



# What's about **Europe?**

**Proyecto de participación  
juvenil que busca la  
implicación de los jóvenes  
en la vida democrática**



Erasmus+

25

FUNDACIÓN  
SENARA

## **Informe de conclusiones sobre la participación de los jóvenes**

‘What’s about Europe’ es un proyecto de Fundación Senara, financiado por el programa Erasmus+. Es una iniciativa de participación juvenil que busca fomentar la implicación de los jóvenes en la vida democrática de Europa. WAE surge tras detectar una necesidad entre los jóvenes con los que trabaja la fundación: incrementar el sentimiento de pertenencia y el conocimiento sobre la Unión Europea. Si bien es cierto que 7 de cada 10 jóvenes españoles confiesan sentirse europeístas –según un estudio publicado en septiembre de 2021 por la Fundación Alternativas-, también lo es que sólo uno de cada dos cree que su opinión cuenta en Europa y, de hecho, un 75% pensaba que la influencia de España en la UE durante 2020 no se iba a ver reforzada –datos reflejados en un estudio realizado por alumnos de la Facultad de Economía de la Universitat de València-.

### **Tipo de actividad:**

Talleres sobre la Unión Europea.

Se han realizado tres talleres informativos dirigidos a jóvenes de entre 16 y 30 años con el fin de fomentar el sentimiento de pertenencia europeísta y dar a conocer los recursos y herramientas que la Unión Europea pone a disposición de la juventud.

### **Metodología:**

La metodología utilizada ha sido el aprendizaje no formal en el cual se han realizado talleres participativos, de role play con algún juego al aire libre a modo energizer para conseguir la interacción de todos los asistentes y romper el hielo.

Asimismo, posterior al taller, se han realizado grupos de estudiantes que han llevado a cabo las campañas de sensibilización. Se centraron en la red social Instagram y realizaron varios productos finales que han sido publicados en las redes sociales y la web de Fundación Senara.

### **Temas tratados:**

En una primera fase, los participantes se centraron en la investigación del programa Erasmus+, sus prioridades y cómo acceder a la información sobre el programa.



Erasmus+

25

FUNDACIÓN  
SENARA

En una segunda etapa, eligieron tres temas de actualidad en la UE, investigaron sobre ellos y prepararon sendas creatividades para Instagram:

- Publicaciones específicas:
  - La crisis medioambiental.
  - El problema de las fake news y su uso para desinformar.
  - La invasión rusa de Ucrania.
  - La inclusión e igualdad en el programa Erasmus+.

Actividades desarrolladas:

Desarrollo de una campaña de sensibilización e información para otros jóvenes sobre el programa Erasmus+ y prioridades/temas de interés en la Unión Europea.

Centrada en Instagram.



Erasmus+



## **Informe realizado por los jóvenes participantes**

### **Introducción**

A través de nuestra participación en los talleres de WAE, tuvimos la oportunidad de trabajar con una organización no gubernamental española: la Fundación Senara.

Nos permitió comprender los verdaderos retos a los que puede enfrentarse una asociación o una empresa. Además de aportarnos una visión real del mundo laboral, formar parte de este proyecto ha favorecido el desarrollo del espíritu de trabajo en equipo, así como la actitud esperada ante una clientela. De hecho, la experiencia profesional es una ganancia para nosotros ahora y en el futuro.

Tuvimos la oportunidad de trabajar con la fundación Senara. Creada en 1997, esta organización no ha dejado de crecer. La fundación, que celebra este año su 25º aniversario, se ha fijado como misión ayudar a todas las personas en situación de vulnerabilidad. Ya sea un niño con discapacidad o un adulto en paro, la organización ofrece soluciones adaptadas a todas las situaciones. "Cada persona, es nuestra razón de ser". Su eslogan subraya los valores de compromiso, competencia y respeto que están en el corazón de la dignidad que la fundación pretende aportar a cada individuo.

### **Desafíos**

Senara requería que creáramos contenidos que pudieran ser compartidos en las redes sociales u otras plataformas para dar a conocer los objetivos y el trabajo de Erasmus + entre los estudiantes. Teníamos que averiguar cómo facilitar a los estudiantes el acceso a la información sobre los programas que les interesaban, así como la forma de llegar a ellos. El primer problema fue determinar dónde podíamos llegar al mayor número de personas. Nos dirigimos a estudiantes de edad universitaria.

¿Cómo podríamos persuadir a esos clientes concretos para que vieran nuestro trabajo? La mejor solución era utilizar las redes sociales. Ahí es donde se produce la mayor parte de la comunicación, y también es lo más fácil para difundir información. Además, como todos



Erasmus+

25 FUNDACIÓN  
SENARA

nuestros objetivos se concentraban en ese lugar, decidimos concentrar nuestros esfuerzos en Instagram y posiblemente en Tiktok. La mayoría de los usuarios de Instagram tienen entre 17 y 26 años.

El segundo reto fue decidir cómo debíamos presentar nuestros contenidos. ¿Se esperaba de nosotros que escribiéramos artículos? ¿Se espera que hagamos fotos? Decidimos que los vídeos generados por estudiantes para estudiantes eran el mejor formato para las redes sociales. Es necesario enviar un mensaje claro y exacto. Decidimos hacer dos tipos de vídeos para ayudar a la gente a aprender más. El primero fueron las entrevistas, y el segundo, las películas instructivas. Tuvimos que decidir qué pregunta sería la más intrigante y específica para los participantes en el programa.

Para las entrevistas necesitábamos contactar con personas que ya hubieran realizado el programa Erasmus, así que recurrimos a las redes sociales y a personas conocidas para encontrar estudiantes que pudieran ayudarnos a conseguir nuestros objetivos. Algunas personas se mostraron dispuestas a colaborar con nosotros de inmediato, pero en otros casos fue más difícil obtener una respuesta positiva rápidamente, por lo que tuvimos que recurrir a nuestras habilidades de comunicación y persuasión. Lo conseguimos, y ahora tenemos a mucha gente interesante y entusiasta trabajando con nosotros.

Tuvimos que investigar mucho y ser muy exactos con nuestros datos para el vídeo instructivo. Para elaborar los vídeos y el montaje de ambos tipos de vídeos, tuvimos que utilizar talentos informáticos y de diseño. Decidimos complementar los vídeos instructivos con contenidos escritos en forma de entradas de blog para cada uno de los temas que tratamos. Para utilizar las aplicaciones, es necesario tener conocimientos de diseño y de Photoshop. Queríamos crear un contenido vibrante y atractivo que atrajera a nuestra generación.

El reto de trabajar en grupo es a veces objeto de una visión general. Pero la tarea de trabajar en grupo con puntos de vista creativos variados puede ser difícil, pero lo conseguimos de forma admirable con la colaboración de todos.



Erasmus+

25

FUNDACIÓN  
SENARA

Por último, trabajar por primera vez con clientes reales que necesitan que el trabajo se complete en el plazo previsto fue un reto, pero resultó gratificante proporcionar contenidos que sabíamos que iban a utilizar y con los que estaban satisfechos.

## Objetivos

El proyecto en colaboración con Erasmus + tenía el objetivo de dar a conocer y visibilizar este programa. Mucha gente sabe que existe Erasmus pero puede ser difícil encontrar información y solicitarlo cuando no se proporciona suficiente información. También teníamos el objetivo de motivar a más personas para que optarán por solicitar un Erasmus. Para ello pedimos a personas que están en un programa Erasmus o han colaborado con Erasmus que respondieron a cuatro preguntas cada uno. Esto se colgará en el Instagram de Senara y mostrará a sus seguidores cómo les puede beneficiar solicitar irse de Erasmus.

Otro de los objetivos que teníamos era informar a la gente sobre la actualidad mundial, así como de cómo el programa Erasmus fomenta la igualdad de oportunidades. Para ello, hemos realizado vídeos informativos e infografías. Estos son fáciles de leer y también se publicarán en las redes sociales.

En general, hemos alcanzado los objetivos fijados utilizando nuestras habilidades y conocimientos para crear posts y entrevistas atractivas para aumentar el conocimiento de Erasmus + entre la gente.

## Logros

### Entrevistas:

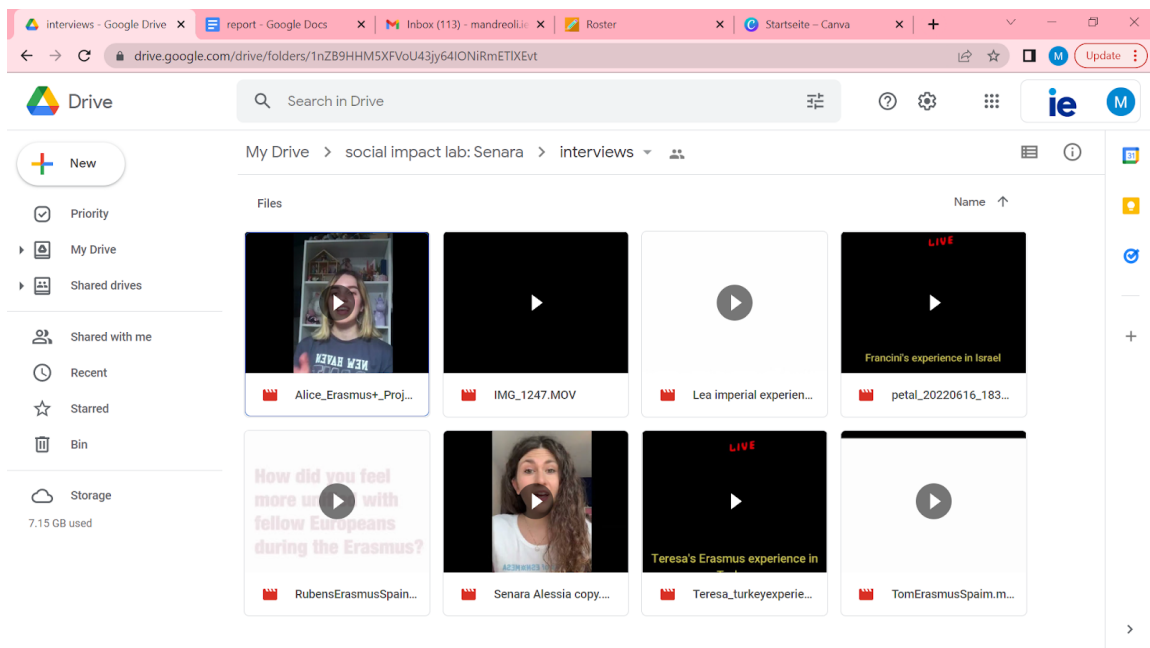
Uno de los objetivos de Senara al trabajar con el programa Erasmus, como se ha mencionado anteriormente, era dar a conocer el programa, y comunicar los objetivos. Decidimos hacer estas entrevistas para comunicar las experiencias reales de personas que han hecho el programa Erasmus, y a través de ellas explicar los valores que la UE quiere difundir. Se nos ocurrieron ocho preguntas diferentes que servían mejor al propósito de nuestros objetivos. Las preguntas eran las siguientes: "¿Cómo se sintieron más unidos con sus compatriotas europeos mientras hacían el Erasmus? ¿Sienten que obtuvieron una comprensión más amplia de Europa y de las culturas



Erasmus+

25 FUNDACIÓN SENARA

europas mientras hacían el intercambio? ¿Qué han aprendido de la experiencia? Para ustedes, ¿cuál es el principal objetivo del Erasmus? ¿Qué te gustaría saber antes de hacer el Erasmus? ¿Cómo te enteraste de la existencia de Erasmus? ¿Cómo fue el proceso de Erasmus? Uno de los principales objetivos de Erasmus es promover la igualdad, ¿crees que logran ese objetivo? ¿Cómo?". Estas preguntas fueron respondidas por estudiantes de todo el mundo, que participaron en intercambios en España, Turquía, Israel, etc.



Las entrevistas nos ayudaron a conseguir el objetivo de que los espectadores y las personas que quieran participar en un intercambio de Erasmus entiendan cuáles son los valores y las experiencias de aprendizaje que se obtienen al hacerlo.



Erasmus+

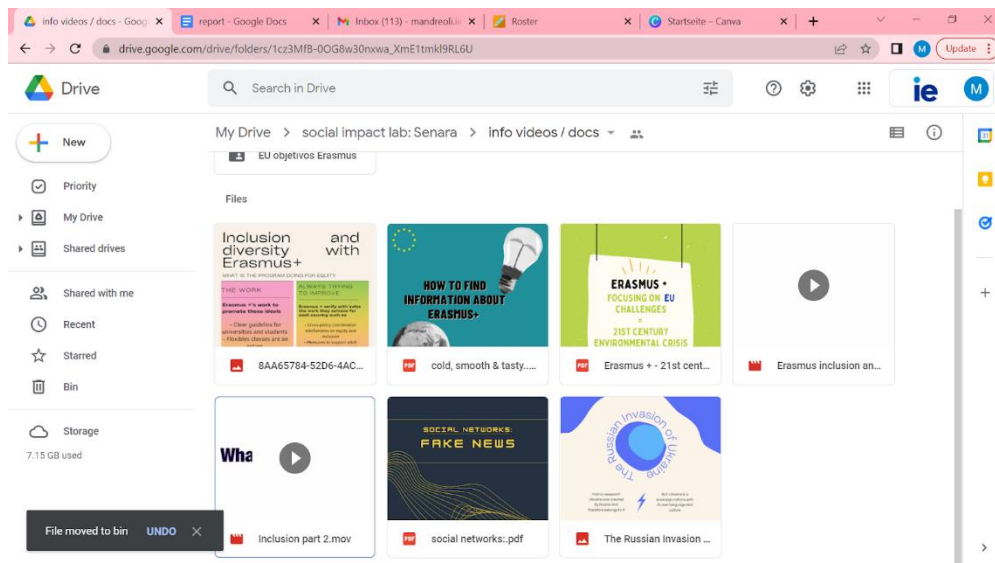
25

FUNDACIÓN  
SENARA

Infografías/

vídeos

informativos:



Senara también quería concienciar sobre temas importantes como el covid19, las fake news, etc. También, las formas en las que podíamos informar a la gente sobre el objetivo de Erasmus, cómo conseguir información al respecto, y otros. Por eso decidimos hacer algunos vídeos informativos e infografías vistosas para captar la atención del público sobre el objetivo real del programa. Utilizamos canvas para las infografías, para luego utilizarlas como posts de instagram. También grabamos vídeos en los que se explicaba la importancia de la diversidad y la inclusión en Erasmus, así como los valores y objetivos en los que consiste.

### Conclusión

En general, como puede verse en este informe, hemos aprendido a adaptarnos y a utilizar nuestros conocimientos previos para colaborar con Senara. Dimos lo mejor de nosotros para hacer y editar los vídeos y también tuvimos éxito en la búsqueda de candidatos para las entrevistas. Además, aprendimos a trabajar con un cliente y a adaptarnos a sus necesidades. Fue muy útil ver cómo el sector del impacto social necesita muchas habilidades diferentes para prosperar. Consideramos que son necesarias más proyectos como WAE, que conecten Europa con los jóvenes.





Erasmus+



## **Report done by the participants**

English version

### **Challenges**

Senara required that we return content that could be shared on social media or other platforms to raise awareness of Erasmus +'s goals and work among students. We needed to figure out how to make it simple for students to access information about the programs they were interested in, as well as how to reach out to them. So, the first problem was determining where we could reach the largest target audience. We're targeting university-aged students.

How could we persuade those particular clients to look at our work? The best solution was to use social media. That is where the majority of communication occurs, and it is also the easiest to disseminate information. Also, because all of our objectives were concentrated in that one location, we decided to concentrate our efforts on Instagram and possibly tiktok. The majority of Instagram users are between the ages of 17 and 26.

The second challenge was deciding how we should present our content. Was it expected of us to write articles? Do you want to take pictures? We decided that videos generated by students for students were the greatest format for social media. It is necessary to send a clear and exact message. We decided to make two sorts of videos to help people learn more. The interviews were the first, and the instructive films were the second. We had to decide which question would be the most intriguing and specific for program participants.

We needed to contact people who had already completed the Erasmus program for the interview films, so we used social media and people we knew to find students who could assist us in achieving our objectives. Some people were eager to collaborate with us right away, but in other cases, it was more difficult to gain a positive response quickly, so we had to rely on our communication and persuasion skills. But we managed it, and we now have a lot of interesting and enthusiastic people working with us.

We had to perform a lot of research and be very exact with our facts for the instructive video. To put together the videos and the montage for both sorts of videos, we had to use informatics and design talents. We decided to supplement the instructive films with written content in the form of blog posts for each of the topics we discussed. To use the applications, you'll need design



Erasmus+



and Photoshop expertise. We wanted to create vibrant and engaging content that would appeal to our generation.

The challenge of working in a group is sometimes overlooked. But the task of working in a group with varied creative points of view can be difficult, but we managed to pull it off admirably with everyone pitching in.

Finally, working for the first time with real clients that need work to be completed on schedule was a challenge, but it was rewarding to provide content that we knew they would use and that they were satisfied with.

## **Objectives**

The project in collaboration with Erasmus+ had the objective of raising awareness and visibility to this program. Many people know that Erasmus exists but it may be difficult to find information and apply for it when not enough knowledge is provided. We also had the objective of motivating more people to choose to apply to Erasmus+. To do this we asked people that are on an Erasmus+ program or have collaborated with Erasmus+ to answer four questions each. This will be posted on the Instagram of Senara and will show to its followers how it can benefit them to participate in Erasmus+.

Another objective we had was to inform people about current global events as well as how the Erasmus programme fosters equality of opportunities. To do this we have made informative videos as well as infographics. These are easy to read and illustrative and will also be posted onto social media.

Overall, we reached the objectives set by using our skills and knowledge to create engaging posts and interviews to increase the awareness of Erasmus+ amongst people.



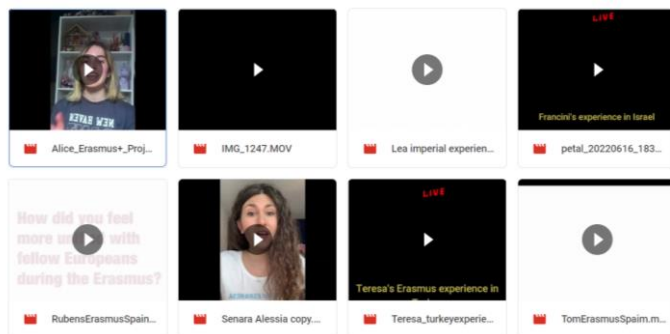
Erasmus+

25 FUNDACIÓN SENARA

## Achievements

### Interviews:

One of the objectives of Senara while working with the Erasmus program, as mentioned earlier, was to raise awareness about the program, and to communicate the objectives. We decided to do these interviews to communicate the real experiences of people that have done the Erasmus



program, and through them explain the values that the EU wants to disperse. We came up with 8 different questions that best served the purpose of our objectives. The questions were the following: “How did they feel more unified with their fellow

Europeans while doing the erasmus? Do you feel you got a broader understanding of Europe and European cultures while doing the exchange? What have you learned about the experience? For you, what is the main goal of Erasmus+? One thing you wish you knew before Erasmus+? How did you find out about Erasmus+? How was the process of Erasmus+? One of Erasmus+'s main goals is to promote equality, do you think they achieve that goal? How?” These questions were answered by students all around the globe, who participated in exchanges in Spain, Turkey, Israel, Italy etc.

The interviews helped us achieve the objective of viewers and people who may want to participate in an exchange of Erasmus to understand what are the values and the learning experiences that you get while doing it.

### Infographies-informative videos:

Senara also wanted to raise awareness about important issues such as covid19, fake news, etc. Also, ways in which we could inform people about the Erasmus objective, how to get information about it, and others. That is why we decided to do some informative videos and colourful infographics to catch the attention of the public on the actual purpose of the program. We used



Erasmus+

25

FUNDACIÓN  
SENARA



canvas for the infographics, to later use them as instagram posts. We also filmed videos explaining the importance of diversity and inclusion in Erasmus, and the values and objectives it consists of.

## Conclusion

Overall, as it can be seen through this report, we have learned to adapt and use our previous knowledge to collaborate with Senara. We gave our best to do and edit the videos and were also successful at finding candidates for the interviews. As well as this, we learned how to work with a client and to adapt to their needs. It was very helpful to see how the social impact sector needs a lot of different skills to thrive. We believe that more projects like WAE, which connect Europe with young people, are needed.

*Drive with all the videos, posts and documents*

<https://drive.google.com/drive/folders/17YjfVjEeRWdVUevWQENHAqEtNRShUpD5?usp=sharing>

# More information ?

[comunicacion@fundacionsenara.org](mailto:comunicacion@fundacionsenara.org)

+34 91 301 65 10