



## L'Ajuntament engega una campanya de comunicació per apropar-se als i les joves de la ciutat

'Joves de Barcelona' estrena imatge i nom per adequar els canals i la comunicació al jovent de la ciutat amb l'objectiu de fer-los arribar l'oferta de serveis i recursos municipals que tenen a l'abast

S'obren dos nous canals a Instagram i Tiktok on participaran influencers que donaran a conèixer aquests serveis municipals amb un llenguatge més juvenil

També es crea un nou web on es concentra tota la informació municipal referent als i les joves de 12 a 35 anys de la ciutat

L'Ajuntament de Barcelona ha posat en marxa la nova campanya 'Joves de Barcelona' per fer arribar l'oferta de serveis municipals als i les joves de 12 a 35 anys. La nova campanya pretén adequar els canals i la comunicació al públic més jove amb una nova imatge corporativa, un **nou web** i més presència a les xarxes socials amb la participació d'*influencers* coneguts entre els més joves.

Aquesta campanya sorgeix de la proposta que van fer arribar els i les 99 joves que van participar, des del juliol de 2021, a la iniciativa de participació ciutadana Fòrum Jove BCN. Una de les seves peticions era adequar els canals i els llenguatges de comunicació al públic més jove de la ciutat, per tal de facilitar la recerca de recursos i fer més extensible i visible els serveis municipals que se'ls ofereix. Per tant, seguint els criteris proposats, l'Ajuntament de Barcelona ha engegat diverses accions comunicatives per donar resposta a les peticions i aconseguir apropar-se a les necessitats que reclama el jovent de la ciutat.



El regidor d'Infància, Joventut, Persones Grans i Persones amb Discapacitat, Joan Ramon Riera, ha declarat que amb 'Joves de Barcelona' "proposem un canvi de concepte situant en el centre la condició de jove, perquè hi trobi la informació i els serveis del seu interès, així com conèixer el que es duu a terme en matèria juvenil a Barcelona". "Volem acompanyar els i les joves en el camí vers l'emancipació, i tot allò que calgui per viure amb plenitud la condició de jove a la ciutat" ha afegit.

El canvi més significatiu és la nova nomenclatura, que passa d'anomenar-se infoJOVE a 'Joves de Barcelona' amb una nova imatge gràfica que tenyeix de vermell i blanc tots els punts on s'ubiquen els serveis d'informació i orientació als joves. En total són 18 punts d'atenció – cobrint tots els districtes de la ciutat- i incloent el Centre d'Assessorament Acadèmic per a Joves (CAAJ), i el Centre d'Informació i Assessorament per a Joves (CIAJ). A més, 'Joves de Barcelona' també es troba a 85 instituts de secundària.

Pel que fa al món digital, es concentra tota la informació i comunicació en el nou web [joves.barcelona](http://joves.barcelona). D'aquesta manera, es facilita la recerca d'informació sobre estudis, feina, habitatge, benestar emocional i lleure i oci. A més, es generen dos nous canals principals de comunicació a les xarxes socials amb més repercussió entre els joves, Instagram i Tiktok, on s'adoptarà el to i el llenguatge per als diferents públics i canals.



**@joves\_barcelona** és el nou compte a Instagram des d'on es comunicarà els serveis amb recursos gràfics molt clars i entenedors. **@joves\_barcelona** és també el nou canal de Tiktok que se cedirà a perfils *d'influencers* perquè donin a conèixer els serveis municipals amb el seu propi llenguatge i el puguin difondre més enllà de les xarxes socials municipals. Pel que fa al perfil de **Twitter** ja existent, canviarà la imatge i els continguts per adaptar-se a la nova comunicació sobre serveis i actualitat.

A més, també es posa en marxa una campanya publicitària que omple els carrers de la ciutat per a donar a conèixer la nova imatge 'Joves de Barcelona' i els serveis municipals que els i les joves tenen al seu abast. La campanya a les xarxes socials està protagonitzada per un seguit *d'influencers* referents del jovent que expliquen els serveis que ofereix 'Joves de Barcelona' fent el símil amb una rutina de cura personal. Els *influencers* que hi participen són de diferents perfils i àmbits, d'aquesta manera es pretén apropar-se als canals i als emissors més emprats i visitats amb l'objectiu de donar a conèixer els serveis municipals i arribar al major número de joves possible.

- **Blanca Guilera** es convertirà en la cara més visible del Tiktok 'Joves de Barcelona'. Amb un estil natural i proper crea continguts d'història, història de l'art, curiositats de Barcelona i cultura i actualitat.
- **Mis Raissa**, rapera feminista nascuda al Marroc. Coneguda per ser autora de "Pondré los colores" i "Porqué me da la gana", és també activista feminista i antiracista en els continguts que realitza a xarxes on acumula 65k de seguidors a Instagram.
- **Nadine Romero**, ballarina i coreògrafa. Va ser la cara digital del programa 'Eufòria' de TV3. Dins del seu contingut defensa la diversitat de cossos a tot tipus d'espais.
- **Roma BA**, jove creador de continguts que viu entre Barcelona i Madrid. Obertament membre del col·lectiu LGTBIQ+, és conegut per ser ambaixador i presentador al portal Netflix.
- **Genís Costas**, jove creador de contingut de Guinea-Bisáu. Els seus vídeos estan relacionats amb el racisme que pateix com a català d'origen africà amb un to humorístic. Actualment participa al programa InfluenX3r, al canal SX3 de TV3.

**Enllaç a la nota de premsa i imatges i vídeo de la campanya de comunicació**

---