

El 75,4% dels joves universitaris de Barcelona no està ben informat o no segueix les notícies relacionades amb les pròximes eleccions europees

Segons els estudiants que estan impulsant la campanya de comunicació “Europa Importa”, no és una qüestió de desinterès, sinó de la dificultat que les institucions i els mitjans tradicionals tenen per connectar amb els codis de comunicació dels joves.

Barcelona, 24 de maig de 2024

La Universitat de Barcelona ha presentat avui els resultats d'una enquesta realitzada per un equip de recerca de la Facultat d'Educació que aporta noves dades sobre el coneixement i l'opinió de les institucions i la política europea que té el jovent universitari de Barcelona.

Aquesta acció forma part del projecte ActiveYouth_EE24-Europa importa, una iniciativa impulsada des de la Facultat d'Educació de la UB per promoure la participació en les eleccions al Parlament Europeu a través de la informació, el debat i l'acció, i animar l'alumnat universitari a votar.

El projecte ha estat introduït per Mihaela Vancea, professora de la Facultat d'Educació de la UB i coordinadora del projecte. Jan Falgueras Riu, jove ajudant de recerca, ha presentat una anàlisi dels resultats i de dades creuades d'algunes de les preguntes més significatives. Mihaela Vancea ha destacat que tot i la curta durada del projecte -sis mesos en total-, s'han portat a terme totes les activitats previstes i a més a més s'ha aconseguit un nombre de respostes suficients a l'enquesta per fer una anàlisi estadística significativa de la població universitària de Barcelona.

Entre les dades que criden més l'atenció, destaca el desinterès manifestat per les eleccions europees: Encara que el 47,1% declara que li interessa la política europea, el 75,4% reconeix que no està ben informat o no segueix les notícies sobre les pròximes eleccions del 9 de juny. Tot i que el 48% considera important participar i sol participar en les eleccions europees, el 31,5% està indecís i el 19,4% no sol participar.

L'enquesta, que està organitzada en cinc blocs temàtics (participació, informació, interès, coneixement i opinió/valoració), ofereix diferents dades sobre aquests àmbits, com ara la divisió d'opinions que hi ha sobre el paper del Parlament Europeu: el 56,4% dels enquestats el valora positivament en les seves vides, mentre que el 42,2% té una opinió negativa sobre com aquest organisme representa els seus interessos. Pel que fa

NOTA DE PREMSA

24-05-2024



a la funció del Parlament Europeu, el 68,1% identifica correctament la seva funció representativa de la ciutadania europea.

Altres dades curioses que es desprenen dels resultats de l'enquesta, que recull una mostra de 346 estudiants d'universitats de la província Barcelona, són: el 48% no pot anomenar dues institucions europees; només un 42,5% sap que les eleccions europees se celebren cada 5 anys. Però en canvi, el 67% sí sap que són 27 els països que formen part de la UE i el 72% coneix algun programa de la UE dirigit als joves.

De joves i per a joves: La campanya de comunicació que un grup d'estudiants de la UB fa per animar a votar el 9-J.

Durant l'acte, que ha tingut lloc al Col·legi de Periodistes de Catalunya, Albert Thió i Neus Climent, estudiants de màsters d'Anàlisi política i assessoria institucional i d'Estudis de Dones, Gènere i Ciutadania, han presentat la campanya de comunicació Europa Importa, com a part del projecte ActiveYouth_EE24.

La campanya ha estat creada per un grup de vuit joves universitaris que van guanyar un concurs de la UB amb les seves propostes sobre què farien per promoure el vot el proper 9 de juny. Ho han fet en un temps rècord de tres setmanes, i amb la mentoria de la professora Anna Aroca, de la Facultat d'Educació, que els ha guiat en diverses sessions de formació enfocades a la creació d'una campanya de comunicació efectiva. Amb jornades maratonianes de treball i planificació, pluges d'idees i creativitat a dojo, repartiment de tasques i rols, maldecaps pressupostaris, molt sentit de l'humor i una complicitat creixent han aconseguit crear un logotip i una línia de comunicació que els representa i una fórmula per arribar als joves a través de les xarxes socials.

“Nosaltres pensem que no és que hi hagi manca d'interès, sinó que la comunicació no arriba la joventut, perquè les institucions i els mitjans tradicionals no parlen el nostre llenguatge ni es comuniquen pels nostres canals. De fet, el post que s'ha viralitzat més dels que hem publicat fins ara és un d'informatiu, que explica de forma molt senzilla dades bàsiques que s'han de saber per anar a votar a les eleccions del 9 de juny”, ha explicat l'Albert. L'objectiu de la campanya és informar, entretenir i impactar per mobilitzar el vot, expliquen. **“Oferim contingut fer per joves i per a joves”,** ha afegit la Neus. **“Però que no doni “cringe”** (una forma de dir “que no provoqui vergonya aliena”).

Amb el seu treball estan aconseguint cridar l'atenció i sensibilitzar altres joves sobre l'impacte de les polítiques europees i la importància d'anar a votar, i han començat a collir alguns èxits amb posts a les xarxes socials. **“Hi haurà traca final de campanya”, han dit. Serà una trobada presencial i de mobilització cap a les eleccions: la cervesada: “Birres per Europa. Seguiu-nos per saber-ne més.”**

El futur d'Europa i la seva transformació depèn dels joves

Finalment, el periodista i excorresponsal a Brussel·les Andreu Missé ha fet una contextualització de les dades presentades en el marc general de la política europea i ha celebrat aquesta iniciativa **"que té a veure amb els joves i els situa al centre de totes les activitats"**. Missé ha afirmat que Europa **"és una casa a mitges"** i ha demanat als joves que imaginin què passaria si no existís. També ha manifestat la seva satisfacció perquè quatre països han reduït l'edat per poder votar en les eleccions del 9 de juny als 16 anys i un altre país, Grècia, als 17. I ha animat els universitaris a **anar més allà de les eleccions amb aquesta campanya: "No hauríem de quedar-nos aquí. En cinc anys hi haurà noves eleccions i un any d'ara és com deu anys d'abans. Què ens agradaria que fos i fes Europa? Què volem? Què no ens agrada? Les millors idees i propostes de canvi neixen així"**.

Gravació de l'acte:

<https://www.youtube.com/live/Z1y0r7ciFLc?feature=shared>

Vegeu la presentació de l'enquesta adjunta

Més informació sobre el projecte: www.europaimporta.eu

Campanya de comunicació:

Instagram: [@Europa_Importa](https://www.instagram.com/Europa_Importa) | Tiktok [@Europa_importa](https://www.tiktok.com/@Europa_importa) | X: [@Europa_Importa](https://twitter.com/Europa_Importa)

Contacte: Carlota Franco (comunicació):

656574105 | info@europaimporta.eu

