

# Jóvenes, Información Juvenil y Redes sociales

## ASPECTOS CLAVE Y CONSEJOS PRÁCTICOS



IMPULSA:



EN CONVENI AMB



Generalitat de Catalunya  
Departament de Benestar Social i Família  
Direcció General de Joventut

AMB EL SUPORT DE



Diputació  
Barcelona

## Presentación

El pasado jueves 20 de septiembre de 2012 la sede del Consell Comarcal del Barcelonès acogió el I Encuentro de Community Managers de Servicios de Información Juvenil, una iniciativa impulsada por primera vez con el objetivo de establecer un punto de encuentro para compartir recursos, consejos y crear una vida de comunicación más directa entre los diversos trabajadores de juventud que llevan a cabo tareas diarias a través de las redes sociales. Trabajar en red, compartir propuestas y elaborar un decálogo de consejos útiles que faciliten el trabajo del informador juvenil que hace uso de las redes sociales fueron algunas de las metas fijadas y alcanzadas durante el transcurso de la cita.



El [encuentro](#), al que asistieron cerca de una veintena de trabajadores relacionados con el ámbito de la juventud, comenzó con una [ponencia](#) a cargo de [Laura Quinto](#), periodista especialista en Social Media, desarrollo de herramientas TIC y ex responsable de comunicación de los servicios de juventud de El Prat.

Superar los miedos al fracaso y abordar nuevos retos, acabar con la rutina a base de creatividad, establecer una planificación del contenido y de nuestras actuaciones para no divagar ni ir con prisas, monotonizar los resultados y ser autodidactas son, entre otros, algunos de los consejos que facilitó Quinto a los asistentes, profesionales que trabajan haciendo uso de las redes sociales diariamente.

Social Mention, WhoUnfollowedMe, Google Alerts... Existen muchas herramientas que facilitan nuestro trabajo entorno al 2.0 y es necesario que las aprovechemos para conseguir una mayor efectividad. Durante la cita también

se formaron grupos de trabajo con el propósito de poner en común algunas inquietudes y problemas que surgen de forma diaria realizando tareas relacionadas con el Social Media. Se perfilaron algunas soluciones y se dibujó un esquem con recomendaciones que deberíamos seguir para mejorar la comunicación con los jóvenes.

Del mismo modo, durante el mes de septiembre se han recogido una serie de aportacions a través de un formulario en línea, en el que han participado más de 50 informadores juveniles, dando consejos, señalando dificultades y retos que deberíamos tener en cuenta a la hora de dinamizar la información juvenil a través de las redes sociales.

Los puntos más importantes extraídos del encuentro y el cuestionario han servido para elaborar una pequeña guía con consejos dirigidos a profesionales de juventud que trabajan haciendo uso de las redes sociales.

A continuación, adjuntamos el resultado.

Barcelona, 25 de septiembre de 2012

Pedro Martín Cumplido  
Jefe de la Oficina de Juventud  
Consell Comarcal del Barcelonès

## **Resultado del I Encuentro de Informadores Juveniles**

**1. Identificación del joven con el servicio: Actuaciones que pueden llevarse a cabo para alcanzar esta meta.**

| Actuaciones   | ASPECTOS POSITIVOS<br>VENTAJAS  | ASPECTOS NEGATIVOS<br>INCONVENIENTES  |
|---|---|---|
| <p>Poner cara al informador, que se identifique el servicio con el personal que trabaja en él.</p> <p>Presentación directa por parte del informador</p> | <p>En las redes sociales solemos mantener relación y buscar perfiles de personas y no tanto de servicios, los jóvenes buscan referentes.</p>  | <p>Menos privacidad para el informador o la informadora, dado que también pueden buscar su perfil personal.</p>   |
| <p>Acudir allí donde se encuentran los jóvenes presencialmente.</p>   | <p>A través de la dinamización presencial conseguiremos, más tarde, la adhesión de los jóvenes a nuestros perfiles, incrementando así el número de seguidores.</p>  |   |
| <p>Realizar actividades, hacer fotografías con los jóvenes y después compartirlas con ellos.</p> <p>Trabajar aspectos localistas que se</p>             | <p>A través del boca a boca los jóvenes se enteran de que hay fotos colgadas de X actividad en la que han participado y acuden a verlas. De esta forma nos conocen y se hacen seguidores del servicio.</p> <p>Ir sumando jóvenes a nuestros</p> | <p>Debemos tener cuidado y en cuenta la legislación vigente referente a los derechos de imagen y avisar o pedir permisos antes de publicar cualquier material que pueda vulnerar los derechos de imagen de los jóvenes.</p> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>identifiquen con los jóvenes: información de fiestas mayores, de actividades en los IES, conciertos... No siempre atender a las actividades institucionales, también a las relacionadas con el ocio de nuestro target.</p> | <p>perfiles gracias a que se ven reflejados a través de la información relacionada a las actividades en las que ellos suelen participar.</p> |  |
| <p>Aproximar a los jóvenes de los institutos a los PIJ's a través de visitas guiadas y allí informarles de los perfiles de redes sociales que pueden aprovechar.</p>  | <p>Repercusión en la red. Unimos la realidad presencial a la realidad virtual.</p>   |  |
| <p>Abrir la aplicación de chat de nuestros perfiles del servicio.</p>   | <p>Conseguimos una relación más directa.</p>   | <p>Hay que dedicar más tiempo a esta tarea, más recursos.</p>                                |
| <p>Firmar con el nombre del informador algunos de los contenidos que se cuelgan.</p>  |  |  |
| <p>Disponer de una marca propia identificativa</p>  |  | <p>Para evitar el rechazo que puede ocasionar el que nos relacionen con una institución.</p> |

|   |  |  |
|---|--|--|
| <p>Organizar una sesión informativa presencial o aprovechar los canales de comunicación directa para reforzar la relación que mantenemos de forma online.</p> | <p>Es una buena forma de recordarles a los jóvenes que también disponen de otros canales para comunicarse con nosotros y de promocionar el trabajo que realizamos a través de las redes sociales.</p> <p>Si les hemos ofrecido una buena ayuda presencial o un asesoramiento que les ha sido útil, es más fácil que quieran tenernos más a mano, a través de las redes sociales. Es una forma de incrementar el número de seguidores más fácilmente.</p> | <p>Por mucha énfasi que pongamos a la hora de informar a un joven sobre nuestros perfiles en redes sociales, no siempre éstos recordarán, al llegar a casa, que quieren seguirnos. Desconectan muy fácilmente. Es necesario que les demos todas las facilidades posibles.</p> <p>Muchos jóvenes realizan un uso exclusivamente ocioso de las redes sociales, por no siempre utilizan sus perfiles para informarse sobre otras materias o aspectos que consideran más serios.</p> |
| <p>Catalogar los diferentes tipos de usuarios a los que nos dirigimos normalmente. Una buena forma es, por ejemplo, a través de las listas de Twitter.</p>    | <p>Esto nos permite adaptar mejor nuestro contenido a los diferentes tipos de targets con los que trabajamos.</p> <p>Recordar, en función de la categoría dentro de la cual los hemos clasificado, aquello en lo que los podemos ayudar y ofrecer</p>  | <p>No siempre es fácil poder catalogar a los usuarios: falta de tiempo, de recursos, de información, etc.</p> <p>No siempre disponemos de recursos para adaptarnos a los diversos intereses de todo el colectivo.</p>  |

|  |  |  |
|--|--|--|
|  | información.   |  |
| Definir bien el tipo de servicio que ofreces y la ayuda que puedes prestar.                | Conseguiremos que los jóvenes puedan determinar si han de mantener una comunicación con nosotros y que descubran si se identifican con el servicio y éste les puede ser útil atendiendo a sus necesidades. |  |
| Crear red y mantener el contacto con otros agentes sociales relacionados con el colectivo. | Esto nos permite tener acceso a los jóvenes con los que otros agentes están trabajando: ampliamos nuestro público  |  |



## 2. Participación del joven/interacción: Cómo conseguimos que el joven participe y se diriga a nosotros haciendo uso de las redes sociales.

| Actuaciones  | ASPECTOS POSITIVOS<br>VENTAJAS   | ASPECTOS NEGATIVOS<br>INCONVENIENTES  |
|--|--|---|
| Aprender a comunicar lo que hacemos.   | Explicar lo que hacemos correctamente.   | Conocer nuestras limitaciones y no crear falsas expectativas.   |
| Ayudar a potenciar la autonomía de los jóvenes en la búsqueda de información.  | Generar ciudadanos más autónomos.  | No crear dependencia.   |
| Aclarar cuáles son los horarios de atención presencial y atención en línea.  | Para poder atender a los usuarios correctamente y no generar falsas expectativas.  |   |
| Debemos adaptarnos a los intereses reales de los jóvenes para así cumplir sus necesidades reales. Por ello, es necesario que los escuchemos y adaptemos nuestras actuaciones a sus demandas. | Conseguiremos un interés real e incrementaremos las posibilidades de que los jóvenes participen en actividades programadas, interactuando con nosotros a través de un canal del que hacen uso normalmente. | Es difícil llegar a todos los jóvenes, sobretodo en según qué territorios.<br><br>Es difícil adaptarse a las diferentes realidades y necesidades de todos aquellos jóvenes a los que nos dirigimos. |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | Muchas veces no podemos plantear nuestro plan de trabajo atendiendo exclusivamente a aquello que interesa a los jóvenes y les llama la atención.                                |
| Debemos atender y anotar también los intereses de entidades juvenils, casales y diversas asociaciones formadas por jóvenes.  | Mantener una relación estrecha y continuada con este tipo de colectivos nos ayudará a la hora de recopilar información relativa a los intereses y las necesidades de los jóvenes. Conseguiremos su implicación y disfrutaremos de la atención de otros jóvenes que mantienen vínculos con ellos.                       | Los intereses de las entidades juvenils no siempre casan con el amplio abanico de necesidades de la juventud (solo en algunos aspectos).  |
| <p>Sería interesante poder contar con la implicación en proyectos de los propios jóvenes. De hecho, si el colectivo plantea sus propios proyectos, deberíamos intentar dar apoyo a su causa. De esta forma llamaremos su atención.</p> <p>Debemos consultarles continuamente, haciendo servir este canal de comunicación, que nos permite romper barreras de</p> | <p>Si el proyecto interesa al colectivo juvenil, rápidamente veremos como los propios jóvenes se animan a jugar un papel clave y activo en el desarrollo del propio proyecto.</p> <p>Se va estableciendo una relación más cercana y se incrementa el feedback, lo que nos permite acceder también a otros jóvenes.</p> | Los proyectos que acostumbran a llamar la atención de los jóvenes y despertar su interés no siempre están relacionados con los objetivos a lograr de las políticas de juventud. |

|  |  |  |
|--|--|--|
| <p>todo tipo: geográfica, horaria, etc.</p>  |  |  |
| <p>Crear un contenido más interesante mediante la combinación de información relacionada con el ocio y la información relacionada con la formación, la ocupación, ertc. O bien presentar este tipos de información de una forma más atractiva.</p>   | <p>Lograremos que los jóvenes realmente estén atentos y se interesen por aquello que estamos diciendo. Si presentamos el contenido de forma que ellos se sientan incluidos, también incrementaremos la interacción entre las dos partes.</p>                             | <p>Los jóvenes acostumbran a entrar en Facebook y hacer uso de esta red social para distraerse. No siempre es fácil llamar la atención con información relacionada con temas que, a priori, no les interesa nada.</p>  |
| <p>Hacer un mayor uso de preguntas directas que llamen la atención y fomenten una actitud más activa por parte de los jóvenes. Más que encuestas kilométricas que no interesan a nadie, deberíamos apostar por establecer una comunicación acon ellos más cercana y que muestre que realmente nos interesamos por sus necesidades.</p> | <p>Es una forma de fomentar su participación de forma más activa</p> <p>También podemos conocer sus necesidades de forma más directa y, en función de ello, adaptar nuetras actuaciones a ellas.</p> <p>Somos más efectivos y podemos aprovechar mejor los recursos.</p> | <p>No es un indicador totalment fiable, ya que solamente nos adaptaremos a las necesidades de aquellos jóvenes que hayan decidido contestar a nuestros requerimientos, preguntas, etc.</p> <p>Realizar preguntas y solicitar su participación no es sinónimo de una participación segura. Se trata de un colectivo muy</p> |

|   |  |   |
|---|--|---|
|   |  | polarizado: unos se implican mucho, pero otros no se implican en nada casi nunca y muestran una actitud pasiva. |
| Demostrar que realmente escuchamos sus necesidades y encaminamos nuestro trabajo en darles una respuesta. Convertir en proyectos sus propuestas. Felicitar el trabajo realizado si los propios jóvenes han contribuido. | Conseguiremos ganarnos parte de su confianza. Cuando quieran poner un proyecto en marcha, pedir asesoramiento o solicitar información se dirigirán a nosotros. | No siempre es bueno ir presumiendo de que hemos hecho esto o puesto en marcha aquello.                          |

### 3. Fidelización: Cómo conseguimos lograr una reputación online y establecernos como una de las principales fuentes de consulta e información?

| Actuaciones   | ASPECTOS POSITIVOS<br>VENTAJAS   | ASPECTOS NEGATIVOS<br>INCONVENIENTES  |
|---|--|---|
| <p>Debemos mostrar una actitud agradable y positiva (Ejemplos: Felicitar cumpleaños, mostrar interés por las inquietudes de los usuarios y saber dar respuesta a sus necesidades).</p> <p>No decir nunca no. Dar respuesta a sus preguntas y darles soluciones.</p> | <p>Conseguiremos ser más cercanos e incrementaremos la comunicación bidireccional con los usuarios.</p> <p>Mejora nuestra reputación online.</p> <p>Si los hemos ayudado, volverán a acudir a nosotros cuando necesiten ayuda o asesoramiento relacionado con determinadas materias.</p> | <p>No debemos sobrepasar según qué barreras, no somos sus amigos ni formamos parte de su círculo cercano</p> <p>No queremos vulnerar su intimidad</p> <p>Debemos tener presente que somos un servicio detrás del cual encontramos profesionales</p> |
| <p>Ofrecer contenidos de calidad y de utilidad</p> <p>Oferir continguts de qualitat i d'utilitat</p>  | <p>Conseguiremos dar respuesta de forma efectiva a las necesidades del target con el que trabajamos</p> <p>Si ofrecemos a los usuarios recursos que les sean útiles, volverán a acudir a nosotros en futuras ocasiones.</p>  | <p>No siempre disponemos de los recursos y del tiempo necesario para ofrecer contenidos de la calidad que nos gustaría</p> <p>Lo que a nosotros nos parece útil, de interés y de calidad no siempre les resultará</p>                               |

|  |  |   |
|--|--|---|
|  |  | interesante a los jóvenes con los que trabajamos.   |
| Establecer una línea editorial, una filosofía y una política de actuación                          | De esta forma tendremos más claros cuáles son nuestros objetivos y de qué forma trabajamos y elaboramos proyectos y/o actuaciones par lograrlos  | La falta de comunicación o formación entre los diversos agentes que forman parte del equipo de trabajo puede causar una desavenencia respecto a nuestra política de actuación.  |
| Reunir toda la información posible que pueda resultar de utilidad al público con el que trabajamos | Nos permite conocer y acceder a un amplio abanico de posibilidades, herramientas y recursos. Disponiendo de un mapa tan amplio, podemos seleccionar de forma más fácil aquello que realmente interesa y les es útil a los jóvenes. | No es necesario que nos establezcamos como principal fuente de consulta e información. Nuestro objetivo es darnos a conocer por nuestro trabajo y por la utilidad y efectividad que aportamos al colectivo.<br><br>Debemos informar y ayudar, no buscar un número de seguidores por el simple hecho de tenerlo. |

|   |  |  |
|---|--|--|
| Trabajar día a día, trabajo de hormiguita para conseguir la fidelización y reforzar el boca oreja |  |  |
| Conseguir prescriptores.<br>Corresponsales-cibernauticos que compartan nuestros contenidos.       | Conseguiremos que los prescriptores difundan la información. |  |

**4. Mecanismos de seguimiento del impacto de la información / Contenidos: Cómo conseguir que un contenido poco atractivo a priori para los jóvenes acabe interesándoles? Enumera unas cuantas actuaciones que puedan desarrollarse para conseguir tal objetivo.**

Hacer uso de recursos visuales y adaptar los contenidos que ofrecemos al tipo de contenidos que acostumbran a consumir los jóvenes.

Presentar la información de la forma más clara posible y, a poder ser, también concisa. Los jóvenes acostumbran a hacer uso de las redes sociales para distraerse y no queremos soltarles "la parrafada" o otro tipo de lecciones, ya que de esta forma no nos harían caso.

Utilizar herramientas relacionadas con el marketing y saber destacar aquello que puede despertar su interés de forma más fácil (Ejemplo: Un concurso, comenzar hablando del premio para llamar la atención).

Proponer que los jóvenes elaboren parte del contenido o participen en los proyectos para hacerles sentirse más integrados y reforzar los lazos que nos unen a ellos.

Relativizar los "Me gusta".

Tener en cuenta que todos los contenidos no siempre son atractivos para todo el mundo.

No abusar de los emoticonos ni de las abreviaturas.

Puede resultar de ayuda que el informador firme con su nombre la información que ha difundido. Debemos tener en cuenta que en las redes sociales los jóvenes se sienten más cómodos tratando con personas y no con servicios.

Buscar un equilibrio entre aquello formal y no formal.



**5. Enumera 3 consejos prácticos que darías a otros informadores juvenils que trabajan haciendo uso de las redes sociales:**

|   |
|---|
| Encontrar espacios para resolver dudas comunes con otros profesionales.   |
| Realizar una planificación de los contenidos  |
| No desmotivarse.  |
| No dejar mensajes pendientes de responder.  |
| Experimentar y equivocarse, es muy importante que vean que innovamos.   |
| Aprender a detectar los errores y aceptarlos para ponerles remedio.   |
| Copiar lo que otros hacen.  |
| Ser constantes y coherentes.  |
| Potenciar sentimientos de permanencia y ser localista.  |
| Más vale hacer poco y hacerlo bien, que hacer mucho y de forma regular.   |
| Tener cuidado de las bases de datos si se utilizan para hacer mailings.   |
| Hacer uso de herramientas de gestión de redes sociales para aprovechar el tiempo, los recursos, planificar mejor nuestras tareas y conseguir incrementar la eficacia. |

Antes de contar con presencia en las redes sociales, plantear y dejar claros la finalidad y los objetivos de estar ahí. En función de los propósitos a seguir, establecer un plan de comunicación 2.0, un posicionamiento.

Hacer uso de un lenguaje que se adapte a nuestro target y al colectivo con el que trabajamos. Sin olvidar que ofrecemos un servicio y que detrás de éste se encuentran profesionales; debemos alcanzar una combinación que no sea demasiado coloquial ni excesivamente formal o burocrática.

Medir la cantidad de actualizaciones y nuestra participación en las redes sociales con el objetivos de no saturar al público al que nos dirigimos. Ofrecer contenido que realmente sea importante, saber priorizar y ser lo más útiles posible.

Utilizar herramientas relacionada con el marketing para ofrecer un contenido atractivo, que llame la atención y que fomente la actitud participativa entre nuestros usuarios.

Fomentar el feedback y atender tanto a las críticas positivas como a las negativas. Si los usuarios muestran su descontento con alguna de nuestros actuaciones, no es bueno que las ignoremos. Debemos responder a las inquietudes del público y trabajar en nuevas líneas de trabajo que realmente les sean de ayuda y utilidad.

Frenar a los usuarios que generen actuaciones y actitudes negativas en contra de nuestro servicio o en contra del resto de usuarios (Trolls). Hacer uso de las herramientas que ofrecen las redes sociales para censurar este tipo de comportamientos que no llevan a ningún sitio (Ejemplo: Facebook permite censurar palabrotas).

Prestar mucha atención a los aspectos relacionados con el derecho de imágenes y ceñirnos totalmente a la legislación vigente.

Crear una red de contactos con todos los agentes implicados en nuestro ámbito y compartir recursos y contenidos que les sean de utilidad a los jóvenes con los que trabajamos.

## Resultado del cuestionario Online

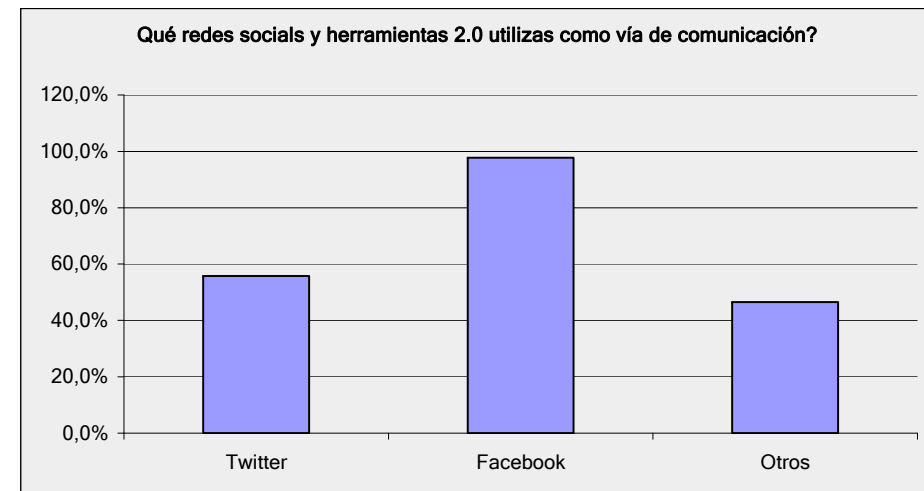
## PREGUNTA 1

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Qué redes sociales y herramientas 2.0 utilizas como vía de comunicación?

| Answer Options           | Response Percent | Response Count |
|--------------------------|------------------|----------------|
| Twitter                  | 55,8%            | 24             |
| Facebook                 | 97,7%            | 42             |
| Otros                    | 46,5%            | 20             |
| Cuales?                  |                  | 19             |
| <i>answered question</i> |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>  |                  | <b>0</b>       |

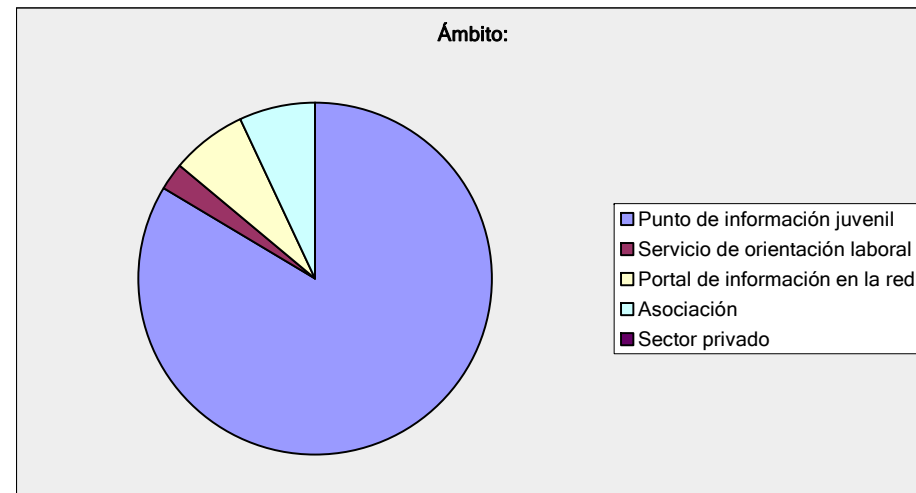
| Number | Response Date         | Cuales?  | Categories |
|--------|-----------------------|--|------------|
| 1      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Google +, foursquare, issuu                          |            |
| 2      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Correo electrónico                                   |            |
| 3      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Boletín  |            |
| 4      | sep 21, 2012 10:40 AM | Newsletter   |            |
| 5      | sep 18, 2012 10:52 AM | Bloc   |            |
| 6      | sep 13, 2012 2:29 PM  | Blog   |            |
| 7      | sep 13, 2012 8:07 AM  | Correo   |            |
| 8      | sep 12, 2012 5:12 PM  | La web del equipamiento juvenil                      |            |
| 9      | sep 12, 2012 3:58 PM  | Mailing, boletín                                     |            |
| 10     | sep 12, 2012 10:47 AM | Hootsuite,   |            |
| 11     | sep 12, 2012 10:00 AM | E-mail   |            |
| 12     | sep 12, 2012 9:06 AM  | Instagram  |            |
| 13     | sep 12, 2012 8:37 AM  | Issuu, Dropbox, Netvibes, Blogger...                 |            |
| 14     | sep 10, 2012 3:00 PM  | Web del Departamento de Juventud                     |            |
| 15     | sep 10, 2012 2:25 PM  | Google+, Foursquare, issuu, flickr                   |            |
| 16     | sep 10, 2012 10:25 AM | E-mail y web   |            |
| 17     | sep 7, 2012 5:29 PM   | Blogger  |            |
| 18     | sep 7, 2012 2:48 PM   | youtube, outlook, google docs                        |            |
| 19     | sep 7, 2012 10:51 AM  | youtube, mspace, blogger, google+, flykr, picassa... |            |



## PREGUNTA 2

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

| Àmbito:                         |                  |                |
|---------------------------------|------------------|----------------|
| Answer Options                  | Response Percent | Response Count |
| Punto de información juvenil    | 83,7%            | 36             |
| Servicio de orientación laboral | 2,3%             | 1              |
| Portal de información en la red | 7,0%             | 3              |
| Asociación                      | 7,0%             | 3              |
| Sector privado                  | 0,0%             | 0              |
| <i>answered question</i>        |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>         |                  | <b>0</b>       |

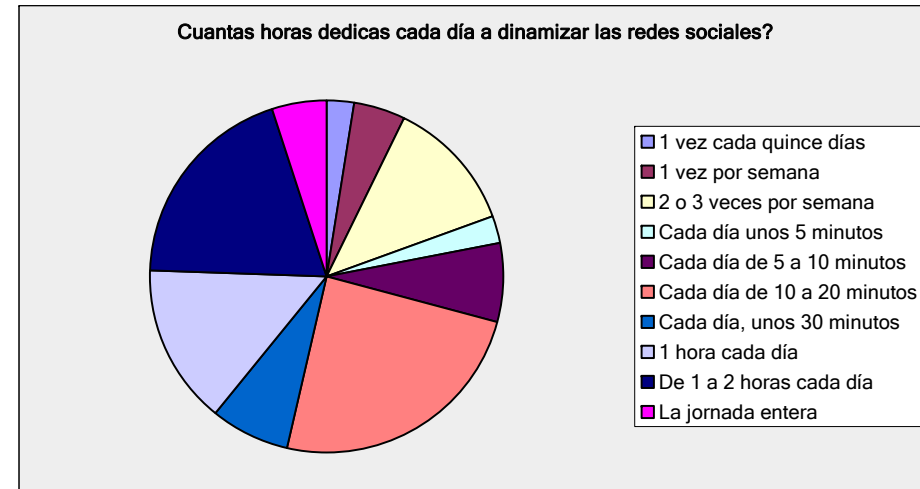


## PREGUNTA 3

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Cuántas horas dedicas cada día a dinamizar las redes sociales?

| Answer Options              | Response Percent | Response Count |
|-----------------------------|------------------|----------------|
| 1 vez cada quince días      | 2,3%             | 1              |
| 1 vez por semana            | 4,7%             | 2              |
| 2 o 3 veces por semana      | 11,6%            | 5              |
| Cada día unos 5 minutos     | 2,3%             | 1              |
| Cada día de 5 a 10 minutos  | 7,0%             | 3              |
| Cada día de 10 a 20 minutos | 23,3%            | 10             |
| Cada día, unos 30 minutos   | 7,0%             | 3              |
| 1 hora cada día             | 14,0%            | 6              |
| De 1 a 2 horas cada día     | 18,6%            | 8              |
| La jornada entera           | 4,7%             | 2              |
| <b>answered question</b>    |                  | <b>43</b>      |
| <b>skipped question</b>     |                  | <b>0</b>       |

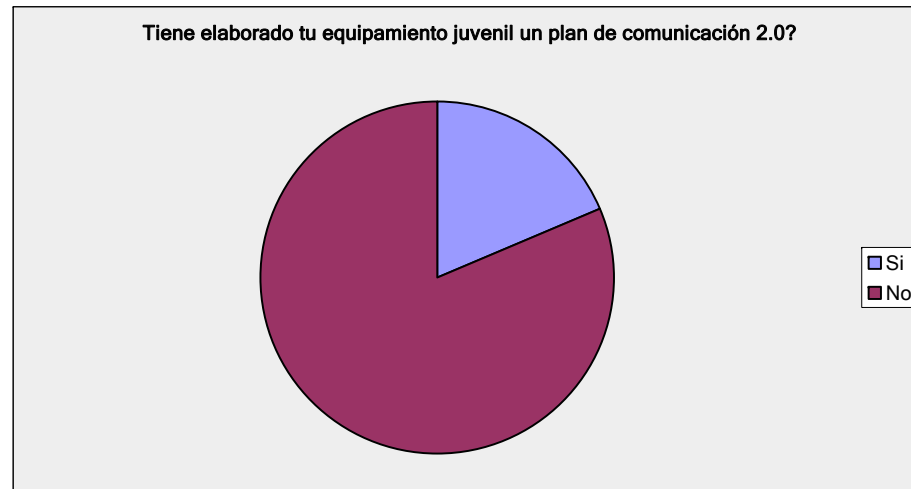


## PREGUNTA 4

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Tiene elaborado tu equipamiento juvenil un plan de comunicación 2.0?

| Answer Options           | Response Percent | Response Count |
|--------------------------|------------------|----------------|
| Si                       | 18,6%            | 8              |
| No                       | 81,4%            | 35             |
| <i>answered question</i> |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>  |                  | <b>0</b>       |



## PREGUNTA 5

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

| Consideras que es importante tenerlo? |                  |                |
|---------------------------------------|------------------|----------------|
| Answer Options                        | Response Percent | Response Count |
| Si                                    | 93,0%            | 40             |
| No                                    | 7,0%             | 3              |
| Porqué?                               |                  | 33             |
| <i>answered question</i>              |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>               |                  | <b>0</b>       |







| Number | Response Date         | Porqué?  |
|--------|-----------------------|--|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Para seguir todos un mismo modelo  |
| 2      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Como todo, estaría bien tener una ruta prevista para ver después que se ha hecho, lo que no y porque.  |
| 3      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Es necesario.  |
| 4      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Considero que hoy día los jóvenes viven inmersos en el entorno 2.0 y por lo tanto se ha convertido en una vía de comunicación necesaria para llegar a nuestro público diana. Se tienen que establecer protocolos correctos para utilizar de forma eficaz todas las herramientas.   |
| 5      | sep 21, 2012 10:53 AM |  |
| 6      | sep 19, 2012 8:56 AM  | Para marca los objetivos y ordenar la información que se da a los jóvenes en la red  |
| 7      | sep 14, 2012 4:29 PM  | No conozco todos los temas hay en los planes de comunicación, pero creo que hace falta tener presente unas directrices informativas.   |
| 8      | sep 13, 2012 3:36 PM  | No lo sé.  |
| 9      | sep 13, 2012 2:29 PM  | Para unificar los criterios, el estilo y el contenido de la información y comunicación.  |
| 10     | sep 13, 2012 11:31 AM | Para concretar el tipo de información que se cuelga, cómo, perfil de los jóvenes agregados, aceptación o no de los eventos... ordenar el perfil, de qué actividad crear eventos, cómo no saturar a los jóvenes (si se crean demasiados eventos, al final no los miran).  |
| 11     | sep 13, 2012 8:59 AM  | Es una herramienta muy potente para llegar a los jóvenes.  |
| 12     | sep 13, 2012 8:28 AM  | Porqué así tienes unos objetivos a alcanzar y no se va improvisando.<br>Porque es necesario marcar una ruta, un protocolo de comunicación, así como un reparto de tareas. Dentro del Plan de Comunicación, es también muy importante tener un libro de estilo, ya sea el propio de la administración o crear uno a partir de las líneas de diseño que ampara a la entidad. |
| 13     | sep 13, 2012 8:27 AM  |  |
| 14     | sep 13, 2012 6:33 AM  | Porqué permite tener estrategias bien definidas para poder llegar a más usuarios, basándose en las demandas de estos en la red.  |
| 15     | sep 12, 2012 5:15 PM  | Pa es una manera de darse a conocer y muchas veces los usuarios lo pueden utilizar como herramienta y estar informados.  |
| 16     | sep 12, 2012 5:12 PM  | Para organizarte y qué herramientas utilizarás pra cada ocasión.   |
| 17     | sep 12, 2012 4:23 PM  | Para llegar a más gente.   |
| 18     | sep 12, 2012 3:58 PM  | Porqué es una buena manera de focalizar los esfuerzos y tener las tareas bien repartidas. Sino se corre el riesgo de perderte por la red.  |
| 19     | sep 12, 2012 11:01 AM | Para hacer llegar a los jóvenes aquella información que necesitan o es de su interés.<br>Para visualizar el funcionamiento, organizar las tareas/horarios y cohesionar el mensaje.   |
| 20     | sep 12, 2012 10:47 AM | Optimizar las tareas.  |



|    |                       |   |
|----|-----------------------|---|
| 21 | sep 12, 2012 10:32 AM | Para dar una imagen conjunta, para ahorrar tiempo y explotar las sinergias que se pueden crear entre los diferentes servicios y proyectos del equipamiento. Para poder acercarnos a los jóvenes de una manera efectiva y sin ser "pesados". |
| 22 | sep 12, 2012 10:00 AM | Porque la mayoría de nuestros usuarios, consulta, recibe y se informa a través de este tipo de comunicación.  |
| 23 | sep 12, 2012 9:06 AM  | Es la manera de que las personas que gestionan las redes sociales, puedas transmitir con facilidad lo que se les pide, además de hacerlo siempre con la misma coherencia.   |
| 24 | sep 12, 2012 8:37 AM  | Es imprescindible, no se puede iniciar una comunicación 2.0 sin marcarse unos objetivos, y esto se refleja en el plan.  |
| 25 | sep 10, 2012 3:00 PM  | Para establecer una mayor y mejor comunicación con nuestro público diana. Para marcar las líneas estratégicas para llegar a más personas jóvenes.   |
| 26 | sep 10, 2012 2:25 PM  | Como todo, está bien tener una ruta, para saber donde ir, cómo, y lo mas importante, poder evaluar después si hemos hecho las cosas bien o no.  |
| 27 | sep 7, 2012 5:29 PM   | Para poder orientar mejor nuestras futuras actuaciones.   |
| 28 | sep 7, 2012 3:23 PM   | Para organizar y optimizar la dedicación y que cualquier persona pueda realizar las tareas con más facilidad.   |
| 29 | sep 7, 2012 2:48 PM   | Para conocer y plasmar la importancia de estas herramientas a la hora de planificar estrategias comunicativas y/o participativas con los jóvenes.   |
| 30 | sep 7, 2012 12:58 PM  | Pero no estoy del todo segura. Supongo que no es muy importante, pero en poco tiempo lo será. También dependerá de cada lloc y de los usuarios.   |
| 31 | sep 7, 2012 10:51 AM  | A menudo la comunicación la hace el técnico responsable y no hay nunca unas bases establecidas que rigan y limiten el uso.  |
| 32 | sep 7, 2012 10:34 AM  | Porque la gran mayoría de los jóvenes funcionana por las redes socials, a no ser que vengan cada día al PIJ y se informen de los talleres que hacemos, etc...   |
| 33 | sep 7, 2012 10:15 AM  | Porque es el medio donde mayoritariamente se mueven nuestros usuarios.  |

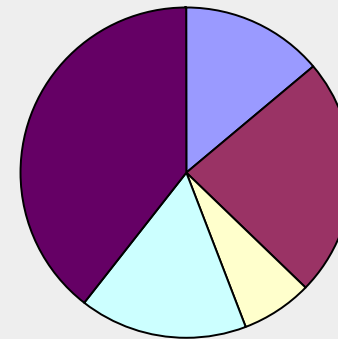
## PREGUNTA 6

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Evaluáis periódicamente las tareas que realizáis a través de las redes sociales? Qué tipo de evaluación realizáis?

| Answer Options               | Response Percent | Response Count |
|------------------------------|------------------|----------------|
| Evaluación continua          | 14,0%            | 6              |
| Evaluación semanal o mensual | 23,3%            | 10             |
| Evaluación semestral         | 7,0%             | 3              |
| Evaluación anual             | 16,3%            | 7              |
| Nunca hacemos evaluación     | 39,5%            | 17             |
| <i>answered question</i>     |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>      |                  | <b>0</b>       |

Evaluáis periódicamente las tareas que realizáis a través de las redes sociales? Qué tipo de evaluación realizáis?



- Evaluación continua
- Evaluación semanal o mensual
- Evaluación semestral
- Evaluación anual
- Nunca hacemos evaluación

## PREGUNTA 7

### Qüestionari: informació juvenil, xarxes socials i joves

#### Com feu avaluació?

| Number | Response Date         | Response Text  |
|--------|-----------------------|--|
| 1      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Peró vamos revisando las estadísticas de las aplicaciones para ver cuánta gente nos sigue.   |
| 2      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Vamos hablando en las charlas informals y otras veces en reuniones.  |
| 3      | sep 21, 2012 3:44 PM  | A través de indicadores.   |
| 4      | sep 21, 2012 11:03 AM | Reunión donde se recogen las valoraciones realizadas por los usuarios y datos de usos.   |
| 5      | sep 21, 2012 10:53 AM | Con las estadísticas que nos indica la interacción de los usuarios.<br>Indicadores cuantitativos: tenemos un registro de publicaciones en el Facebook i google analytics para los blocs. Hacemos reunión de evaluación y un informe de aciertos, errores y puntos a mejorar. |
| 6      | sep 19, 2012 8:56 AM  | puntos a mejorar.  |
| 7      | sep 18, 2012 10:52 AM | A través del informe de evaluación de la página de Facebook, estadísticas del bloc, etc.<br>Valoramos el número de usuarios, la información que no da (casi casi diaria), las consultas que se realizan a través de las redes sociales...                                    |
| 8      | sep 14, 2012 4:29 PM  | Directamente haciendo la revisión de lo que se ha publicado por los diferentes medios y como se ha hecho. También hay una revisión municipal ya que trabajamos para la administración y ésta es la responsable final de la comunicación.                                     |
| 9      | sep 13, 2012 2:29 PM  | ésta es la responsable final de la comunicación.<br>Hacemos estadísticas mensuales de los usos que hacemos y de los usos que hay en los usuarios.  |
| 10     | sep 13, 2012 8:59 AM  | Revisamos los "stats" del bloc/web, y redes sociales y valoramos aquellos aspectos que hace falta mejorar. También realizamos la evaluación mediante indicadores (cuantitativos y cualitativos)  |
| 11     | sep 13, 2012 8:28 AM  | Reunión de equipo<br>Revisamos los "stats" del bloc/web, y redes sociales y valoramos aquellos aspectos que hace falta mejorar. También realizamos la evaluación mediante indicadores (cuantitativos y cualitativos)   |
| 12     | sep 13, 2012 8:27 AM  | Reunión entre los diferentes responsables de dinamizar las redes.  |
| 13     | sep 13, 2012 6:33 AM  | No lo hacemos.   |
| 14     | sep 12, 2012 5:15 PM  | A través de la recogida de datos que se pueden obtener con el google analytics facebook, la web, etc.  |
| 15     | sep 12, 2012 5:12 PM  | A través del Analytics y el seguimiento de interacciones.<br>Comparativa de datos con períodos anteriores, sobre el número de mensajes, respuestas y otro tipo de interacción con los usuarios. Con previsión: encuestas.  |
| 16     | sep 12, 2012 3:58 PM  | DAFO de todo el equipo, servicios y proyectos que se están desarrollando.  |
| 17     | sep 12, 2012 10:47 AM | Reuniones.   |
| 18     | sep 12, 2012 10:32 AM | Número de conexiones, seguimiento y repuesta de las propuestas.  |
| 19     | sep 12, 2012 10:22 AM | Valoramos la incidencia que se ha tenido con respuestas y/o retwits.   |
| 20     | sep 12, 2012 10:00 AM | Analizamos la respuesta que hemos tenido los jóvenes en los medios donde hemos hecho difusión. Siempre preguntamos como nos han conocido, poniendo especial énfasis en si nos han conocido a través de las redes sociales.   |
| 21     | sep 12, 2012 9:06 AM  | Miramos estadísticas de las diversas aplicaciones para ver el resultado.   |
| 22     | sep 12, 2012 8:37 AM  | Reunión de coordinación con los técnicos y informadores.   |
| 23     | sep 10, 2012 2:25 PM  | Número de usuarios.  |
| 24     | sep 10, 2012 10:25 AM | Reunión del equipo educativo.  |
| 25     | sep 7, 2012 5:29 PM   | Cuantitativamente.   |
| 26     | sep 7, 2012 3:23 PM   |  |
| 27     | sep 7, 2012 2:48 PM   |  |
| 28     | sep 7, 2012 12:58 PM  | Se cuentan las consultas que se realizan y que ya está en el programa de consultas del SIJ.  |

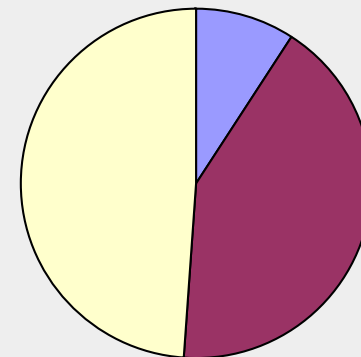
## PREGUNTA 8

Cuestionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Consultáis a los jóvenes y/o a vuestros usuarios su grado de satisfacción con tu tarea?

| Answer Options                                       | Response Percent | Response Count |
|--|------------------|----------------|
| Sí, a través de cuestionarios, ya que queremos tener | 9,3%             | 4              |
| No, solo hacemos difusión de la información          | 41,9%            | 18             |
| Algunas veces  | 48,8%            | 21             |
| <i>answered question</i>                             |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>                              |                  | <b>0</b>       |

Consultáis a los jóvenes y/o a vuestros usuarios su grado de satisfacción en relación a tu tarea?



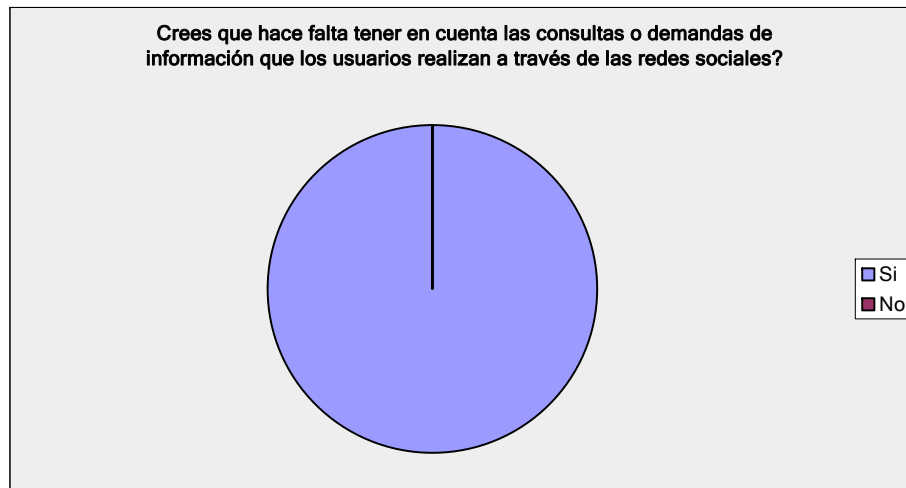
- Sí, a través de cuestionarios, ya que queremos tener muy presente la opinión de los usuarios
- No, solo hacemos difusión de la información
- Algunas veces

## PREGUNTA 9

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Crees que hace falta tener en cuenta las consultas o demandas de información que los usuarios realizan a través de las redes sociales?

| Answer Options           | Response Percent | Response Count |
|--------------------------|------------------|----------------|
| Si                       | 100,0%           | 43             |
| No                       | 0,0%             | 0              |
| <i>answered question</i> |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>  |                  | <b>0</b>       |



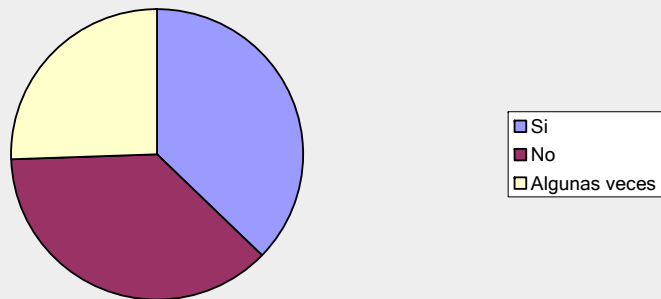
## PREGUNTA 10

Questionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

Utilizas herramientas que ofrecen las redes sociales, como por ejemplo el chat? Utilizas este canal de comunicación para atender las consultas de los usuarios, así como haces

| Answer Options           | Response Percent | Response Count |
|--------------------------|------------------|----------------|
| Si                       | 37,2%            | 16             |
| No                       | 37,2%            | 16             |
| Algunas veces            | 25,6%            | 11             |
| <i>answered question</i> |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>  |                  | <b>0</b>       |

Utilizas herramientas que ofrecen las redes sociales, como por ejemplo el chat? Utilizas este canal de comunicación para atender las consultas de los usuarios, así como haces con el e-mail?



## PREGUNTA 11

Como crees que se puede llegar a más usuarios utilizando herramientas 2.0? qué estrategias sigues?

| Number | Response Date         | Response Text   |
|--------|-----------------------|---|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Sí que creo que se llega a más gente, pero a veces no se sabe como dirigirse a todas aquellas personas que no tienen como amigos o que no te siguen en la página.   |
| 2      | sep 25, 2012 1:37 PM  |   |
| 3      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Utilizando más el contacto vía chat de las redes sociales.  |
| 4      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Explicando a la gente que utiliza este canal especialmente como hobbies, de que pueden utilizarlos también para otros usos: informarse de temas concretos, buscar trabajo...  |
| 5      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Mirar cuáles son los canales de comunicación más utilizados entre los jóvenes.  |
| 6      | sep 21, 2012 11:03 AM | El número es importante, pero prefiero la fidelización.   |
| 7      | sep 21, 2012 10:53 AM | De momento no utilizaremos ninguna estrategia especial. Solo intentamos estar al día.<br><br>Para poder realizar una dinamización adecuada de las redes sociales, es necesario disponer de una persona encargada específicamente de esta tarea y que pueda dedicarse un tiempo amplio diariamente.  |
| 8      | sep 21, 2012 10:40 AM |   |
| 9      | sep 19, 2012 8:56 AM  | Creando grupos de jóvenes por municipios.   |
| 10     | sep 18, 2012 10:52 AM | Estrategia global, en bloc, Facebook y Twitter.   |
| 11     | sep 14, 2012 4:29 PM  | Poniendo información de interés juvenil, ofreciendo la información en un formato atractivo.   |
| 12     | sep 13, 2012 3:36 PM  | Colgando diariamente información de interés para el joven.  |
| 13     | sep 13, 2012 2:29 PM  | Generando contenido audiovisual de interés. Compartiendo contenidos publicados por los jóvenes o ya compartidos por estos.<br><br>Alternando con informaciones de interés o que llaman especialmente la atención a los jóvenes (actividades juveniles, de ocio...). Sin desbordar con las publicaciones. Si recibes demasiados eventos de un mismo perfil, al final no los leerás. Enviando los eventos a los jóvenes según la edad a quien van destinados reconozco que a través del facebook, aún no he encontrado cómo se puede hacer, de enviar un evento a los jóvenes según el año de nacimiento) |
| 14     | sep 13, 2012 11:31 AM |   |
| 15     | sep 13, 2012 8:59 AM  | Utilizan las redes sociales a menudo, pero no continuamente porque te tienes que hacer notar pero no hacerte pesado. Cada 2 o 3 días ponemos noticias, preguntas, eventos, etc....  |
| 16     | sep 13, 2012 8:28 AM  | Por el momento no seguimos ninguna estrategia a seguir.   |





|    |                       |   |
|----|-----------------------|---|
| 17 | sep 13, 2012 8:27 AM  | Creo que el objetivo no tiene que ser más seguidores o usuarios, sino fidelizarlos. Creo que tiene que priorizar la calidad de la información y su temática por encima de la cantidad. Si el contenido se mantiene y se actualiza con periodicidad, es muy probable que fidelices usuarios y que por lo tanto estos mismos hagan difusión de tu página (followers, retweets, compartir en facebook, etc..)  |
| 18 | sep 13, 2012 8:19 AM  | Dedicando más tiempo.   |
| 19 | sep 13, 2012 8:07 AM  | Motivación por temáticas concretas.   |
| 20 | sep 13, 2012 6:33 AM  | Difusión de informaciones de interés para ellos, tanto a nivel de orientación laboral y recursos, como también de aspectos de ocio y cultura de la zona. Atención individualizada con la mayor rapidez posible a consultas que realicen.  |
| 21 | sep 12, 2012 5:15 PM  | Si, en nuestro caso, buscamos aquella información, evento, que pasa en nuestro distrito, actos que hacen las entidades juveniles y hacemos difusión.  |
| 22 | sep 12, 2012 5:12 PM  | Que todos los canales estén actualizados y ofreciendo recursos no solo de nuestro equipamiento sino ofreciendo actividades, formación, temas de interés que puedan ser útiles.  |
| 25 | sep 12, 2012 4:23 PM  | Coordinarlo con los otros puntos y con el boca-orella.  |
| 26 | sep 12, 2012 3:58 PM  | Ayudando a los usuarios a conseguir sus objetivos, dando respuesta a sus demandas y haciéndoles partícipes de tus causas.   |
| 27 | sep 12, 2012 11:01 AM | Información en el facebook y creación de eventos a través del mismo medio.  |
| 28 | sep 12, 2012 10:47 AM | Utilizar nuevas herramientas (aplicaciones para mobil)  |
| 29 | sep 12, 2012 10:32 AM | La estrategia que tenemos es publicar noticias y información de interés en nuestra Web y facebook. Para hacer difusión de nuestras actividades intentamos buscar público potencial. Creo que se podría llegar a más usuarios contratando a parte de nuestro distrito irte o de la Red de Puntos de Información Juvenil una persona experta en comunicación que pueda dedicarse como mínimo el 70% de su jornada laboral a gestionar las redes sociales y otras herramientas 2.0 para sacarle más rendimiento. |
| 30 | sep 12, 2012 10:22 AM | El boca a boca, presencia semanal en el Instituto.  |
| 32 | sep 12, 2012 9:06 AM  | Difundir informaciones próximas y útiles para los usuarios, de manera que puedas crear fidelización. El boca-oreja es vital para llegar a los jóvenes. Si ofreces lo que ellos buscan, tendrás una buena respuesta. Si no miras más allá, no se conseguirá nada. La comunicación 2.0 se tiene que entender como omnidireccional, por lo tanto no puede funcionar una comunicación de emisor receptor.   |
| 33 | sep 12, 2012 8:37 AM  | Poner información que sea de su interés.  |
| 34 | sep 10, 2012 3:00 PM  | Conectando todos los medios: presencial, facebook, twitter, web y correo electrónico.   |
| 36 | sep 10, 2012 10:25 AM | Teniendo toda la información atractiva, útil, actualizada y de calidad.   |
| 37 | sep 7, 2012 5:29 PM   |   |



38

sep 7, 2012 3:23 PM

Se trata de tiempo y dedicación para poder establecer unos canales de comunicación en ambos sentidos, es cuestión de dar respuesta y crear un buen ambiente alrededor de la demanda de los usuarios.

39

sep 7, 2012 2:48 PM

Adaptando las estrategias comunicativas de nuestra juventud: p.ej. que nos hagan un video de nuestro equipamiento, servició, etc....

40

sep 7, 2012 12:58 PM

Haciéndolos partícipes.

41

sep 7, 2012 10:51 AM

A través de hipervínculos. Interesa no dar toda la información en un solo post para sobre informar o malestar y acostumbrar a los jóvenes a dirigirlos a lugares donde puedan encontrar la información (webs o otras redes sociales.)

42

sep 7, 2012 10:34 AM

Agregando gente conocida de la gente que ya tenemos.

43

sep 7, 2012 10:15 AM

la estrategia es que "(..)Mahoma va la montaña"

## PREGUNTA 12

### Cuestionario: información juvenil, redes sociales y jóvenes

#### Cómo estimulas la participación de los usuarios en vuestras redes sociales?

| Number | Response Date         | Response Text  |
|--------|-----------------------|--|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Más bien, es informativa. Alguna vez, llega alguna consulta por el Facebook.   |
| 3      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Poniendo fotos, haciendo concursos.  |
| 4      | sep 21, 2012 9:01 PM  | A través de las mismas redes sociales, y sobretodo hablandolo cuando nos vemos.  |
| 5      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Colgando información de interés juvenil, haciendo preguntas, compartiendo información...   |
| 6      | sep 21, 2012 11:03 AM | Con políticas de proximidad.   |
| 7      | sep 21, 2012 10:53 AM | A través de las actividades que realizamos.  |
| 8      | sep 21, 2012 10:40 AM | Intentamos compartir todas aquellas informacions que puedan ser interesantes para jóvenes, pero faltan espacios específicos de debate y de feed-back con los usuarios.   |
| 9      | sep 19, 2012 8:56 AM  | En el Facebook: creando eventos, haciendo preguntas abiertas y alguna vez haciendo encuestas. En el bloc: linkando con servicios de chat i dando la posibilidad de contactar con nosotros. El feed-bach en las redes es muy diferente que presencial o vía e-mail. |
| 10     | sep 18, 2012 10:52 AM | Con preguntas.   |
| 11     | sep 14, 2012 4:29 PM  | Utilizando los dos puntos anteriores, es decir, solo poniendo informaición de su interés (máximo tres elementos diarios) y hacerlo de manera atractiva.  |
| 12     | sep 13, 2012 3:36 PM  | Haciendo preguntas, pidiendo sugerencias, propuestas, ideas...   |
| 13     | sep 13, 2012 2:29 PM  | Generado contenido audiovisual de interés y haciéndolos partícipes de este contenido.  |
| 14     | sep 13, 2012 11:31 AM | Publicando informacions de interés juvenil.  |
| 15     | sep 13, 2012 8:59 AM  | Cada 2 o 3 días ponemos noticias, preguntas, eventos, etc...   |
| 16     | sep 13, 2012 8:28 AM  | Poniendo las informacions que les interesan varias veces.  |



|    |                       |   |
|----|-----------------------|---|
| 17 | sep 13, 2012 8:27 AM  | Mediante encuestas, proyectos encaminados a dinamizar las redes sociales, concursos on-line, etc...   |
| 18 | sep 13, 2012 8:19 AM  | No lo hago (por falta de tiempo).   |
| 19 | sep 13, 2012 8:07 AM  | A través de un contacto muy periódico   |
| 20 | sep 13, 2012 6:33 AM  | Con un lenguaje llano y mensajes directos sobre la participación a diferentes actividades que proponemos. "Abriendo" la red a comentarios y etiquetando fotografías.                              |
| 21 | sep 12, 2012 5:15 PM  | Simplemente hacemos servir las redes sociales para informar y dar difusión a actividades dirigidas a jóvenes, sin esperar una participación activa en nuestros perfiles por parte de los jóvenes. |
| 22 | sep 12, 2012 5:12 PM  | Animando a que participen, que los canales utilizados estén actualizados y que vean que nos comunicamos con ellos de forma constante.   |
| 23 | sep 12, 2012 5:12 PM  | No lo hacemos   |
| 24 | sep 12, 2012 5:11 PM  | -   |
| 25 | sep 12, 2012 4:23 PM  | Informando  |
| 26 | sep 12, 2012 3:58 PM  | A través de la invitación constante a la participación, opinión y generación de sinergias colaborativas.  |
| 27 | sep 12, 2012 11:01 AM | Creando concursos y actividades que les sean de interés y que no conozcan por otros canales. Respondiendo a través de las redes sociales las consultas, demandas y dudas que les surgen.          |
| 28 | sep 12, 2012 10:47 AM | Animo a colar archivos (fotos, vídeos) relacionados con ellos para que puedan hacer comentarios   |
| 29 | sep 12, 2012 10:32 AM | Por ahora no lo hacemos, por falta de tiempo de dedicación y recursos   |
| 30 | sep 12, 2012 10:22 AM | Solamente de carácter informativo, no hay una participación por parte de los jóvenes.   |
| 31 | sep 12, 2012 10:00 AM | No es participativa   |
| 32 | sep 12, 2012 9:06 AM  | Con las redes sociales, la estimulación viene de manera que los usuarios puedan responder a los usuarios y crear un feedback, ya que la comunicación es multidireccional                          |
| 33 | sep 12, 2012 8:37 AM  | Ofreciendo información de su interés, con un lenguaje de tú a tú, pidiendo su opinión y que nos digan aquello que los inquieta y que nos puede ayudar a nosotros a mejorar.                       |

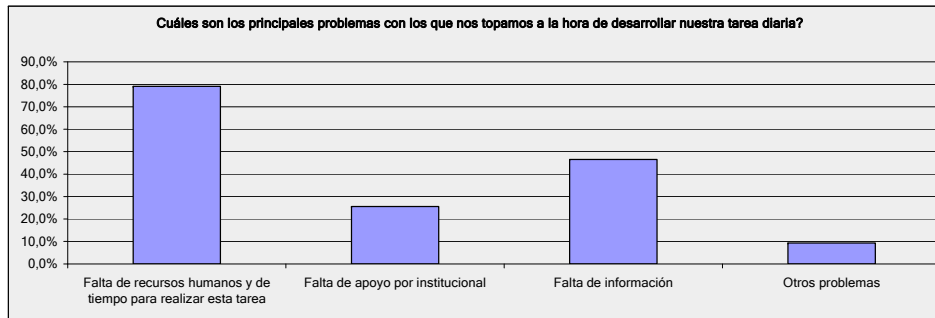


|    |                       |   |
|----|-----------------------|---|
| 34 | sep 10, 2012 3:00 PM  | Haciendo preguntas abiertas en las que puedan expresar lo que sienten. Por ejemplo, si estamos organizando la fiesta mayor, animarlos a que cuelguen fotografías y compartan contenido con nosotros, siempre ofreciéndoles también un incentivo en forma de premio.   |
| 35 | sep 10, 2012 2:25 PM  | -   |
| 36 | sep 10, 2012 10:25 AM | Con pequeños consucros, haciendo preguntas,...  |
| 37 | sep 7, 2012 5:29 PM   | Intentando hacerles partícipes de las actuaciones que llevamos a cabo y atendiendo a sus opiniones y necesidades.   |
| 38 | sep 7, 2012 3:23 PM   | Ofreciendo contenidos que les resulten interesantes y que nos hayan solicitado y potenciando las conversaciones de grupo  |
| 39 | sep 7, 2012 2:48 PM   | Mediante concursos, bonificaciones en los talleres, presencia en eventos organizados por el departamento...   |
| 40 | sep 7, 2012 12:58 PM  | Creando debate o impulsándolo positivamente   |
| 41 | sep 7, 2012 10:51 AM  | Lo más importante es conocer bien los intereses de los jóvenes y ofrecer en función de ello dos tipos de información, como cualquier medio de comunicación (la información que engancha - fotografías, vídeos, opiniones, etc) y la información de interés general. Los canales de participación se dinamizan muy bien aprovechando espacios concretos de jóvenes, de manera que se tratan temáticas específicas. |
| 42 | sep 7, 2012 10:34 AM  | Animándolos a participar en talleres, a venir a nuestro espacio, a que nos consulten...   |
| 43 | sep 7, 2012 10:15 AM  | Aplicando estrategias de proximidad   |

## PREGUNTA 13

Cuestionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

| Cuáles son los principales problemas con los que te encuentras a la hora de desarrollar tu tarea diaria? |                          |                     |
|--|--------------------------|---------------------|
| Opciones de respuesta  | Porcentaje de respuesta  | Total de respuestas |
| Falta de recursos humanos y de tiempo para realizar  | 79,1%                    | 34                  |
| Falta de apoyo por institucional   | 25,6%                    | 11                  |
| Falta de información   | 46,5%                    | 20                  |
| Otros problemas  | 9,3%                     | 4                   |
| Cuáles?  |                          | 6                   |
|  | <i>answered question</i> | <b>43</b>           |
|  | <i>skipped question</i>  | <b>0</b>            |



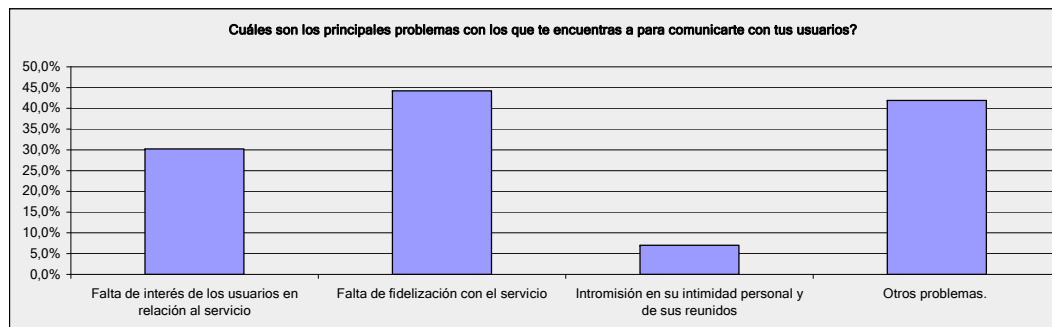
| Number | Response Date         | Quins?   | Categories |
|--------|-----------------------|--|------------|
| 1      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Ordenadores preparados, tiempo para hacerlo, poder tener un smartphone de la institución para ir actualizando.   |            |
| 2      | sep 13, 2012 2:29 PM  | Muchos problemas informáticos constantes que ralentizan o limitan la tarea diaria. Además, cada vez cuesta más que arreglen los problemas que van surgiendo debido a los recortes. |            |
| 3      | sep 13, 2012 11:31 AM | Falta conocer las potencialidades de cada herramienta. Tenemos conocimientos a nivel de usuario.   |            |
| 4      | sep 13, 2012 8:27 AM  | Permisos y licencias de programario, falta de material informático y multimedia actual   |            |
| 5      | sep 10, 2012 2:25 PM  | Recursos materiales  |            |
| 6      | sep 7, 2012 12:58 PM  | Cursos de diseño gráfico para hacer más atractivos los carteles de los talleres que ofrecemos.   |            |

## PREGUNTA 14

Cuestionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

| Cuáles son los principales problemas con lo que te encuentras para de comunicarte con tus usuarios? |                  |                |                             |
|---|------------------|----------------|-----------------------------|
| Answer Options  | Response Percent | Response Count |                             |
| Falta de interés de los usuarios en relación al servicio  | 30,2%            | 13             |                             |
| Falta de fidelización con el servicio   | 44,2%            | 19             |                             |
| Intrusión en su intimidad personal y de sus reunidos  | 7,0%             | 3              |                             |
| Otros problemas.  | 41,9%            | 18             |                             |
| Cuáles?   |                  | 18             |                             |
|   |                  |                | <b>answered question</b> 43 |
|   |                  |                | <b>skipped question</b> 0   |

| Number | Response Date         | Quins?  | Categories |
|--------|-----------------------|---|------------|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Falta de participación  |            |
| 2      | sep 25, 2012 1:37 PM  | jj  |            |
| 3      | sep 21, 2012 11:03 AM | Falta de tiempo   |            |
| 4      | sep 13, 2012 2:29 PM  | Recortes de presupuesto que genera falta de actividades o una disminución radical de estas, que genera descontento entre los jóvenes hacia el centro.<br>La buena comunicación dependerá del interés que les provoca la información que les |            |
| 5      | sep 13, 2012 11:31 AM | envies.   |            |
| 6      | sep 13, 2012 8:19 AM  | No coincidencia de horarios.  |            |
| 7      | sep 13, 2012 8:07 AM  | Como minimo, el retorno es insuficiente para evaluar la tarea. +  |            |
| 8      | sep 12, 2012 5:15 PM  | Ninguno.  |            |
| 9      | sep 12, 2012 5:12 PM  | No tenemos en general problemas con la comunicación.  |            |
| 10     | sep 12, 2012 4:23 PM  | Diversificación de intereses.<br>A veces otras informaciones terminan tapando. Hace falta saber muy bien cuándo y donde   |            |
| 11     | sep 12, 2012 3:58 PM  | haces difusión de los mensajes.   |            |
| 12     | sep 12, 2012 10:47 AM | Poco "feedback"   |            |
| 13     | sep 12, 2012 10:32 AM | Dificultad de localizar el público diana.   |            |
| 14     | sep 12, 2012 10:00 AM | Problemas institucionales.  |            |
| 15     | sep 10, 2012 2:25 PM  | Recursos materiales.  |            |
| 16     | sep 7, 2012 5:29 PM   | Poca implicación.   |            |
| 17     | sep 7, 2012 3:23 PM   | Falta de tiempo de dedicación.  |            |
| 18     | sep 7, 2012 12:58 PM  | Depende del momento, quizás la desmotivación.   |            |



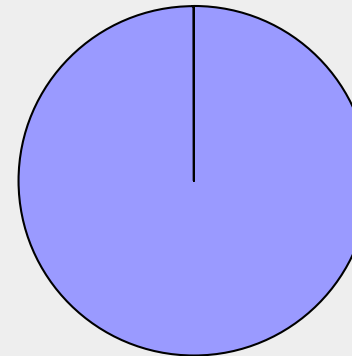
## PREGUNTA 15

### Questionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

Crees que el lenguaje que se utiliza para dirigirte al colectivo juvenil a través de las redes sociales es importante?

| Answer Options                                      | Response Percent | Response Count |
|---|------------------|----------------|
| Sí, es muy importante utilizar expresiones claras y | 100,0%           | 43             |
| No creo que sea tan muy importante                  | 0,0%             | 0              |
| <i>answered question</i>                            |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>                             |                  | <b>0</b>       |

Crees que el lenguaje que se utiliza para dirigirte al colectivo juvenil a través de las redes sociales es importante?



- Sí, es muy importante utilizar expresiones claras y utilizar un lenguaje comprensible
- No creo que sea tan muy importante



## PREGUNTA 16

### Cuestionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

Qué tipo de lenguaje utilizas para comunicarte con tus usuarios?

| Number | Response Date         | Response Text   |
|--------|-----------------------|---|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Coloquial.  |
| 2      | sep 25, 2012 1:37 PM  | f   |
| 3      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Lenguaje más coloquial, no tan formal.  |
| 4      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Llano, resumido y coloquial. Evitando especialmente el lenguaje sexista.  |
| 5      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Un lenguaje corto, claro y directo.   |
| 6      | sep 21, 2012 11:03 AM | Cercano pero dentro de unos parámetros de corrección.   |
| 7      | sep 21, 2012 10:53 AM | Informal pero correcto, sin entrar en argot ni otro tipo de lenguaje.   |
| 8      | sep 21, 2012 10:40 AM | Lenguaje entendedor, cercano y coloquial.   |
| 9      | sep 19, 2012 8:56 AM  | Frases cortas (modelo Twit), máximo 4 líneas, tratando de tu, con énfasis (exclamaciones) y dando ánimos. Muy importante poner enlaces para completar la información. |
| 10     | sep 18, 2012 10:52 AM | Lenguaje directo, sin formalidades, de tu a tu, hablando en segunda persona del singular, etc...  |
| 11     | sep 14, 2012 4:29 PM  | Utilizamos un lenguaje muy visual, y en el que se pone información escrita básica.  |
| 12     | sep 13, 2012 3:36 PM  | Catalán bien escrito pero buscando un lenguaje que motive al joven a leer la información.   |
| 13     | sep 13, 2012 2:29 PM  | Lenguaje estándar no formal, pero tampoco vulgar. No creer que por hablar en lenguaje vulgar nos acercamos más a los jóvenes.   |
| 14     | sep 13, 2012 11:31 AM | Lenguaje formal, pero sin tecnicismos. También varía según la formación y edad del joven a quien te diriges.  |
| 15     | sep 13, 2012 8:59 AM  | Directo, cercano y corto.   |
| 16     | sep 13, 2012 8:28 AM  | Mensajes cortos, claros y muy llanos.   |



|    |                       |   |
|----|-----------------------|---|
| 17 | sep 13, 2012 8:27 AM  | Utilizo un lenguaje directo y sin pretensiones. No utilizaremos expresiones como apúntate o vine! sino que informamos. Tampoco somos máquinas, así que expresamos emociones, compartimos información de otros jóvenes, felicitamos, etc... Hace falta tener una imagen cercana. |
| 18 | sep 13, 2012 8:19 AM  | Depende del trato, formal y/o informal.   |
| 19 | sep 13, 2012 8:07 AM  | Muy llano, utilizando frases muy motivadoras y utilizando mucho los símbolos de puntuación (II).<br>Un lenguaje sin tecnicismos. Frases cortas y claras. Publicando siempre que es posible en castellano y catan las noticias.  |
| 20 | sep 13, 2012 6:33 AM  | Lenguaje claro y entendedor, sin muchos tecnicismos.  |
| 21 | sep 12, 2012 5:15 PM  | Lenguaje correcto y coloquial, no muy formal ni culto.  |
| 22 | sep 12, 2012 5:12 PM  | Lenguaje claro.   |
| 23 | sep 12, 2012 5:12 PM  | Lenguaje claro y directo.   |
| 24 | sep 12, 2012 5:11 PM  | Un lenguaje sencillo y cercano.   |
| 25 | sep 12, 2012 4:23 PM  | No utilizamos un registro muy elevado, pero tampoco vulgarizamos nuestros comentarios. Hace falta ser llanos, cercanos y transparentes.   |
| 26 | sep 12, 2012 3:58 PM  | Lenguaje que ellos utilicen y frases entendedoras y no excesivamente largas.  |
| 27 | sep 12, 2012 11:01 AM | No demasiado formal ni demasiado "coleguismo"... y siempre gramaticalmente correcto!  |
| 28 | sep 12, 2012 10:47 AM | Frases sencillas, sin retórica, ni abreviaturas, escritas en catalán.   |
| 29 | sep 12, 2012 10:32 AM | Un lenguaje muy llano, directo y entendedor.  |
| 30 | sep 12, 2012 10:22 AM | Demasiado oficial.  |
| 31 | sep 12, 2012 10:00 AM | Miramos que sea lo más entendedor y cercano posible.  |
| 32 | sep 12, 2012 9:06 AM  | Lenguaje directo, de tu a tu, no hablamos en lenguaje SMS pero si con un lenguaje dirigido a jóvenes, no institucional.   |
| 33 | sep 12, 2012 8:37 AM  | Es una mezcla de lenguaje coloquial pero también un poco formal.  |
| 34 | sep 10, 2012 3:00 PM  | Juvenil/formal.   |
| 35 | sep 10, 2012 2:25 PM  | Un lenguaje fresco i directo, con mensajes que llamen la atención.  |
| 36 | sep 10, 2012 10:25 AM | Claro, directo y no demasiado formal.   |
| 37 | sep 7, 2012 5:29 PM   | Un lenguaje muy llano, parecido al que utilizan los jóvenes, pero vigilando la corrección lingüística.  |
| 38 | sep 7, 2012 3:23 PM   | Un lenguaje entendedor, accesible y adaptado en función del perfil de nuestros usuarios.  |
| 39 | sep 7, 2012 2:48 PM   | Muy coloquial y cercano, sobretodo con los más jóvenes.   |
| 40 | sep 7, 2012 12:58 PM  | El normal de cualquier medio, ni técnico ni vulgar. Como más imagen mejor.  |
| 41 | sep 7, 2012 10:51 AM  |   |



42

sep 7, 2012 10:34 AM

Un lenguaje claro y con signos de exclamación o mayúsculas... más lenguaje visual que descriptivo.

43

sep 7, 2012 10:15 AM

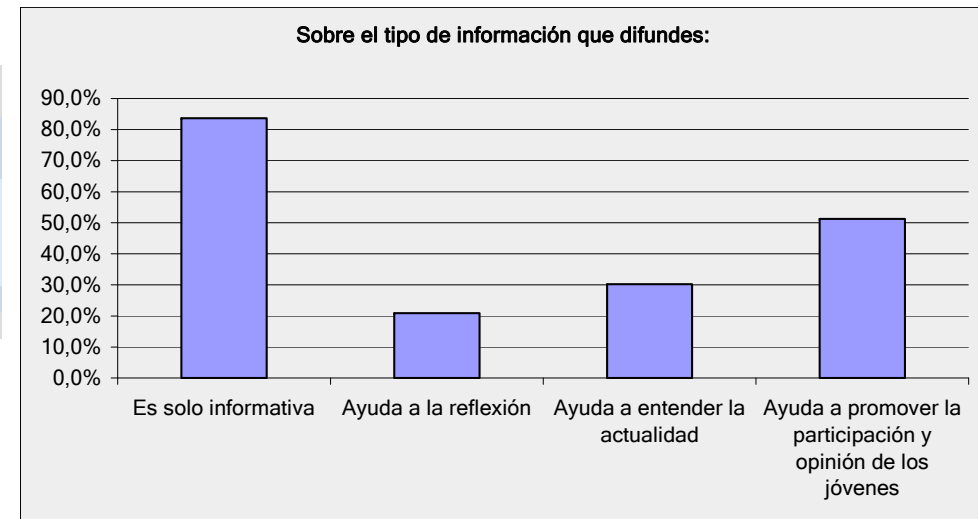
Lenguaje claro.

## PREGUNTA 17

Cuestionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

### Sobre el tipo de información que difundes

| Answer Options   | Response Percent | Response Count |
|--|------------------|----------------|
| Es solo informativa  | 83,7%            | 36             |
| Ayuda a la reflexión                                       | 20,9%            | 9              |
| Ayuda a entender la actualidad                             | 30,2%            | 13             |
| Ayuda a promover la participación y opinión de los jóvenes | 51,2%            | 22             |
| <i>answered question</i>                                   |                  | <b>43</b>      |
| <i>skipped question</i>                                    |                  | <b>0</b>       |



## PREGUNTA 18

### Cuestionario: Información juvenil, redes sociales y jóvenes

Qué consejos relacionados con las herramientas 2.0 darías a otros profesionales?

| Number | Response Date         | Response Text  |
|--------|-----------------------|--|
| 1      | sep 25, 2012 2:38 PM  | Buscar estrategias de comunicación.  |
| 3      | sep 22, 2012 3:28 PM  | Poder intercambiar formas de hacer y aplicaciones que vayan saliendo para ayudarnos. Poder juntarnos y pactar precios con las empresas para bajar costes en las aplicaciones, por ejemplo al utilizar un cliente de redes sociales (Hootsuite, tweetdeck..), boletines (mailchimp..).                          |
| 4      | sep 21, 2012 9:01 PM  | Poco a poco, es un poco vocaciones, si te gusta puedes dedicarle tiempo y al final siempre vale la pena y vas a aprender estrategias.  |
| 5      | sep 21, 2012 3:44 PM  | Evitar un uso repetitivo para no saturar ningún canal de comunicación. No por más cantidad de información emitida al usuario estará más informado ya que nos podemos convertir muy fácilmente en spam.   |
| 6      | sep 21, 2012 11:03 AM | El problema no son las herramientas, el problemas son las condiciones de trabajo que dificultan hacer un trabajo de calidad.   |
| 7      | sep 21, 2012 10:53 AM | El de la formación continua.   |
| 8      | sep 21, 2012 10:40 AM | Incorporar herramientas 2.0 como requisito imprescindible para la comunicación con el joven, siempre y cuando se pueda garantizar un servicio de calidad.  |
| 9      | sep 19, 2012 8:56 AM  | Que la gente joven las pueda conocer y posicionarse en la red. Crear grupos de jóvenes en el facebook de edades/afinidad/municipio. Hacer un diseño web/blog sencillo poniéndonos en la situación el joven: información clara y breve, fácil de encontrar, actualizada y con referencias a la fuente original. |
| 10     | sep 18, 2012 10:52 AM | Hablar con lenguaje directo, sin formalidades, de tu a tu, hablando en segunda persona del singular, etc...  |
| 11     | sep 14, 2012 4:29 PM  | Hace falta un trabajo constante.   |
| 12     | sep 13, 2012 3:36 PM  | Es importante estar al día para llegar al máximo de jóvenes, hemos de pensar que el joven cada día está inmerso en las nuevas tecnologías, las cuales avanzan rápidamente y los profesionales no nos podemos quedar atrás.   |

|    |                       |  |
|----|-----------------------|--|
| 13 | sep 13, 2012 2:29 PM  | <p>Genera una buena red, unos buenos contactos que una calidad enorme de contactos o seguidores. Por ejemplo, nosotros evitamos agragar todos aquellos contactos parásitos tipo comercio o entidades privadas.</p> <p>Alternar información de interés de los jóvenes, con otras informaciones que quizás de entrada no les intrese, pero que es bueno que les llegue. A veces no recibes feed-back de las publicaciones, pero cuando haces difusión de una actividad para jóvenes, ves que se lo miran, porque lo comparten, hacen consultas...</p>  |
| 14 | sep 13, 2012 11:31 AM | <p>Es una herramienta muy buena, pero si la utilizas bien. No nos tenemos que hacer pesados, porque sino no mostraran interés.</p>   |
| 15 | sep 13, 2012 8:59 AM  | <p>Más vale hacer poco pero bien hecho, y tener las informaciones muy actualizadas. Contestar siempre los mensajes que dejen los jóvenes, considerarlo un medio igual de importante que el correo electrónico o el teléfono.</p>   |
| 16 | sep 13, 2012 8:28 AM  | <p>En primer lugar utilizar todas las herramientas que el entorno visual nos permite gozar de: facebook, twitter, gmail, dropbox, linkedn, etc... abrir una cuenta para el servicio para poder guardar la nomenclatura, no tener miedo a utilizarlas. Si la administración no lo permite, hace falta abordar este problema desde el inicio. Hay muchos organismos oficiales que lo utilizan. La formación es otro de los aspectos fundamentales, uno de los beneficios es que todos se pueden formar autodidacta ya que hay tutoriales en la red que casi todo. Finalmente hablar del diseño. Encuentro que es muy importante incorporar un diseño acorde con las tendencias juveniles: un buen contenido, actividad o taller no tiene el mismo impacto con una imagen poco adecuada al público al cual se dirige.</p> |
| 17 | sep 13, 2012 8:27 AM  |  |
| 18 | sep 13, 2012 8:19 AM  | No estoy en disposición de dar consejos, más bien de recibirlos.   |
| 19 | sep 13, 2012 8:07 AM  | Que sean persistentes.   |
| 20 | sep 13, 2012 6:33 AM  | Poder responder las consultas de los jóvenes con celeridad. Publicar contenido de carácter lúdico y cultural, con eventos que se realicen en la zona o en los alrededores.   |
| 21 | sep 12, 2012 5:15 PM  | Crear vínculos con las entidades juveniles cercanas y hacer difusión.  |
| 22 | sep 12, 2012 5:12 PM  | Que estos recursos sean actualizados y sobretodo que promuevan el trabajo en red.  |
| 25 | sep 12, 2012 4:23 PM  | Dar prioridad a las necesidades de los jóvenes.  |
| 26 | sep 12, 2012 3:58 PM  | El no publicar por publicar, hace falta se conscientes del mensaje que emites, de no agobiar a los seguidores y sobretodo hace falta agradecer y procurar dar tanto como recibes, incluso más!!  |
| 27 | sep 12, 2012 11:01 AM | Que sean sencillos de manejar, que estén al alcance de todos los jóvenes y que utilicen un lenguaje juvenil y cercano.   |
| 28 | sep 12, 2012 10:47 AM | Utilizar herramientas que faciliten la tarea, optimizar el tiempo: sincronizar cuentas, uso de programadores (hootsuite), feeds...   |
| 29 | sep 12, 2012 10:32 AM | No abrir otro canal 2.0 si no podemos garantizar que le podemos dedicar las horas que hacen falta. Tenemos que priorizar la calidad antes que la cantidad!   |

|    |                       |  |
|----|-----------------------|--|
| 30 | sep 12, 2012 10:22 AM | Se tendría que dedicar un cierto tiempo a la búsqueda de información, necesario el conocimiento y uso que hacen los jóvenes de las herramientas 2.0.   |
| 31 | sep 12, 2012 10:00 AM | Formarse en el uso real que se hacen de estas herramientas.  |
| 32 | sep 12, 2012 9:06 AM  | Mensajes claros, directos y útiles.  |
| 33 | sep 12, 2012 8:37 AM  | Lo más importante, planificar con cuidado lo que quieres conseguir con el 2.0. Tener claro los objetivos y evaluarlos para mejorar.  |
| 34 | sep 10, 2012 3:00 PM  | Realizar todas las formaciones posibles relacionadas con las nuevas tecnologías, conocer bien los destinatarios a los que quieres llegar; sus gustos intereses...  |
| 36 | sep 10, 2012 10:25 AM | Ser constante, tener una presencia continua que provoque cierta "dependencia informativa".   |
| 37 | sep 7, 2012 5:29 PM   | Son el futuro y nos abren muchos campos de actuación y comunicación.<br>Que se haga un buen plan de comunicación a partir de los objetivos planteados y trabajar a partir de un buen diseño del conjunto de herramientas para intentar optimizar el trabajo hecho, pues generalmente hay poco tiempo para dedicarse a esta tarea (mis tareas son de educador y no de comulación).  |
| 38 | sep 7, 2012 3:23 PM   | Conocer la plataforma netvibes.  |
| 39 | sep 7, 2012 2:48 PM   | Dedicar siempre un rato, ya que se encuentran cosas muy interesantes.  |
| 40 | sep 7, 2012 12:58 PM  | Hoy en día el problema ya no es el acceso a los medios sino la sobre información en algunas redes. El consejo es que sean cautos con la información y procuren utilizar herramientas (grupos, páginas, eventos, enlaces a otras redes) para que la información llegue a los jóvenes diana, sin molestar el resto que no les interesa. Ejemplo: si informamos sobre un tema concreto de educación "Y después de la ESO qué?" no lo tenemos que hacer con todos nuestros usuarios, sino aquellos que están estudiando o que lo han de escoger. |
| 41 | sep 7, 2012 10:51 AM  | Mirar de conectarse diariamente.   |
| 42 | sep 7, 2012 10:34 AM  | Es difícil porque hace falta luchar contra la tecnofobia existente, por lo tanto hace falta hacer pedagogía en el mundo adulto.  |
| 43 | sep 7, 2012 10:15 AM  |  |

## AGRAÏM LA COL·LABORACIÓ A AQUESTS PROFESSIONALS:

| Nom i cognoms                  | Municipi                             | Nom institució/entitat   |
|--------------------------------|--------------------------------------|--|
| Laura Quinto                   | Baix Llobregat, El Prat              | Periodista   |
| Josep Sancho                   | Barcelonès, Barcelona                | Generalitat de Catalunya   |
| Pedro Martín Cumplido          | Barcelonès, Barcelona                | Consell Comarcal del Barcelonès                                    |
| Jesusa Rodríguez Lucena        | Vallès Occidental, Viladecavalls     | Generalitat de Catalunya   |
| Cruz Eveling Manzano Martín    | Barcelonès, Barcelona                | Ajuntament d'Abrera  |
| Adrián Garzón Martín           | Barcelonès, Santa Coloma de Gramenet | Grameimpuls  |
| Laia Cardona Malleu            | Barcelonès, Barcelona                | Ajuntament de Sant Climent de Llobregat                            |
| Josep Guasch Capell            | Barcelonès, Barcelona                | Associació Catalana de Professionals de les Polítiques de Joventut |
| Mireia Pastó                   | Barcelonès, Barcelona                | Consell Comarcal del Barcelonès                                    |
| Maite Fernández Castellano     | Barcelonès, Barcelona                | Periodista   |
| Ferran Terol i Salsas          | Barcelonès, Barcelona                | Avalot-Joves de la UGT de Catalunya                                |
| Shaila Abé Pans                | Barcelonès, Barcelona                | PIJ Sarrià-Sant Gervasi. Ajuntament de Barcelona                   |
| Domé Grané                     | Barcelonès, Barcelona                | PIJ Sant Martí. Ajuntament de Barcelona                            |
| Neus Codina                    | Barcelonès, Barcelona                | PIJ Sant Martí. Ajuntament de Barcelona                            |
| Juanjo Romero                  | Barcelonès, L'Hospitalet             | Ajuntament de L'Hospitalet.  |
| David García                   | Maresme, Arenys de Mar               | Periodista   |
| Cristina Tormo Miranda         | Baix Llobregat, Viladecans           | Ajuntament Viladecans  |
| Verónica Collazos Alvarez      | Baix Llobregat, Viladecans           | Ajuntament Viladecans  |
| Isaac Fernández Pardo          | Tarragona                            | Ajuntament de Tarragona  |
| Yolanda Cervera Gutierrez      | Vallès Occidental, Sabadell          | Associació DIOMIRA   |
| Llibertat Estel Parés Bardajil | Maresme, Sant Pol de Mar             | Ajuntament de Sant Pol de Mar                                      |
| Daniel Fernández Molina        | Barcelonès, Barcelona                | Diari La Marina i Sants-Montjuïc Ràdio                             |
| Josep Ma Gimenez Mellado       | Barcelonès, Sant Adrià de Besòs      | Ajuntament de Sant Adrià de Besòs                                  |
| Ismael Avalos Perez            | Vallès Occidental, Montcada i Reixac | SIJ A Prop. Ajuntament de Montcada                                 |
| Cristina Mollà Grabulosa       | Gelida                               | Ajuntament de Gelida   |
| Olga Madrid Valenzuela         | Barcelonès, Barcelona                | Diputació de Barcelona   |





|                      |                       |   |
|----------------------|-----------------------|---|
| Marià Garrido Ferrer | Barcelonès, Barcelona | Xarxa PIJ. Ajuntament de Barcelona                    |
| Lola Castro          | Barcelonès, Barcelona | El Punt - PIJ Sants-Montjuïc. Ajuntament de Barcelona |
| Anna Mir             | Barcelonès, Barcelona | El Punt - PIJ Sants-Montjuïc. Ajuntament de Barcelona |
| Bernat Pons          | Barcelonès, Barcelona | PIJ Gràcia. Ajuntament de Barcelona                   |
| Xavier Bermejo       | Barcelonès, Barcelona | PIJ Gràcia. Ajuntament de Barcelona                   |
| Varenka Montaña      | Barcelonès, Badalona  | Ajuntament de Badalona                                |