

El 75,4% de los jóvenes universitarios de Barcelona no está bien informado o no sigue las noticias relacionadas con las próximas elecciones europeas

Según los estudiantes que están impulsando la campaña de comunicación "Europa Importa", no es una cuestión de desinterés, sino de la dificultad que las instituciones y los medios tradicionales tienen para conectar con los códigos de comunicación de los jóvenes.

La Universidad de Barcelona ha presentado hoy los resultados de una encuesta realizada por un equipo de investigación de la Facultad de Educación que aporta nuevos datos sobre el conocimiento y la opinión de las instituciones y la política europea que tiene la juventud universitaria de Barcelona.

Esta acción forma parte del proyecto ActiveYouth_EE24-Europa importa , una iniciativa impulsada desde la Facultad de Educación de la UB para promover la participación en las elecciones al Parlamento Europeo a través de la información, el debate y la acción, y animar al alumnado universitario a votar.

El proyecto ha sido introducido por Mihaela Vancea, profesora de la Facultad de Educación de la UB y coordinadora del proyecto. Jan Falgueras Riu, joven ayudante de investigación, ha presentado un análisis de los resultados y de datos cruzados de algunas de las preguntas más significativas. Mihaela Vancea ha destacado que, a pesar de la corta duración del proyecto –seis meses en total-- se han llevado a cabo todas las actividades previstas y además se ha conseguido un número de respuestas suficientes a la encuesta para hacer un análisis estadístico significativo de la población universitaria de Barcelona.

Entre los datos que llaman más la atención, destaca el desinterés manifestado por las elecciones europeas: Aunque el 47,1% declara que le interesa la política europea, el 75,4% reconoce que no está bien informado o no sigue las noticias sobre las próximas elecciones del 9 de junio. El 48% considera importante participar y suele hacerlo en las elecciones europeas, però el 31,5% se muestra indeciso y el 19,4% no suele participar.

La encuesta, que está organizada en cinco bloques temáticos (participación, información, interés, conocimiento y opinión/valoración), ofrece datos sobre cada uno de estos ámbitos, como la división de opiniones que existe sobre el papel del Parlamento Europeo: el 56,4% de los encuestados lo valora positivamente en sus vidas, mientras que el 42,2% tiene una opinión negativa sobre cómo este organismo representa sus

NOTA DE PRENSA

24-05-2024



intereses. En cuanto a la función del Parlamento Europeo, el 68,1% identifica correctamente su función representativa de la ciudadanía europea.

Otros datos curiosos que se desprenden de los resultados de la encuesta, que recoge una muestra de 346 estudiantes de universidades de la provincia Barcelona, son: el 48% no sabe nombrar dos instituciones europeas; o sólo un 42,5% responde correctamente que las elecciones europeas se celebran cada 5 años. Pero en cambio, el 67% sí sabe que son 27 los países que forman parte de la UE y el 72% conoce algún programa de la UE dirigido a los jóvenes.

De jóvenes y para jóvenes: La campaña de comunicación que un grupo de estudiantes de la UB hace para animar a votar el 9-J.

Durante el acto, que ha tenido lugar en el Colegio de Periodistas de Cataluña, Albert Thió y Neus Climent, estudiantes de másteres de Análisis político y Asesoría institucional y de Estudios de Mujeres, Género y Ciudadanía respectivamente, han presentado la campaña de comunicación Europa Importa, como parte del proyecto ActiveYouth_EE24.

La campaña ha sido creada por un grupo de ocho jóvenes universitarios que ganaron un concurso de la UB con sus propuestas sobre qué harían para promover el voto el próximo 9 de junio. Lo han hecho en un tiempo récord de tres semanas, y con la mentoría de la profesora Anna Aroca, de la Facultad de Educación, que les ha guiado en varias sesiones de formación enfocadas a la creación de una campaña de comunicación efectiva. Con jornadas maratónicas de trabajo y planificación, lluvias de ideas y de creatividad, reparto de tareas y roles, dolores de cabeza presupuestarios, mucho sentido del humor y una complicidad creciente han conseguido crear un logotipo y una línea de comunicación que los representa y una fórmula para llegar a los jóvenes a través de las redes sociales.

"Nosotros pensamos que no es que haya falta de interés, sino que la comunicación no llega la juventud, porque las instituciones y los medios tradicionales no hablan nuestro lenguaje, no conocen nuestros códigos ni se comunican por nuestros canales. De hecho, el post que se ha viralizado más de los que hemos publicado hasta ahora es uno de tipo informativo, que explica de forma muy sencilla datos básicos que se deben saber para ir a votar en las elecciones del 9 de junio", ha explicado Albert. El objetivo de la campaña es informar, entretener e impactar para movilizar el voto, explican. **"Ofrecemos contenido hacer para jóvenes y para jóvenes",** ha añadido Neus. **"Pero que no dé "cringe" (una forma de decir "que no provoque vergüenza ajena").**

Con su trabajo están consiguiendo llamar la atención y sensibilizar a otros jóvenes sobre el impacto de las políticas europeas y la importancia de ir a votar, y han empezado a cosechar algunos éxitos con posts en las redes sociales. **"Habrà traca final de**

NOTA DE PRENSA

24-05-2024



campanya", han anunciado. Será un encuentro presencial y de movilización hacia las elecciones: la cerveza: "Birras por Europa. **"Seguidnos para saber más."**

El futuro de Europa y su transformación depende de los jóvenes

Finalmente, el periodista y excorresponsal en Bruselas Andreu Missé ha hecho una contextualización de los datos presentados en el marco general de la política europea y ha celebrado esta iniciativa **"que tiene que ver con los jóvenes y los sitúa en el centro de todas las actividades".** Missé ha afirmado que Europa **"es una casa a medias"** y ha pedido a los jóvenes que imaginen qué pasaría si no existiera. También ha manifestado su satisfacción porque cuatro países han reducido la edad para poder votar en las elecciones del 9 de junio a los 16 años y uno, Grecia, a los 17. Y ha animado a los universitarios a ir más allá de las elecciones con esta campaña: **"No deberíamos quedarnos aquí. En cinco años habrá nuevas elecciones y un año de ahora es como diez años de antes. "¿Qué nos gustaría que fuese e hiciese Europa? ¿Qué queremos? ¿Qué no nos gusta? Las mejores ideas y propuestas de cambio nacen así".**

Grabación del acto:

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

Ver la presentación de la encuesta adjunta (en catalán)

Más información sobre el proyecto: www.europaimporta.eu

Campaña de comunicación:

Instagram: @Europa_Importa | Tiktok @Europa_importa | X: @Europa_Importa

Contacto: Carlota Franco (comunicación):

656574105 | info@europaimporta.eu



UNIVERSITAT DE
BARCELONA



**Alternatives
econòmiques**

Amb el cofinançament de:

