentes categorías de usuarios, no usuarios y aquellos que no saben.

Los datos muestran que los usuarios de los servicios de información juvenil tienen una percepción más positiva sobre su utilidad en la adaptación de la información a sus necesidades, con un 50,5% de acuerdo con esta afirmación. Sin embargo, esta percepción también es compartida, aunque en menor medida, por los no usuarios (43,1%) y por aquellos que no saben si han utilizado estos servicios (40,8%).

Esto indica que, aunque la experiencia directa con los servicios aumenta la valoración positiva de los mismos, incluso entre quienes no los han utilizado o no están seguros de haberlo hecho, existe un reconocimiento de su posible utilidad.

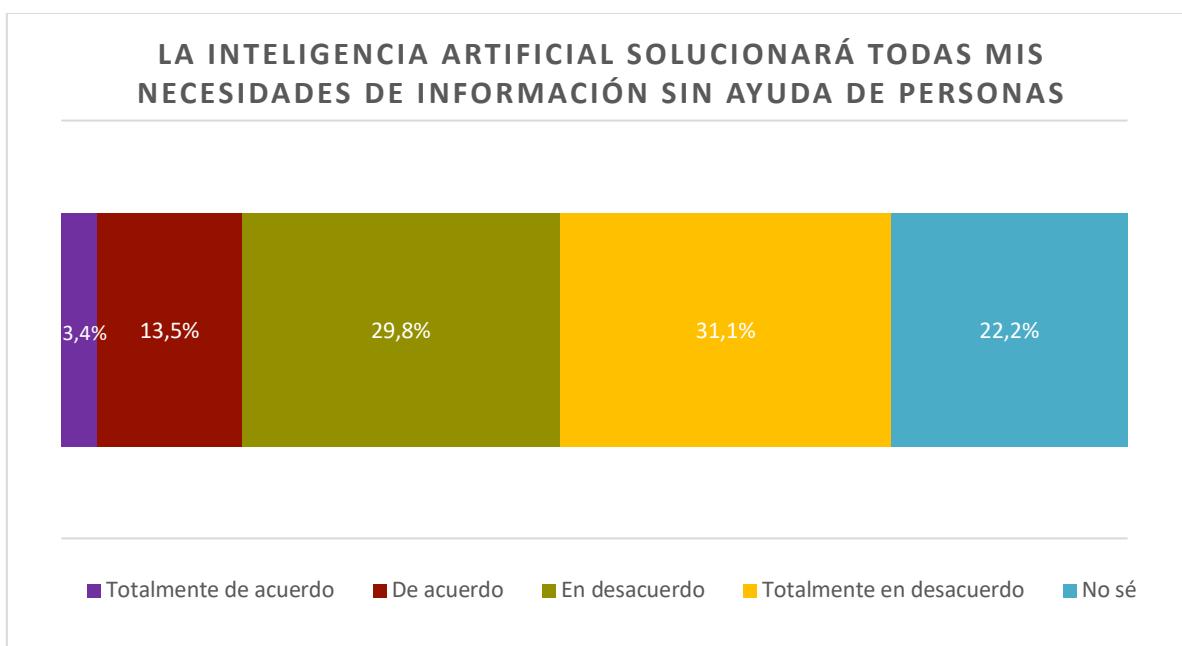
Por otro lado, el porcentaje de desacuerdo es menor entre los usuarios (11,5%) en comparación con los no usuarios (15,3%), lo que sugiere que quienes han experimentado estos servicios tienen menos escepticismo sobre su efectividad. Curiosamente, el grupo que no sabe si los ha utilizado presenta el menor porcentaje de desacuerdo (6,8%), lo que podría deberse a una menor familiaridad con estos servicios y, por ende, una menor predisposición a emitir una opinión negativa.

En definitiva, los servicios de información juvenil son percibidos de manera más positiva por quienes los han utilizado, pero también cuentan con un nivel de aceptación significativo entre quienes no los han usado. Esto sugiere que mejorar la difusión y el acceso a estos servicios podría aumentar su impacto, ya que muchos jóvenes que no los han utilizado aún reconocen su posible utilidad.

- El papel de la inteligencia artificial (IA) en la resolución de las necesidades de información

Teniendo en cuenta el rápido desarrollo de la IA y su papel en la vida cotidiana de las personas, es importante investigar cómo consideran las personas jóvenes la IA en relación con sus necesidades de información.

Preguntados sobre si la IA solucionará sus necesidades de información sin necesitar la ayuda de personas, el 60,9% no confía en que la IA pueda resolver sus necesidades de información sin la intervención humana. Un 16,9% sí cree que la IA puede cumplir ese rol, mientras que un 22,2% no tiene una opinión clara al respecto.



CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La encuesta YouthInfoQuest subraya el papel fundamental de los servicios de información y asesoramiento juvenil (SIJ) en la vida de las personas jóvenes en España. Los resultados revelan información clave sobre los canales preferidos por las personas jóvenes para acceder a la información, los desafíos que enfrentan y las fuentes en las que más confían. Además, destaca la necesidad de mejorar la capacidad de las personas jóvenes para desenvolverse en el complejo panorama informativo actual, dotándolos de herramientas para identificar información confiable y gestionar los desafíos diarios a través de la alfabetización mediática e informacional.

Principales resultados

1. Temas de información más buscados: Las personas jóvenes desean principalmente información sobre **educación y empleo**, seguidos por **ocio y entretenimiento, salud y bienestar físico, vivienda y movilidad internacional**. Estos temas son cruciales para su transición a la vida adulta y su búsqueda de independencia.
2. Canales de comunicación preferidos: La **atención personalizada** es el canal preferido por las personas jóvenes para recibir información seguido de las **redes sociales** y la mensajería instantánea. También valoran los motores de búsqueda como Google. Estas preferencias subrayan la necesidad de que los SIJ adapten sus estrategias para aprovechar eficazmente estos canales.
3. Redes sociales preferidas destacan básicamente cuatro: WhatsApp, YouTube, Instagram y TikTok.
4. Fuentes de información en línea preferidas: son los sitios web y webs verificadas u oficiales las preferidas y, en menor medida, las actividades en línea con iguales (redes sociales, influencers, juegos y foros) y otras fuentes como blogs y podcasts.
5. Fuentes de información más confiables: Las personas jóvenes confían más en los **profesionales especializados, los servicios de información juvenil y las instituciones educativas** (profesores, orientadores). Por el contrario, los influencers y bloggers se perciben con cautela.
6. Formato de contenidos preferido: sin duda las opciones más populares son el vídeo en primer lugar y el texto, mientras el audio es el menos popular.
7. Principales dificultades en la búsqueda de información: Las personas jóvenes se enfrentan a falta de fuentes fiables, **noticias falsas y desinformación y sobrecarga informativa**. Otros obstáculos detectados

incluyen el acceso a recursos informativos y el lenguaje complejo y técnico de alguna información.

Habilidades y competencias informativas

- **Acceso a información irrelevante:** La mitad de las personas jóvenes considera que la información disponible es irrelevante o innecesaria, lo que evidencia una desconexión entre las fuentes de información y sus necesidades. Esto subraya la necesidad de mejorar la calidad y relevancia de las fuentes a las que tienen acceso.
- **Dificultades para evaluar la veracidad de la información:** casi la mitad de las personas jóvenes no se siente capaz de evaluar la veracidad de la información, lo que indica la necesidad de mejorar sus habilidades de verificación de datos.
- **Comparación y evaluación de fuentes:** La mayoría de las personas jóvenes compara y evalúa la información de diversas fuentes, lo que refleja un esfuerzo por verificar su credibilidad. Sin embargo, algunos muestran falta de confianza o interés en este proceso, lo que resalta la importancia de fomentar una actitud crítica hacia la información.
- **Necesidad de acceder a información más fiable:** un alto porcentaje de jóvenes expresa la necesidad de acceder a información más fiable sin tener que verificarla constantemente. Esto refleja su preocupación por la calidad de la información disponible.
- **El papel de la información en la toma de decisiones:** Muchos jóvenes no sienten que la información que acceden les sea útil para tomar decisiones informadas, lo que pone de manifiesto una desconexión entre la información disponible y sus necesidades reales.
- **Preferencia del contacto humano en la toma de decisiones:** La mayoría de las personas jóvenes prefiere discutir decisiones importantes en persona con alguien, lo que refuerza la relevancia del contacto humano en el proceso de toma de decisiones.
- **Percepción positiva de los servicios de información juvenil:** Los servicios de información juvenil son percibidos de manera positiva por quienes los han utilizado. Además, existe un nivel significativo de aceptación entre aquellos que no los han usado, con un reconocimiento general de su posible utilidad.
- **El papel de la inteligencia artificial en la resolución de necesidades informativas:** A pesar del creciente uso de la inteligencia artificial, la mayoría de las personas jóvenes no confía completamente en ella para satisfacer sus necesidades de información.

En resumen, estos resultados destacan la necesidad de mejorar la calidad de la información disponible para las personas jóvenes, fortalecer sus competencias informacionales y reforzar los servicios de asesoramiento que faciliten el acceso a información confiable y relevante.

Conclusiones principales

- 1. Confianza en profesionales especializados:** Las personas jóvenes confían más en la información proporcionada por profesionales (65,1%) y a través de los Servicios de Información Juvenil (SIJ), percibidos como fuentes fiables por el 53,9% de los encuestados (75,5% entre usuarios de los SIJ).
- 2. Dificultades informativas comunes:** Las personas jóvenes enfrentan obstáculos como la desinformación, la sobrecarga informativa, la escasez de fuentes fiables, el lenguaje técnico, problemas de seguridad en línea, y la falta de competencias digitales y de alfabetización mediática.
- 3. Temas prioritarios de interés:** Educación y empleo son las principales áreas donde las personas jóvenes desean más información, seguidas por ocio, bienestar y vivienda, tanto para usuarios como para no usuarios.
- 4. Preferencias de formato y canales:** Prefieren recibir información en formato vídeo, seguidos por texto e infografías. Los canales más utilizados son las redes sociales (Instagram, WhatsApp, YouTube, TikTok), seguidos por motores de búsqueda, sitios web oficiales, sesiones presenciales, newsletters y mensajería instantánea.
- 5. Recelo hacia la inteligencia artificial:** La mayoría de las personas jóvenes no ve la IA como una solución completa a sus necesidades informativas y prefieren la interacción humana.

Recomendaciones clave

Reforzar la alfabetización mediática: Implementar intervenciones y talleres para mejorar las competencias informativas y digitales de los jóvenes. capacitar a las personas jóvenes para evaluar la fiabilidad de las fuentes

Potenciar los SIJ: Aumentar su accesibilidad y visibilidad. Adaptarlos a las plataformas digitales más usadas por las personas jóvenes para ampliar su alcance. Uso del Sello de Calidad Europeo.

Crear contenido adaptado a los formatos preferidos

priorizar la producción de contenido en formato vídeo sin olvidar los textos e imágenes.

Adoptar un enfoque multicanal: Usar redes sociales, webs y mensajería instantánea para asegurar una mayor cobertura. Es fundamental tener presencia activa en las plataformas favoritas de los jóvenes.

Fomentar la colaboración institucional: Promover la cooperación entre los SIJ y otros actores (escuelas, universidades, centros deportivos, etc.) para abordar las necesidades informativas desde múltiples ámbitos.

Introducir la IA de forma crítica y pedagógica: Ofrecer talleres que expliquen el uso, potencial y limitaciones de la IA, incluyendo aspectos éticos y de ciberseguridad, sin sustituir la interacción humana que genera confianza.

BIBLIOGRAFÍA

- Agha, A. (2004). Registers of language. *A Companion to Linguistic Anthropology*, 23(9), 2.
- Cisco (2024). [Consumer Privacy Survey](#).
- European Commission (2025). [EU challenges and priorities: Young people's views](#). Report
- European Parliament (2025). Youth Survey 2024. Eurobarometer
- Karim, M. & Widén, G. (2018). [Future youth information and counselling: Building on information needs and trends](#).
- Krzaklewska, E. & Potocnik, D. (2014). Survey on Impact of Youth Information and Counselling. In: Ivanovskis, M. & Rupkus, E. Compendium on National Youth Information and Counselling Structures. ERYICA and Council of Europe. [Compendium_of_national_youth_information_and_counselling_structures.pdf](#)
- Kolotouchkina et al., 2023
- OECD (2024), [Hechos frente a falsedades: Fortaleciendo la democracia a través de la integridad de la información](#).
- Organización Mundial de la Salud. (2020). [Gestión de la infodemia sobre la COVID-19: Promover comportamientos saludables y mitigar los daños derivados de la información incorrecta y falsa](#).