

L'objectiu d'aquesta darrera hipòtesi consisteix en analitzar la influència dels diferents agents socialitzadors en la configuració de les identitats adolescents i obtenir una visió global de l'influx de l'escola en relació a la resta d'agents.

Amb aquesta finalitat, primer s'analitzen les principals fonts d'informació d'Europa que reben els adolescents, la freqüència del tractament dels temes d'Europa a l'escola, així com els coneixements que s'imparteixen per assignatures. Tanmateix, s'analitza la informació que reben els enquestats de la Unió a través dels mitjans de comunicació.

Finalment, es comparen les influències dels principals agents socialitzadors en el procés de creació de les identitats, i s'analitza la influència de cadascun dins els diferents nivells identitaris.

Hipòtesi 8:

H8: L'escola i els mitjans de comunicació són les principals fonts d'informació d'Europa que reben els adolescents, però la seva influència en la formació de les identitats és secundària.

1. Principals fonts d'informació d'Europa per als adolescents.

Amb l'objectiu de conèixer l'origen de la informació que posseeixen els adolescents sobre Europa, es va preguntar directament als enquestats la seva opinió. Les respostes mostren l'escola com l'agent més important proveïdor d'informacions. Per tant, els alumnes són conscients de l'important rol de la institució escolar com a transmissora de coneixements.

La televisió és la segona font a través de la qual els adolescents s'informen d'Europa. En tercer lloc se situaria la casa, entenent-se com a tal els pares i la família; posteriorment els viatges, els familiars i amics a l'estranger, i finalment, els amics.

Taula 47. Principals fonts d'informació d'Europa per als adolescents (freqüències i percentatges).

RESPOSTA	FONTS D'INFORMACIÓ											
	Escola		Casa		TV		Amics		Viatges		Estrangers	
	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%	Fr.	%
Cap informació	5	1,26	21	5,31	14	3,54	149	37,72	104	26,33	171	43,29
Poca	73	18,48	120	30,38	99	25,06	141	35,70	139	35,19	89	22,53
Bastant	249	63,04	185	46,84	199	50,38	28	7,09	73	18,48	52	13,16
Tota la informació	49	12,41	32	8,10	56	14,18	10	2,53	15	3,80	14	3,55
No contesta	19	4,81	37	9,37	27	6,84	67	16,96	64	16,20	69	17,47
Total	395	100	395	100	395	100	395	100	395	100	395	100

En la taula 47 s'observa que els adolescents consideren l'escola com la principal font d'informació obtinguda. El 75,4% dels alumnes enquestats consideren que tota o bastant de la informació que reben d'Europa prové dels centres escolars. Aquest és un percentatge força elevat.

La televisió és escollida com la segona font d'informació per ordre d'importància. És considerada com a tal pel 64,3% dels enquestats. Cal subratllar, però, que el percentatge d'alumnes que consideren la televisió com la font d'on prové "tota" la seva informació d'Europa és superior als que opinen això mateix de l'escola.

El 46,8% dels alumnes considera que reben bastant informació de la seva casa, o sigui de la família. No obstant, cal destacar que tan sols el 8,1% creu que reben la informació total a través d'ella. Així mateix, el 30,4% opina que de la família rep poca informació.

Conseqüentment, les dues fonts d'informació d'Europa més valorades entre els adolescents són l'escola i la televisió.

Comparació dels resultats amb altres estudis.

Si comparem aquests resultats del nostre estudi amb els del *Collaborative Research in Modern Languages Education* (Convery, 1997), s'observa que són força coincidents. Les dues fonts d'informació d'Europa més valorades entre els alumnes també resulten ser l'escola i els mitjans de comunicació, però els percentatges en aquesta recerca s'inverteixen. La font més valorada a l'estudi de Convery són els mitjans de comunicació, opinió del 54,8% dels enquestats. El segueixen l'escola, amb el 46,5% i la família amb el 27,4%.

Tanmateix, en els Eurobaròmetres de 1997 i 2001 s'observa que la font d'informació d'Europa més valorada pels joves enquestats també és la televisió, amb el 62,2% i el 54% dels percentatges respectivament. El segueixen l'escola amb el 48,4% i el 51%. Per tant, en l'evolució del temps transcorregut entre els dos Eurobaròmetres sembla que la televisió va perdent força en funció de l'escola, tot i que el mitjà audiovisual continua sent el més valorat. Això coincideix amb els nostres resultats, on l'escola supera a la televisió com a font d'informació principal d'Europa, segons els adolescents.

En el nostre estudi, curiosament, els viatges estan molt poc valorats entre els adolescents com a font d'informació dels seus coneixements d'Europa. El 26,3% creu que viatjar no li aporta cap informació, el 35,2% creu que poca, i tan sols el 18,5% opina que bastant. Això es corrobora en l'estudi de Convery (1997). D'entre els alumnes que van visitar altres països, el 20% afirmava que no van obtenir més informació sobre Europa que l'experiència. El 51,6% reconeix que en van rebre poca. I tan sols el 2,3% pensa que va obtenir tota la informació a través del viatge. Sembla ser, doncs, que els adolescents no són conscients de la importància i la influència dels viatges en el seu coneixement. Això potser es deu a què el que aprenen amb aquesta experiència ho fan de forma informal i comporta que no s'adonin del seu real aprenentatge. Tanmateix, com ja es va mostrar en un capítol anterior, existeix una important relació entre els joves que han viatjat a països europeus i els resultats dels seus coneixements d'Europa (Prats, 2001).

Finalment, els amics també estan poc valorats com a font d'informació d'Europa. El 73,4% opina que els aporta poca o cap informació. I el mateix s'observa per als familiars i amics de l'estranger (65,8%).

2. Freqüència del tractament de temes d'Europa a l'escola.

Centrant-nos en la institució escolar, si observem la freqüència amb la qual es tracten els temes d'Europa a classe, el primer que ens sorprèn és la diversitat de respostes per part de l'alumnat enquestat. No obstant això, el percentatge més elevat (el 42,29%) dels adolescents afirma que s'imparteixen algunes lliçons d'Europa a classe cada setmana. El 16,72% dels enquestats no ho sap, i les següents respostes corresponen a percentatges bastant inferiors. Així doncs, es tracten temes d'Europa a classe amb força assiduitat.

Taula 48. Assiduitat amb què es tracten temes d'Europa a l'escola.

ASSIDUITAT	Fr.	%
Diàriament	8	2,02
Algunes lliçons/setmana	167	42,29
1 cop/setmana	32	8,10
1 cop/vàries setmanes	28	7,08
Poques vegades/trimestre	38	9,62
1 vegada/trimestre	13	3,29
Mai o quasi mai	26	6,58
No ho sé	66	16,72
No contesta	17	4,30
Total	395	100

Comparació amb els resultats d'altres estudis.

Aquests resultats coincideixen amb els de l'estudi de Convery (1997). En ell el 46,5% de joves opina que l'escola és la principal font d'informació que reben d'Europa, així

mateix, el 36,6% afirma que tracta temes d'Europa a classe alguns dies a la setmana i tan sols el 9,9% mai o quasi mai.

3. Valoració de la Dimensió Europea en el currículum escolar.

Posteriorment es va preguntar als alumnes quina era la seva valoració del nivell de coneixements d'Europa que adquirien a través d'una sèrie d'assignatures als centres escolars.

Taula 49. Nivell de coneixements d'Europa per assignatures (%).

CONEIXE.	ASSIGNATURES							
	Anglès	Geogr.	Històr.	Mates	Lleng.	Ciència	Esport	Altres
Elevat	9,4	48,9	35,2	7,3	7,1	6,8	15,9	9,5
Mitjà	31,6	35,7	43,3	12,2	24,6	27,6	16,5	20,3
Inferior	29,9	7,1	12,2	19,0	27,8	28,1	20,0	20,3
Inexistent	21,0	2,0	3,3	54,7	29,1	28,9	39,2	31,9
No contest	8,1	6,3	6,1	6,8	11,4	8,6	8,4	18,0

Si observem la taula 48, gairebé la meitat dels adolescents enquestats considera que obtenen uns coneixements d'Europa elevats a través de l'assignatura de geografia. La història és la segona assignatura més valorada respecte al volum d'informació europea obtinguda. Així ho creu el 35,2% dels joves. En canvi, les matèries on no es tracten temes d'Europa són les matemàtiques i l'esport. El 54,7%, o sigui, més de la meitat dels adolescents enquestats, considera que és inexistent el coneixement d'Europa que obtenen a través de les matemàtiques. I el 39,2% ho afirma de l'esport.

Comparació dels nostres resultats amb altres estudis.

Si es comparen aquests resultats amb els del *Collaborative Research in Modern Languages Education* (Convery, 1997) s'observa una similitud parcial. Les assignatures més valorades entre els joves per l'aprenentatge que a través d'elles fan d'Europa també són: la geografia (78,7%) i la història (68,5%). Tanmateix, la tercera matèria valorada en la recerca de Convery són les llengües modernes (60%), que en el nostre estudi, en canvi, obtenen uns percentatges molt reduïts.

Altres investigacions, com la de Bordas i Giles (1993); Goodson i McGivney (1985); Patterson i Sahni (1994); confirmen que aquestes tres assignatures tradicionals, incloent les llengües modernes, continuen sent els principals vehicles de promoció de la dimensió europea a través de les escoles, en lloc de matèries com ara: el civisme, els estudis socials i polítics, etc.

Així doncs, els temes d'Europa s'aprenen a través de les ciències socials, i bàsicament a través de la geografia, la història i les llengües modernes. Cal subratllar, però, que en el nostre estudi, com s'ha esmentat, el percentatge del coneixement d'Europa que s'obté de les llengües modernes és baix. Aquest fet potser es deu a què el tractament que es dóna a aquestes matèries en els nostres centres escolars és exclusivament lingüístic i deixa de banda aspectes culturals i socials, importants per a la Dimensió Europea.

Aquesta mancança de la importància de les llengües modernes com assignatura clau en la difusió d'Europa no s'explica si s'observa la delimitació dels currículums espanyol i català. Com ens diu l'estudi de Prats i altres autors (2001), el currículum per l'Educació Secundària Obligatòria, que es va establir el 1991 i va ser modificat pel Reial Decret de 29 de desembre de 2000, determina uns continguts mínims sobre la Dimensió Europea de l'Educació que han de contenir les assignatures de geografia, història i llengües modernes. A més, l'esment i la importància que se li atorga a la Dimensió Europea és molt superior en l'apartat de llengües que en els de geografia i història. En el Decret s'esmenta textualment:

“La integraci3n en la Uni3n Europea de pa3ses con hablantes de lenguas diversas hace necesario el conocimiento de lenguas extranjeras para facilitar la comunicaci3n entre los

miembros de esta amplia comunidad. En este contexto se reconoce el papel de las lenguas extranjeras como elemento clave en la construcción de la identidad europea: una identidad plurilingüe y multicultural, así como uno de los factores que favorece la libre circulación de personas y facilita la cooperación cultural, económica, técnica y científica entre los países. El Consejo de Europa (...) estima que se debe dar un nuevo impulso a la enseñanza de idiomas que ayude a desarrollar la idea de ciudadanía europea". A més, un dels objectius principals és el d'accedir al coneixement de la cultura que transmet la llengua estrangera, desenvolupant respecte cap a ella i els seus parlants, per aconseguir un millor enteniment internacional. Sembla, però, que aquest objectiu no es treballa a la pràctica educativa.

Com a conclusió d'aquest apartat sobre les principals assignatures que difonen la Dimensió Europea de l'Educació a través de l'escola, es pot afirmar que els professors ensenyen als seus alumnes història, geografia, així com aspectes lingüístics i culturals d'Europa. Tot i que amb la LOE es reforça la importància de l'estudi de les llengües. Però la gran mancança en l'àmbit educatiu és l'ensenyament del desenvolupament social i econòmic actual de la Unió Europea.

4. Els mitjans de comunicació com a fonts d'informació d'Europa.

Com s'ha comentat amb anterioritat, la segona font d'informació d'Europa valorada pels adolescents enquestats és la televisió.

Segons Fernández Cavia (2002), els adolescents veuen la televisió una mitjana de 2 a 3 hores els dies laborables, i més de tres durant els caps de setmana. Els adolescents de gènere masculí veuen més temps el mitjà televisiu que les noies. També consumeixen més televisió aquells que tenen un aparell propi a l'habitació i els que pertanyen a famílies amb menys recursos econòmics. Amb tot, veure la televisió no és una activitat de lleure atractiva per als adolescents i s'ha demostrat que aquests passen menys temps davant l'esmentat mitjà que els segments d'edats més elevades.

Tenint en compte aquestes dades, el nostre estudi s'interessa per conèixer què aprenen els adolescents d'Europa a través d'aquest mitjà audiovisual. Amb aquest objectiu es va preguntar als entrevistats sobre una sèrie de temes d'actualitat europea en el moment de realitzar-se l'entrevista. Se'ls demanava que opinessin sobre la veracitat d'unes notícies, amb la qual cosa també es mostrava la proximitat i l'interès dels adolescents per Europa.

La primera qüestió consultada versava sobre si Turquia tenia aprovada l'entrada a la Unió Europea al 2005. La resposta era fals, i ho van contestar correctament el 43,8% dels joves enquestats. El 23,8% no ho sabien, i el 32,4% no van contestar.

La segona pregunta qüestionava si el Pla Hidrològic Nacional estava aprovat. La resposta en aquell moment era afirmativa, i ho sabien el 46,6% dels enquestats, enfront el 23,3% que van respondre negativament. El 30,1% no va contestar.

Finalment, la darrera pregunta inquiria en si tots els països de la Unió Europea estaven d'acord en aprovar la guerra contra Irak. La resposta era fals, i la van encertar el 64,3% dels enquestats. Tan sols el 7,8% es va equivocar en aquesta resposta.

En els resultats s'observa que les dues primeres notícies són conegudes per un percentatge baix d'adolescents, ja que no arriba a la meitat dels enquestats. En canvi, la pregunta de la guerra la coneixen més alumnes. Això es pot deure a què el conflicte d'Irak va comportar molta polèmica, i va fer posicionar a gran part del sector juvenil.

Concloent, tot i que l'audiència televisiva és important entre els adolescents, i es tracta d'un important agent socialitzador, els percentatges del coneixement de les notícies preguntades indica que els joves no veuen gaires programes de notícies o d'actualitat. Per tant, la informació real que poden obtenir a través del mitjà televisiu és inferior al que es pugui preveure.

No obstant això, respecte a l'interès per les notícies, segons l'estudi de Prats (2001) es pot afirmar que en relació a altres grups d'edat i als resultats d'estudis anteriors, el grau d'interès dels joves per les notícies de la Unió Europea està augmentant. Cal subratllar

també, que els adolescents que manifesten més interès són els que millor valoren el procés, més informats estan i millors expectatives posseeixen de la Unió.

Tanmateix, per conèixer la informació que reben els adolescents d'Europa a través dels mitjans de comunicació, també cal tenir en compte quin tractament dels temes europeus ofereixen aquests mitjans. Segons un dels darrers Eurobaròmetres, més d'un de cada tres ciutadans de la Unió pensa que els mitjans de comunicació nacionals dels diferents Estats membres dediquen poca importància als temes d'Europa (European Comisión, 2004).

Segons Machill, Beiler i Fischer (2006), existeixen diferents nivells de tractament dels temes d'Europa entre els diferents Estats. Els mitjans alemanys, danesos, holandesos i escandinaus donen més importància als temes europeus, mentre que a França, Espanya i Àustria es tracten més moderadament. En canvi, Itàlia, Irlanda i Bèlgica els tracten molt poc.

Amb tot, en general, els temes europeus es tracten mínimament als mitjans de comunicació dels diferents Estats membres. Se centren en els protagonistes nacionals, i s'observa que els interessos estatals continuen exercint una forta influència en els aspectes tractats. També cal subratllar que la intensitat dels temes europeus difosos augmenta quan aquests tenen relació amb esdeveniments particulars importants, com la introducció de l'euro o l'adhesió de nous Estats membres.

Així doncs, l'uropeïtzació dels temes tractats als mitjans de comunicació augmenta gradualment en el temps, i ve marcat per les ocasions i els esdeveniments especials. Es pot afirmar que s'està desenvolupant una esfera pública europea lentament, amb grans diferències entre els diferents Estats, on els mitjans tenen una importància cada cop més important. Però encara queda gran camí per recórrer en el tractament dels temes d'Europa en els mitjans nacionals, ja que no existeix ni una sincronització de difusió ni de debats.

5. La família i l'entorn com a principals agents influenciadors en la formació de les identitats primàries.

En aquest capítol, fins al moment ens hem centrat en les fonts a través de les quals els joves obtenen la informació d'Europa. Però com ja s'ha esmentat anteriorment, la informació i els coneixements no sempre fomenten la creació dels sentiments d'identitat. Cal matisar que els factors influenciadors en la creació de les identitats primàries són diferents als que repercuteixen en les identitats secundàries o complementàries.

Els dos principals factors que intervenen en la creació de les identitats primàries dels adolescents, esmentats per ells mateixos, són la família, especialment els pares, i l'entorn, que està configurat pels amics, l'ambient del barri o la localitat, afectant per aquest ordre.

En les entrevistes en profunditat es va preguntar als alumnes entrevistats quina era la seva primera identitat i per què; o sigui, què els feia sentir català, espanyol o europeu. Alguns d'ells parlaven de la influència dels seus pares com el principal factor d'influència.

Un noi de Riudoms de quart s'expressava així: "Jo sóc català i europeu, però espanyol no. El meu pare sempre ha pensat així i a l'estar a casa amb ell...prefereixo que sigui un país Catalunya que Espanya. També em sento europeu, perquè vivim a la Comunitat Europea i formem part de...encara que també formem part d'Espanya, però el meu pare sempre ha sigut molt català, i els espanyols fora".

Un altre noi català de Falset també afirmava: "Em sento molt català perquè tota la meva família és d'aquí, de Catalunya. Sóc d'aquí, d'aquí. Potser els besavis dels meus besavis eren de fora, però tota la gent que he arribat a conèixer de la meva família...tots són d'aquí". En la mateixa línia, una noia de Torredembarra assegurava: "Em sento únicament catalana. I si hagués de triar la identitat espanyola com a segona opció...em sentiria abans europea. Em sento catalana perquè tens tota la família d'aquí, i la llengua

i la cultura...és com t'han pujat. Els teus pensaments depenen molt del que et diuen quan ets petit”.

La influència familiar en la configuració de les identitats dels adolescents és patent des de les diverses posicions existents. Una noia catalana, però de pares murcians, també expressava la influència que els seus pares han jugat en la formació de la seva identitat: “Jo em sento espanyola, perquè estic a Espanya, després catalana, perquè estic a Catalunya, i després europea.(...) Des de sempre m’han imposat (els seus pares) ser espanyola, i com a complementari ser catalana. Pots ser murcià, però primer espanyol, perquè estàs a l’Estat”. Tal i com ha expressat aquesta noia, tots els adolescents que tenen pares o familiars propers d’altres comunitats de l’Estat Espanyol, a més de catalans, se senten espanyols. Alguns se senten primer espanyols i després catalans, o a l’inrevés, però la influència de la família els fa no rebutjar les pròpies arrels.

Però a més dels pares, el segon gran factor d’influència és l’entorn, el qual suposa bàsicament el grup d’iguals, però també l’ambient de la zona o la localitat. Un jove català amb els pares d’Aragó i Extremadura que és de Falset, s’expressava així: “Jo em sento català i espanyol. Una mica més espanyol perquè la família influeix i és d’allí. Europeu...no gaire. Em sento així per la família. I l’entorn també influeix, perquè al tindre que parlar català i tot això...per això també em sento català”. Segurament, cal pensar que si aquest jove no visqués a Falset, on existeix poca immigració i predomina majorment l’ús de la llengua catalana, i en canvi visqués a Camp Clar, on és difícil trobar una família d’origen català, aquest noi tan sols se sentiria espanyol i gens català.

La influència de l’entorn és molt clara en els adolescents entrevistats d’origen estranger. Primer de tot se senten del seu país, però en segon lloc la identitat està totalment influïda per l’ambient de l’entorn. Per exemple, extrapol·lant aquestes dades, un estranger que visqui a Camp Clar se sentirà del seu país i espanyol; català no gens. I d’igual forma, un estranger que visqui a Falset se sentirà del seu país i català, però gens espanyol. Una noia colombiana que viu a Camp Clar especificava: “Me siento colombiana porque he vivido muchos años en mi país. Porque Colombia es una parte de mi, donde yo he estado. Me gusta mi país. Yo digo que estoy aquí por una necesidad. Me he ido de mi país por la guerra...Me siento un poquito española, porque se me pega un poco el hablado, pero catalana no. No me gusta el catalán”. Contràriament, un noi

marroquí que viu a Falset afirmava: “Em sento entre marroquí i català. Una mica més marroquí. Espanyol i europeu, no. A mi no m’agrada Espanya. Jo sóc marroquí perquè vaig néixer a Marroc, però a la vida vas canviant. Ara sóc aquí i em sento també català”.

Cal subratllar que, curiosament, els estrangers de països extracomunitaris no se senten europeus en absolut. En aquest cas la identitat europea sí és rival i topa amb la seva primera identitat.

Consegüentment, s’ha constatat a partir de les trenta-sis entrevistes en profunditat realitzades, que els dos factors fonamentals en la creació de les identitats dels adolescents són les arrels familiars i la ideologia predominants en l’entorn i el grup d’iguals amb els quals es relacionen. Cal matisar que aquests dos agents influeixen principalment en les identitats primàries, com poden ser la catalana, l’espanyola, o de la localitat. En cap cas aquests factors influeixen en la formació de la identitat europea, ja que en tractar-se de quelcom nou en procés de formació, no pot comportar una influència radicada en les arrels familiars. Igualment, tampoc existeix encara cap localitat o barri on predomini la identitat europea per sobre de les locals. Per aquest motiu, la identitat europea existent en el sentiment identitari adolescent és bàsicament secundària i complementària de les identitats més bàsiques i identificatives.

Per altra banda, els factors que més influeixen en el foment de les identitats secundàries o complementàries són l’escola i els mitjans de comunicació. Es tracta d’importants agents socialitzadors, que com s’ha vist anteriorment, juguen un gran paper com a fonts d’informació per als adolescents, i com a influenciadors en la creació de les identitats secundàries o complementàries. La família i l’entorn, en canvi, són factors més subjectius, que influeixen en la part més afectiva dels individus, i per tant, en les identitats primàries.

Malgrat l’escola i els mitjans de comunicació són agents que influeixen en la formació de les identitats secundàries dels adolescents, cal reconèixer la seva labor i el seu gran potencial com a agents socialitzadors.

En resposta a la pregunta de què es pot fer perquè la gent se senti més europea, alguns adolescents afirmen que és qüestió de temps, que a mesura que la Unió Europea avanci,

tots ens anirem sentint més europeus. Però molts altres enquestats esmenten la important funció de l'escola. Opinen que la identitat europea augmentarà si a través dels centres escolars es faciliten més informacions i es motiva als adolescents en fomentar aquesta nova identitat.

Segons els entrevistats, els mitjans de comunicació també han de fomentar la identitat europea. Un jove de Tarragona afirmava: “Los medios de comunicación tienen mucha influencia dependiendo si hablan bien o mal de las cosas. Si ellos hablan bien de un país, la gente tarde o temprano acaba siendo influida por esa información. Por ejemplo, de Estados Unidos siempre se habla bien, que siempre tira para adelante, que protege a su gente... y se le considera un buen país. Si se habla bien de Europa, que es una organización que tira para adelante...yo creo que influirían”.

Un aspecte clau, per tant, és la informació que proporcionen els mitjans de comunicació d'Europa. Es considera fonamental explicar què fa la Unió de positiu per als ciutadans dels Estats membres, què resulta beneficiós d'aquesta Unió, en què s'ens ajuda i de què ens podem sentir satisfets de la UE. Una jove de Tarragona deia: “Ens han de donar més informació sobre els avantatges de la UE, perquè trobo que n'hi ha bastants, perquè ens ajuda molt a l'economia, i en tot. Ser part de la UE té molts avantatges, però la gent no els veu i no s'els explica bé”. Una altra jove de Torredembarra afirmava: “Segurament Europa ens fa molts favors...la confiança sempre l'agafem si ens donen algo, si ens fan favors. Si ens donen coses i avantatges nosaltres ho agraiem i ens sentirem més europeus. Si vingués una guerra i Europa ens ajudés...els ho agrairíem molt”.

Així doncs, són l'escola, i en segon lloc, els mitjans de comunicació, els principals factors influenciadors en la creació de la identitat europea, segons consideren els alumnes. Però considerem que, perquè aquesta es fomenti, no es requereix tan sols subministrar informació. L'escola ha d'informar de tot el procés d'unificació social i econòmica, i no tractar solament els orígens de la Unió Europea o les institucions que la constitueixen (conclusions extretes de les entrevistes en profunditat). Així mateix, cal subministrar informació de les diferents cultures, llengües i maneres de viure de tots els ciutadans de la Unió de forma positiva i tolerant. I finalment, i més important, ha d'informar dels avantatges o beneficis que comporta la UE als ciutadans de tots els Estats membres, perquè aquesta sigui valorada positivament i desperti la part afectiva en

els individus. De la mateixa manera, els mitjans d'informació, per fomentar la identitat europea, cal que informin dels aspectes positius de la Unió i dels avantatges que aquesta ens reporta, i no només dels problemes de la immigració o les desavinences entre països.

Tanmateix, cal subratllar que, tot i que realment es fomenti la identitat europea entre els adolescents a través de l'escola i els mitjans de comunicació, segons les nostres dades, es tracta d'una identitat secundària. La identitat europea pot augmentar, però segurament seguirà sent una identitat complementària a les identitats catalana o espanyola. Com ja s'ha esmentat anteriorment, els factors que més influeixen en la creació de les identitats primàries són la família i l'entorn, i ara per ara, és molt difícil que aquests dos factors fomentin la identitat europea entre els adolescents.

6. Conclusions de la hipòtesi 8.

Com a conclusió d'aquest capítol, els adolescents obtenen la màxima informació d'Europa de l'escola, amb una freqüència d'algunes lliçons per setmana; i en segon lloc, dels mitjans de comunicació. Però malgrat l'elevada valoració dels mitjans per part dels adolescents com a font d'informació d'Europa, en els resultats del qüestionari s'observa que els enquestats desconeixen diverses notícies europees d'actualitat tractades als mitjans.

La informació d'Europa és necessària per fomentar entre els joves la identitat europea, però qualsevol informació no és suficient. Amb aquesta finalitat, resulta fonamental tractar els aspectes d'apropament cultural entre països, així com destacar els avantatges que la UE reporta als ciutadans dels diferents Estats membres.

Finalment, cal tenir present l'existència de dos tipus diferents d'agents influenciadors en la creació de les identitats dels adolescents. Els que influeixen en el nivell primari: la família i l'entorn; i els que afecten al nivell secundari: l'escola i els mitjans de comunicació. Aquests dos últims, a més, resulten ser les dues principals fonts d'informació d'Europa dels adolescents, i influeixen en la formació de les seves

identitats, tot i que amb uns certs requisits ja esmentats anteriorment. Tanmateix, influeixen en un nivell secundari d'identitats complementàries.