

# L'educació mediàtica a Catalunya: Educació Primària

Treball de Final de Màster

**FORMAR  
TRANS-  
FORMAR**



**Aina Milà Solé**  
Màster en Periodisme i  
Comunicació Digital: Dades i  
Noves Narratives  
Tutora: Raquel Herrera Ferrer  
Juny 2021

## Abstract

La societat actual està hiperconnectada i els mitjans de comunicació tenen un paper fonamental; però cal fer-ne una lectura crítica, ja que la desinformació, la infoxicació i les fake news estan a l'ordre del dia. Infants i joves no queden al marge d'aquests fenòmens i cal que, des de ben petites, les criatures aprenguin a fer un consum conscient dels mitjans, puguin analitzar i mostrar-se crítics davant del contingut informatiu i de ficció que consumeixen. Per aconseguir-ho, és necessària l'educació mediàtica. La situació actual d'aquest enfocament és gairebé inexistent en la legislació i als centres educatius però la preocupació d'experts, professorat i famílies és creixent. En aquesta recerca, s'analitza la situació actual, es recullen opinions d'infants d'educació primària respecte els mitjans de comunicació i les plataformes digitals, per fer una proposta concreta per aplicar l'educació mediàtica a les aules.

**Paraules clau:** educació mediàtica, educació primària, alfabetització informacional, mitjans de comunicació.

|            |  |           |
|------------|--|-----------|
| <b>1.</b>  | <b>Introducció</b>                               | <b>4</b>  |
| <b>2.</b>  | <b>Justificació de la proposta</b>               | <b>5</b>  |
| <b>3.</b>  | <b>Objectius</b>                                 | <b>6</b>  |
| <b>4.</b>  | <b>Preguntes d'investigació</b>                  | <b>6</b>  |
| <b>5.</b>  | <b>Marc teòric</b>                               | <b>7</b>  |
|            | <b>5.1. Conceptes bàsics</b>                     |           |
|            | Alfabetització mediàtica i informacional         |           |
|            | Educació mediàtica                               |           |
|            | <b>5.2. Els mitjans i els infants i joves</b>    |           |
|            | Consum de mitjans d'infants i joves              |           |
|            | <b>5.3. L'educació</b>                           |           |
|            | Situació internacional                           |           |
|            | Sistema educatiu espanyol                        |           |
|            | Estructura a Catalunya                           |           |
|            | <b>5.4. L'educació mediàtica</b>                 |           |
|            | Context històric                                 |           |
|            | La situació catalana                             |           |
|            | Polítiques i organismes                          |           |
|            | Programes educatius: l'EduCAC                    |           |
|            | Iniciatives privades                             |           |
|            | Aplicació a les aules                            |           |
| <b>6.</b>  | <b>Metodologia</b>                               | <b>21</b> |
| <b>7.</b>  | <b>Resultats</b>                                 | <b>23</b> |
| <b>8.</b>  | <b>Conclusions</b>                               | <b>27</b> |
| <b>9.</b>  | <b>Limitacions, aportacions i línies futures</b> | <b>31</b> |
| <b>10.</b> | <b>Fonts d'informació</b>                        | <b>32</b> |
| <b>11.</b> | <b>Annexos</b>                                   | <b>37</b> |

## 1. Introducció

Aquest treball neix de l'observació, preocupació i curiositat que em produeix veure que els mitjans de comunicació no tenen una aposta clara per a infants i joves i, alhora, de veure als infants del meu voltant fer un consum acrític de mitjans i contingut audiovisual, cada cop més en format digital.

El treball conté dues de les meves passions: el periodisme i l'educació. Dues passions que a dia d'avui sembla que no tinguin gaire a veure però, partint de la premissa que la majoria d'infants i joves consumeixen mitjans de comunicació des de molt petits, la relació entre el periodisme i l'educació hauria de ser, com a mínim, estreta.

L'objectiu principal d'aquest treball és analitzar quin paper té l'educació mediàtica a l'etapa d'educació primària a Catalunya avui dia; per això, he fet una recerca bibliogràfica sobre l'educació mediàtica - no només a Catalunya - per entendre quina és la situació actual. També he analitzat algunes de les propostes privades més importants que existeixen i el paper de l'administració pública.

Per tal de conèixer la situació de primera mà, he fet focus grup a 12 grups de tots els cicles d'educació primària. Aquesta petita aproximació a la realitat dels centres, m'ha permès no només treure conclusions sobre el consum de mitjans i de contingut audiovisual dels infants, així com de conèixer allò que saben sobre el periodisme, la informació, les notícies i les fake news, sinó que també he pogut fer una petita proposta de taller d'educació mediàtica - molt limitada - per veure quina reacció tenen tant infants com docents davant d'aquesta.

També he realitzat entrevistes a persones expertes en educació mediàtica, tant des de la vessant acadèmica com professional. Per així, conèixer la seva visió de la situació actual, la feina que fan en aquest camp i les perspectives de futur que tenen a partir dels seus coneixements i la seva experiència professional.

Els resultats d'aquesta recerca des de tres perspectives: bibliogràfica, dels infants i docents i d'experts, m'ha permès fer una radiografia a la situació actual de l'educació mediàtica a Catalunya; quins són els seus clars punts de millora i les seves mancances més clares. De la mateixa manera, també he pogut trobar algunes de les oportunitats que hi ha, per començar a posar les bases en aquest sentit; tant des dels centres com al currículum.

Gràcies a aquesta recerca, he pogut comprovar en primera persona la reacció dels infants i de l'equip docent, davant de la introducció de l'educació mediàtica a l'aula. En aquest sentit i amb les opinions i experiències dels experts, aquesta "prova pilot" m'ha permès assentar les bases per a una possible futura investigació en aquesta línia i també una proposta d'aplicació a l'aula perquè l'educació mediàtica sigui una realitat, com a mínim, als centres que tinc més a l'abast, mentre no sigui una incorporació real al currículum escolar.

## 2. Justificació de la proposta

Roger Loppacher, president del CAC, explicava, el 2018 que calia una nova llei audiovisual per adaptar la normativa a la nova realitat digital. Entre els temes destacats, parlava de la importància de l'educació en comunicació: "reafirmar la importància de l'educació en comunicació, entesa com una responsabilitat compartida pels diversos actors implicats (regulador, govern, escola, professorat, mitjans públics i privats, noves plataformes, professionals de la informació, etc.). Fomentar l'esperit crític de la ciutadania, i en especial dels menors, envers els continguts que consumeixen i dotar-la de les eines necessàries perquè s'autoprotegeixi".

La llei audiovisual actual és del 2005, un any després de la creació de Facebook i quan encara en faltaven tres perquè aquesta xarxa social estigués disponible en castellà. La situació dels mitjans audiovisuals, així com del consum que en fa la societat ha canviat de manera abismal i la llei vigent no inclou la majoria de les necessitats com poden ser els drets digitals, la ciberseguretat, les fake news, i moltes altres.

Infants i joves no poden quedar al marge d'aquesta llei i, és clar, l'educació tampoc. En el complex ambient informatiu actual, on l'ús i l'abús de les pantalles de mòbil i tauletes és una realitat i els nous consums de mitjans són un fet, cal treballar per: distingir les fonts, els canals, a identificar la credibilitat de qui emet, a detectar quina confiança mereix des del punt de vista personal/individual una informació. En altres paraules, els infants i joves són i seran persones consumidores i cal que ho siguin amb esperit crític, que reconeixin les garanties i els beneficis que aporta el periodisme de rigor, que fa ús del codi deontològic i aconseguir que aquestes facin un consum responsable dels mitjans.

Si les fake news i la desinformació estan a l'ordre del dia entre les persones adultes, hem de deixar-ne al marge als infants i joves? Quin paper han de tenir? És clau, doncs, educar en l'educació mediàtica i per acompanyar a infants i joves en aquest descobriment dels mitjans, el contingut audiovisual i poder fer un consum i anàlisi crítics i conscients.

A més, des del periodisme no podem restar al marge de la realitat social, de les problemàtiques amb què es troben dia rere dia infants i joves i, és clar, les seves famílies. D'aquesta manera, des de la pràctica periodística i des dels mitjans, cal prendre partit i implicar-nos en l'educació mediàtica, per no seguir deixant passar el temps i que les conseqüències siguin irreversibles.

Precisament en aquest sentit, el passat 11 de maig, un centenar de catedràtics i professors universitaris (50 de l'àmbit de la comunicació i 50 de l'educació) va publicar la declaració: "La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital", amb el que volen posar de manifest la situació crítica que viu aquesta educació en l'actualitat a Espanya i la necessitat que l'educació mediàtica tingui un paper clau en l'educació actual, des de les aules de les escoles, fins a la creació d'un doble grau de comunicació i educació. Amb aquesta publicació, s'exigeix a l'administració que hi hagi un canvi de paradigma i d'enfocament i, actualment ja compta amb més de 100 firmants.

Des d'una altra òptica, per donar sentit a aquesta recerca, en relació amb el *Màster en Periodisme i Comunicació Digital: Dades i Noves Narratives*; l'educació mediàtica és un tema que ha aparegut en alguns debats entre estudiants a les assignatures *Audiències i Opinió Pública* i *Periodisme i Social Media* però, en cap assignatura forma part del temari, ni dels recursos d'aprenentatge; un fet si més no destacable.

### 3. Objectius

Analitzar l'educació mediàtica a Catalunya:

- Definir quin paper té a les aules dels centres educatius
- Analitzar el paper que té a les aules dels centres educatius
- Analitzar les propostes de l'administració pública
- Analitzar les propostes privades
- Estudiar quins són els seus objectius (i conèixer si té les estratègies per assolir-los)

Incorporar bones pràctiques del periodisme a l'educació mediàtica:

- Desenvolupar tècniques periodístiques mitjançant una experiència en l'entorn escolar: investigació, contrastació de fonts, jerarquitització de la informació, redacció...
- Definir el paper dels professionals de la comunicació (principalment periodistes però també altres) en aquesta educació mediàtica.
- Posar les bases per crear un "producte periodístic" com a resultat de l'educació mediàtica, fet pels propis infants.

### 4. Preguntes d'investigació

L'educació mediàtica és una prioritat institucional i a les aules dels centres educatius avui en dia?

- S'està formant una ciutadania que sigui capaç de fer un consum crític dels mitjans?
- Hi ha apostes polítiques per a aconseguir-ho?

Actualment, com es relacionen infants i joves i mitjans de comunicació?

- El mitjans mostren una realitat que poden entendre infants i joves?
- Infants i joves són subjectes i protagonistes en algun moment, de la realitat que apareix als mitjans?
- Com consumeixen mitjans i productes audiovisuals, els infants i joves?

## 5. Marc teòric

### 5.1. De què parlem? Conceptes bàsics

Per començar, és important definir els conceptes d'alfabetització informacional i educació mediàtica. En els últims anys, ha canviat l'ús que s'ha fet d'aquests conceptes i les definicions que se'ls han aplicat, tal com explica Carmen Fuente Cobo a *Políticas de alfabetización mediática: el papel de la UNESCO y la Comisión Europea*: “Es interesante comprobar cómo la mayor parte de los textos exploratorios de las políticas promovidas desde organismos como UNESCO, Comisión Europea y los diferentes programas adscritos o promovidos por los mismos, como el de Alianza de Civilizaciones, remiten indefectiblemente a la cuestión terminológica y a las dificultades que supone la aplicación de conceptos que no son unívocos.” (2018)

A més, també cal tenir en compte que el concepte d'alfabetització ha viscut una ampliació semàntica en les últimes quatre dècades: “históricamente, la alfabetización informacional, audiovisual y digital han estado separadas pero en la actualidad es imposible entender unas competencias sin las otras” (Pérez-Rodríguez i altres, 2012, 26-27)

Aquesta evolució es pot observar en els documents més importants sobre l'educació mediàtica: la Declaració de Grünwald de 1982, que és el primer document que inclou de manera explícita aquest concepte a l'agenda de la UNESCO, la Declaració de Fez del 2011, on s'amplia Alfabetització Mediàtica per Alfabetització Informacional (MIL, sigles en anglès) i la Declaració de París del 2014, sobre l'Alfabetització Mediàtica i Informacional en l'Era Digital, on les competències mediàtiques i informacionals s'integren en l'agenda digital (Frau-Meigs, Velez, Flores, 2017)

D'altra banda, també cal tenir en compte la diferència entre educació mediàtica i educomunicació: “el concepte d'educació o alfabetització mediàtica s'usa més en l'àmbit anglosaxó i té un caràcter més funcionalista i instrumental i en l'actualitat és el dominant, mentre que el concepte d'educomunicació té les seves arrels en l'àmbit iberoamericà i es vincula amb objectius de transformació social”. (Barbas Coslado, 2013, p.120).

Alfabetització mediàtica i informacional: segons Gutierrez i Tyner, (2012) “el conjunt de competències, habilitats i actituds que permeten als ciutadans interactuar amb els mitjans de comunicació i proveïdors d'informació de manera crítica.”

L'empoderament de les persones a través de l'alfabetització mediàtica i informacional (MIL) és un dels requisits més importants per fomentar l'accés equitatiu a la informació i al coneixement i per a promoure mitjans de comunicació i sistemes d'informació lliures, independents i pluralistes.

L'article 19 de la Declaració Universal dels Drets Humans de l'Organització de les Nacions Unides estableix que “tot individu té dret a la llibertat d'expressió; aquest dret inclou el no ser molestat a causa de les seves opinions, el d'investigar i rebre informacions i opinions, i



el de difondre-les, sense limitació de fronteres, per qualsevol mitjà d'expressió". L'objectiu principal de l'alfabetització mediàtica i informacional és, segons la informació de la pàgina web de la UNESCO, "oferir a la ciutadania les competències i l'empoderament per gaudir dels beneficis d'aquest dret fonamental: fomentar l'accés equitatiu a la informació i al coneixement i promoure mitjans i sistemes d'informació lliures, independents i pluralistes".

Segons el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, l'**educació mediàtica** és "l'educació que vol millorar les competències comunicatives d'infants, progenitors i docents, i de la ciutadania en general, amb la finalitat de desenvolupar un plantejament crític cap als continguts audiovisuals i en línia que reben. La digitalització i les noves formes de consum audiovisual que se'n deriven fa més necessària que mai l'existència d'eines que contribueixin al pensament crític per apoderar el ciutadà i enfortir la democràcia".

Així, la UNESCO (2008) parteix del concepte integrador: alfabetització informacional i mediàtica: "la capacitat de pensament crític per rebre i elaborar productes mediàtics". Això implica coneixement dels valors personals i socials i de les responsabilitats derivades de l'ús ètic de la informació, així com la participació en el diàleg cultural i la preservació de l'autonomia en un context amb possibles i difícilment destacables amenaces a aquesta autonomia. "L'alfabetització mediàtica i informacional se centra en cinc possibles competències bàsiques, les 5Cs: comprensió, pensament crític, creativitat, consciència intercultural i ciutadania (comprehension, critical thinking, creativity, cross-cultural awareness and citizenship).", (Gutiérrez, A. y Tyner, K. 2012)

L'educació mediàtica, doncs, segons Buckingham (2005) "el procés d'ensenyar i aprendre sobre aquests mitjans de comunicació i l'alfabetització mediàtica seria el resultat que se n'obté". (pàg. 20). Aquest resultat consisteix en aconseguir interpretar els mitjans de comunicació, entendre les seves rutines de treball i sobretot, desenvolupar una ment crítica per saber llegir entre línies. Concretament, segons el *Curriculum per a professors sobre l'Alfabetització Mediàtica i Informacional*, publicat al 2011 per la UNESCO – que actualment treballa per implementar-la –, l'alfabetització mediàtica està caracteritzada per:

- Entendre el paper i les funcions dels mitjans en societats democràtiques
- Entendre les condicions sota les quals els mitjans poden complir les seves funcions
- Avaluar d'una manera crítica el contingut dels mitjans a la llum de les funcions dels mitjans
- Comprometre's amb els mitjans per l'auto-expressió i la participació democràtica
- Revisar destreses (incloent les TICs) necessàries per produir contingut generat pels usuaris.

Arran de la definició genèrica, s'obren noves corrents d'entendre l'educació mediàtica. Ferrés, Figueras-Maz, Masanet i Hafner (2015), persones expertes en l'àmbit de la media literacy, posen en qüestió que l'últim objectiu de la disciplina sigui assolir el pensament, comprensió i anàlisi crítiques. Així ho remarquen en la recerca *Revisió dels paràmetres que regeixen l'educació mediàtica*; apunten que les fases anteriors són necessàries però que, finalment, el fonament és arribar a l'actitud crítica, ja que és una "predisposició a actuar". És l'essencial per contribuir "a l'autonomia personal i al compromís social dels ciutadans i ciutadanes". (pàg. 87)

En aquesta línia, Pérez-Tornero, el 2019 afirmava que: “s’ha de plantejar seriosament que, davant del poder dels mitjans de comunicació, de les plataformes virtuals i de la tecnologia, s’ha d’enfrontar a la mediatització com un fenomen global que afecta a l’autonomia personal i la capacitat de presa de decisions de les persones. Per això, s’ha de tenir en compte la transformació del sistema mediàtic, el paradigma de la comunicació de masses, de la comunicació - xarxa i de la plataformització intel·ligent”.

Com a exemple, Ferrés et al. (2015) expliquen que “els programes escombraria, així com la narració dels videojocs, les sèries o les pel·lícules tenen una gran càrrega d’atracció pels infants i el jovent”. Contrasten aquest posicionament amb l’ensenyament merament enfocat a obtenir habilitats informatives i mediàtiques. Valoren que “reduir la competència mediàtica a la informacional comporta deixar indefensos als ciutadans i ciutadanes davant un oceà de missatges que pretenen influir sense informar de manera explícita” i que, per tant, també ha de tenir-se en compte altres narratives audiovisuals. (pàg 91).

## 5.2. Els mitjans i els infants i joves

### Consum de mitjans d’infants i joves

Sense que aquesta sigui la part central del treball, cal saber de quina manera es relacionen els agents dels que parlem (infants i mitjans de comunicació) a dia d’avui, per saber des d’on partim. Així, és imprescindible que aquesta relació formi part de la recerca del treball i no parlem d’infants d’una banda i de mitjans per una altra, sense relacionar-los directament.

Cal que partim de les dades i estudis realitzats. El desembre de 2020 es va publicar “Infancia y contenidos audiovisuales en España: una aproximación al consumo y a la mediación parental en las plataformas OTT”, on s’afirma que “la convergència multimèdia i l’arribada d’Internet al mercat audiovisual ha afectat a les pautes de consum i recepció de continguts a l’entorn familiar i en els processos d’alfabetització mediàtica dels menors. Tot i que les xifres de consum de la televisió lineal per part dels més petits es manté, és innegable la penetració progressiva en les llars espanyoles de les plataformes audiovisuals”. (Marcos, M., i altres, 2020)

L’ús d’ordinador és molt elevat (91,5% dels menors de 16 anys davant del 89,7% del 2019) i encara més d’internet, fins el 94,5%. A més, fins al 69,5% de la població d’entre 10 i 15 anys disposa de telèfon mòbil, davant del 66% del 2019, segons les dades de l’*Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares* de l’INE de l’any 2020.

Tal com afirmava Clàudia González Deumal, en l’article *Mitjans locals per a l’educació* (2019), “sense perdre de vista l’objectiu de dotar d’esperit i actitud crítiques a infants i joves, l’ideal seria oferir-los les eines per reflexionar sobre les noves formes de comunicació de l’ecosistema mediàtic i informatiu, ja que l’accessibilitat i la connexió a la xarxa és directa, constant i creixent”.

## 5.3. L'educació

### Context internacional

“L'educació comença a la família i acaba en el col·lectiu sociocultural al qual pertany cada persona. Està regida per unes pautes de conducta basades en la lògica, el respecte i la solidaritat, i consisteix en aplicar aquestes pautes.” (Torres Giménez, 2011).

L'Espai Europeu d'Educació Superior (EEES) ha posat les competències al centre del disseny curricular dels plans d'estudi. L'enfocament per competències ha prioritzat l'aprenentatge centrat en l'alumnat i la transferència dels coneixements i les habilitats a situacions reals, complexes o problemàtiques, de manera que afavorís una reflexió sobre la pràctica.

### Sistema educatiu a Espanya

L'Educació Primària té caràcter obligatori i gratuït. Comprèn sis cursos acadèmics, que se seguiran entre els sis i els dotze anys d'edat. La finalitat de l'Educació Primària és facilitar a l'alumnat “els aprenentatges de l'expressió i comprensió oral, la lectura, l'escriptura, el càlcul, l'adquisició de nocions bàsiques de la cultura, i l'hàbit de convivència així com els de l'estudi i treball, el sentit artístic, la creativitat i l'afectivitat, amb la finalitat de garantir una formació integral que contribueixi al ple desenvolupament de la personalitat de l'alumnat i de preparar-lo per a cursar amb aprofitament l'Educació Secundària Obligatòria. (Reial Decret 126/2014, 2014) Aquesta etapa s'organitza en assignatures i àrees amb un caràcter global i integrador.

A partir del 2006, a través de la Llei Orgànica d'Educació de l'any 2006 va passar a considerar les competències bàsiques com un objectiu educatiu en l'escolarització obligatòria, “un marc propici per impulsar l'alfabetització mediàtica, ja que molts dels continguts d'aquesta àrea de coneixement s'aborden en els currículums de les diferents àrees i matèries i estan presents també en la caracterització de les diferents competències” (Bernabeu, 2011) actualment, les competències clau al sistema educatiu espanyol, tal com són numerades a l'Ordre ECD/65/2015, de 21 de gener (2015), per la que es descriuen les relacions entre les competències, els continguts i els criteris d'avaluació de l'educació primària, l'educació secundària obligatòria i el batxillerat, són les següents:

- Competència en comunicació lingüística
- Competència matemàtica i competències bàsiques en ciència i tecnologia
- Competència digital
- Competència per aprendre a aprendre
- Sentit de la iniciativa i esperit emprenedor
- Consciència i expressions culturals
- Competències socials i cíviques

Amb aquestes competències, l'objectiu era poder transversalitzar els coneixements. Pel què fa a l'educació mediàtica, a Espanya, existeix un consens general entre els investigadors per afirmar que no ha tingut un paper important en els currículums escolars, en els plans d'estudis universitaris, en els mitjans de comunicació i en la pròpia societat, tot i la forta

presència del sistema de mitjans i la importància de les noves tecnologies en l'actualitat. En la nova llei d'educació, la LOMLOE (2020), inclou pocs canvis en aquest sentit i els que inclou van dirigits a l'educació digital, tal com s'explica en l'apartat d'educació mediàtica.

### **Estructura a Catalunya**

A Catalunya, el sistema educatiu actual s'estructura en quatre etapes principals: educació infantil, educació primària, educació secundària obligatòria i educació postobligatòria. L'Estatut d'autonomia de Catalunya, concretament l'article 131, estableix que correspon a la Generalitat de Catalunya la competència compartida per l'establiment dels plans d'estudi corresponents a l'educació obligatòria (dels 6 als 16 anys d'edat).

En el cas concret del Decret 119/2015, de 23 de juny, d'ordenació dels ensenyaments de l'educació primària (DOGC, 26-06-2015) el text inclou l'esforç per poder educar en capacitat crítica: "Conèixer, valorar i aplicar els valors i les normes de convivència per ser un ciutadà lliure capaç de prendre compromisos individuals i col·lectius, respectar els drets humans i acceptar el pluralisme propi d'una societat democràtica".

## **5.4. L'educació mediàtica**

Ens plantejem quins són els objectius i els motius pels que cal educar en mitjans; podem dir que conèixer els mitjans i la manera com els consumim "proposa un camí cap als territoris ocults de la ment i el significat." (Silverstone, 2004, pàg 29). Tot i l'afirmació de Silverstone, no hi ha una resposta única i definitiva. Per tant, cal un raonament urgent i convincent que sigui alhora senzill i intel·ligible per convèncer que és necessari el seu ensenyament. Masterman, al seu llibre *La enseñanza de los medios de comunicación* (1994, pàg 16), apunta set possibles raons per les quals considerar-la prioritària:

1. L'elevat índex de consum dels mitjans i la saturació d'aquests en la societat contemporània
2. La importància dels mitjans i la seva influència com a empreses de conscienciació
3. L'augment de la manipulació i la fabricació d'informació i la seva propagació dels mitjans. Desigualtat de coneixement, poder i accés.
4. La creixent penetració dels mitjans en els processos democràtics fonamentals.
5. La importància de la creixent comunicació i la informació visual.
6. Creixent privatització de la informació
7. Educar pel futur

El 1994, Masterman, com a referent, ja ho tenia clar. Però, molts anys abans ja s'apostava per l'educació mediàtica.

### **Context històric**

Joseph Jacotot va revolucionar l'ensenyament durant el segle XIX. Bàsicament, va fer una crítica filosòfica al paper del mestre, ja que segons ell, en les lliçons magistrals, el mestre no feia res, més enllà de reproduir el sistema social de desigualtats. Plantejava que s'havia d'ensenyar des de la igualtat com a principi, no com a objectiu (Jacotot, 1823).

Ja al segle XX, Antoine Vallet va popularitzar *Du cine-club au Langage Total: pedagogie et culture pour notre temps*. (1968), amb el que proposava que la ciutadania no s'havia de conformar amb aprendre a llegir i escriure de manera tradicional, sinó que s'havien d'ensenyar els llenguatges audiovisuals. Jean Cloutier, el 1972, parlava ja d'un futur utòpic on la ciutadania seria alhora emissora i receptora de missatges.

A partir de la dècada del 1970, la UNESCO va començar a interessar-se per la millora de la comunicació i l'educació pel desenvolupament dels pobles. En conseqüència, va crear la *Comissió Internacional per l'Estudi dels problemes de la Comunicació* l'any 1977, que va organitzar en la seva seu a París en 1979 una reunió d'experts per elaborar una definició completa sobre l'educació en matèria de comunicació i que més tard va donar lloc a l'Informe McBride:

“Totes les formes d'estudiar, aprendre i ensenyar a tots els nivells (...) i en tota circumstància, la història, la creació, la utilització i l'avaluació dels mitjans de comunicació com arts pràctiques i tècniques, així com el lloc que ocupen els mitjans de comunicació en la societat, la seva repercussió social, les conseqüències de la comunicació mediatitzada, la participació, la modificació que produeixen en la manera de percebre, el paper del treball creador i l'accés als mitjans de comunicació.” (Morsy, 1984:8).

L'any 1984 es va publicar *La educación en materia de comunicación*, el llibre que va institucionalitzar el camp d'estudis a escala mundial: “necessitat de què l'educació percebi de manera diferent els mitjans de comunicació de masses, tingui en compte en els seus continguts la quantitat cada vegada major de missatges que aquests mitjans transmeten i aprengui a utilitzar les seves tècniques i les seves tecnologies” (Morsy, 1984:5). Així doncs, organitzacions, investigadors, acadèmics i polítics comencen a interessar-se també per aquesta temàtica, aplicant-la en les dècades de 1970 i 1980, tot i que des de concepcions i perspectives diferents segons les necessitats educatives, culturals i socials de cada entorn. És, per tant, la divergència, una de les característiques definitòries de l'educació en matèria de comunicació (Barbas Coslado, 2012).

De fet, a molts països d'arreu del món l'alfabetització mediàtica ja forma part del currículum d'ensenyament, com és el cas de Suècia, Irlanda, Finlàndia i Dinamarca, a Europa, i de Canadà i els Estats Units, a Amèrica del Nord. La Unió Europea, per part seva, ha recomanat a tots els seus membres incloure-la als seus currículums mitjançant La Carta Europea per a l'Alfabetització Audiovisual. La carta va ser una iniciativa del Film Council del Regne Unit conjuntament amb el British Film Institute (BFI) l'any 2005. Per tal de poder desenvolupar-la, es va crear una comissió directiva formada per un nombre limitat de representants de les institucions europees més rellevants en aquest àmbit.

Més endavant, el 2008 va ser el Parlament Europeu que va aprovar el 16 de desembre un informe que recomanava la introducció d'una assignatura d'educació mediàtica a tots els països de la UE. A més, es reclama que “formi part dels plans d'estudi en tots els nivells d'educació escolar”. (Parlament Europeu, 2008)

Amb aquesta *Resolució del Parlament Europeu sobre la alfabetització de los medios de comunicació en un mundo digital* (2008/2129(INI)), els eurodiputats també demanen millores en les infraestructures dels centres educatius, garantia d'accés a internet per a tothom, i que es formin adults en alfabetització informacional i mediàtica (sobretot pares, cuidadors, professors i educadors, considerades les persones amb una influència més directa en els infants). Així, aquell 16 de desembre representa un punt clau per a l'educació mediàtica arreu d'Europa.

A més, també internacionalment, la Unesco reclamava com a *Objectiu Estratègic UNESCO 9*, del període 2014–2021: “Promoure la llibertat d'expressió, el desenvolupament dels mitjans de comunicació i l'accés a la informació i al coneixement” (UNESCO, 2015). L'ONU, per part seva, contemplava entre els *17 Objectius de Desenvolupament Sostenible* (ODS) de l'Agenda 2030 l'Objectiu de Desenvolupament Sostenible 4: “Garantir una educació inclusiva i equitativa de qualitat i promoure oportunitats d'aprenentatge al llarg de tota la vida” (Organització de les Nacions Unides, S. d.).

Més recentment, l'any 2018, la Comissió Europea va incloure la importància de formar una ciutadania crítica, sobretot en relació a la desinformació que hi ha a la xarxa. Aquest organisme va publicar un informe dirigit a tots els parlamentaris europeus titulat *La lucha contra la desinformación en línea: un enfoque europeo* que recull una anàlisi de la situació sobre la desinformació i les fake news a internet, així com també propostes d'acció des de la Unió Europea i els països membres. Entre les iniciatives, hi ha: “la UE ha de donar suport a la divulgació de bones pràctiques en tots els estats membres per augmentar la resiliència dels ciutadans; la Comissió pot enfortir les seves accions dirigint-se a joves i a adults”. Si ens centrem en l'educació, “La Comissió anima als estats membres a mobilitzar recursos i incloure en les seves polítiques educatives la ciutadania digital, l'alfabetització mediàtica, el desenvolupament del pensament crític per a l'entorn en línia i activitats de sensibilització sobre la desinformació i les tècniques d'amplificació en línia. A aquest respecte, és fonamental que els professors rebin suport, també formació i intercanvi de bones pràctiques”. (Comissió Europea, 2018).

No només han estat les grans institucions, sinó que estudiosos d'arreu del món també afirmen que cal incloure l'educació mediàtica al currículum. Roxana Morduchowicz (2008: p.11) “el problema és que els nens s'exposen a experiències de la vida adulta molt abans que estiguin emocionalment preparats per enfrontar-les. En l'era de la impremta, els adults podien exercir un control de l'entorn cultural i simbòlic dels més joves, cosa que resulta impossible d'assumir en l'era de les pantalles”.

En la mateixa línia, R. Rahja, membre de Mediakasvatus, Societat finesa d'educació mediàtica que des de fa més de 10 anys promou l'educació mediàtica, afirma “no volem ensenyar als infants a ser periodistes, ni tampoc volem que siguin experts; sinó que l'educació mediàtica ha de formar part de l'alfabetització múltiple. El fenomen de nadius digital no és clar perquè haver nascut en l'era digital no significa que tinguin coneixements, sinó que necessiten una educació mediàtica per poder ser crítics”. (AIKA, 2017) També Leo Pekkala defensa que tota educació és i ha de ser educació mediàtica: “en la societat actual no puc pensar en cap àrea de les nostres vides que no estigui relacionada amb els mitjans.



Si entenem que l'objectiu de l'educació és introduir a l'infant en la societat, entendrem que és imprescindible que estiguin presents a les aules". (AIKA, 2017)

També al nostre entorn, a Espanya, aquest 2021, un centenar de professionals de la comunicació i l'educació en l'àmbit universitari han publicat un manifest per exigir canvis en la situació de l'educació mediàtica al país: "La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital" (2021), en què es reclama que l'educació mediàtica existeixi en el currículum escolar, que els docents es formin en comunicació, tant en els graus com en els màsters i obren la possibilitat a crear una nova titulació doble: comunicació i educació. Així, l'aposta des del món universitari és clara.

La nova llei d'educació espanyola, la LOMLOE només parla de mitjans de comunicació quan fa referència als drets digitals i a la modificació de la llei orgànica 3/2018 del 5 de desembre de protecció de dades personals i garantia dels drets digitals.

Si ens centrem en aquest cas, en la competència digital, cal tenir en compte que la nova llei d'educació, la LOMLOE (2020), que estarà en vigor el curs 2021 - 22, reforça la idea del canvi digital: "la Llei insisteix en la necessitat de tenir en compte el canvi digital que s'està produint en les nostres societats i que forçosament afecta l'activitat educativa. El desenvolupament de la competència digital no suposa només el domini dels diferents dispositius i aplicacions. El món digital és un nou hàbitat en el qual la infància i la joventut viuen cada vegada més: hi aprenen, s'hi relacionen, hi consumeixen, hi gaudeixen el seu temps lliure. Amb l'objectiu que el sistema educatiu adopti el lloc que li correspon en el canvi digital, s'inclou l'atenció al desenvolupament de la competència digital dels i les estudiants de totes les etapes educatives, tant a través de continguts específics com en una perspectiva transversal, i insistint en la bretxa digital de gènere".

Pel què fa al concepte de comunicació, apareix sovint en referència a les Tecnologies de la Informació i la Comunicació, que prenen molta importància, així com també en moments en què es parla de la competència lingüística però, en cap cas per fer referència a l'educació mediàtica.

D'altra banda, la llei estableix que "la comprensió lectora, l'expressió oral i escrita, la creació artística, la comunicació audiovisual, la competència digital, el foment de la creativitat i de l'esperit científic s'han de treballar en totes les àrees d'educació primària" (LOMLOE, 2020, pàg 72). Sense acomplir així, el que proposava el Parlament Europeu l'any 2008, sobre la creació d'una assignatura per treballar l'educació mediàtica.

### **La situació catalana**

Tot i aquest marc internacional i d'experts, a Catalunya no s'ha creat cap assignatura que es mantingui al llarg de tots els cicles, tal com proposava el Parlament Europeu, sinó que els coneixements que estan relacionats amb l'educació mediàtica es van movent entre assignatures diferents, segons el cicle educatiu.

Al Decret 119/2015, de 23 de juny, d'ordenació dels ensenyaments de l'educació primària (DOGC, 26-06-2016) el text parla de la comprensió de textos - orals i escrits - dels mitjans de comunicació, en les àrees de llengua catalana i castellana, així com també explica que l'ús dels mitjans només a cicle superior - 5è i 6è de primària - ha de ser útil per conèixer el que passa al món: "El professorat haurà de triar els continguts concrets que, depenent de l'entorn, facilitin que l'alumnat utilitzi eines útils per interpretar els fenòmens i problemes més rellevants i tingui marcs de referència per aproximar-se a la comprensió del món. Aquesta aproximació no es pot restringir al marc espacial de la localitat, comarca o país, sinó que ha de poder abastar la informació a la qual es té accés a través dels recursos digitals i els mitjans de comunicació". (pàg. 89)

A l'educació primària, concretament "l'àrea d'educació artística: visual, plàstica, música i dansa assumeix un pes destacat en la introducció dels coneixements d'alfabetització informacional i mediàtica." (Civil, 2019) Però no hi ha una assignatura específica i això fa que depengui del centre, de l'interès del professorat i del grup classe.

### **Polítiques i organismes**

A Catalunya, la màxima autoritat reguladora en l'àmbit de la comunicació audiovisual és el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), a Espanya no existeix cap autoritat homònima, però sí que existeix en altres comunitats autònomes com Andalusia, Galícia. El CAC desenvolupa les funcions que li atribueixen la Llei 2/2000, de 4 de maig, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, i la Llei 22/2005, de 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya. Entre les seves atribucions hi trobem la protecció de la infància i l'adolescència davant els continguts audiovisuals i també el foment de l'educació mediàtica.

En aquest sentit, el 19 de juny de 2019, "el Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya va aprovar l'Acord 61/2019 de constitució de la *Plataforma per a l'Educació Mediàtica* com a òrgan de participació, amb la voluntat de donar resposta a la demanda creixent de criteris per a la formació en comunicació, tant de les persones joves com adultes, en un entorn comunicatiu canviant". (CAC, 2019)

La Plataforma es proposa treballar per complir les finalitats següents:

- Reflexionar sobre el present i el futur de l'educació mediàtica, tenint present de manera especial la necessitat de suscitar actituds crítiques respecte als mitjans i als marcs mentals que els seus continguts pressuposen.
- Servir d'instància de coordinació entre tots els professionals, les entitats i les empreses que treballen en el camp de l'educació mediàtica i contribuir al bon coneixement dels objectius i les activitats d'uns i altres per tal d'optimitzar els resultats col·lectius.
- Endegar o donar suport a projectes de recerca i formació en l'àmbit de l'educació mediàtica, tant en l'entorn escolar com en el del lleure.
- Elaborar propostes adreçades als mitjans de comunicació i a les entitats que els representen per tal que puguin contribuir a una millora de la cultura periodística i la cultura audiovisual.
- Estimular la col·laboració entre centres educatius i els mitjans de comunicació de proximitat del seu entorn més proper.



- Propiciar l'estudi d'iniciatives sobre educació mediàtica dutes a terme en altres països per tal d'ampliar el coneixement de nous models innovadors en aquest camp.
- Constituir un fons de materials pedagògics o didàctics útil per a educadors i mitjans de comunicació implicats en aquesta activitat.
- Servir com a instrument de diàleg amb les administracions amb vista al disseny de polítiques educatives que tinguin en compte les noves realitats de les noves formes de comunicació.
- Amb caràcter general, qualsevol activitat relacionada amb l'educació mediàtica.

Actualment, a la Plataforma hi ha representats col·legis professionals, associacions i fundacions de l'àmbit de l'educació formal i no formal, associacions de mitjans de comunicació, grups de recerca universitaris, acadèmics i mestres, en un total de 43 entitats sòcies i també compta amb 20 persones sòcies, que formen part dels seus grups de treball, entre els que destaquen els tres últims que s'han creat: el primer impulsa la col·laboració entre els mitjans de comunicació locals i els centres educatius i del lleure; el segon fomenta l'ús responsable dels dispositius; i el tercer, treballa per combatre la desinformació. (Plataforma per l'Educació Mediàtica, 2021)

### **Programes educatius - EduCAC**

El Consell de l'Audiovisual Català (CAC) amb el Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya va engegar l'octubre de 2017, el programa EduCAC que pretén promoure l'educació mediàtica a les escoles i amb les famílies. Segons el CAC, els objectius són: potenciar el coneixement del llenguatge audiovisual i impulsar bons hàbits de consum, fomentar els coneixements i les habilitats de comprensió i posicionar el CAC com una institució referent en el foment del coneixement de llenguatges audiovisuals.

La iniciativa vol promoure el treball en l'educació mediàtica en les escoles catalanes amb diversos tipus de material per al professorat. Aquest material està organitzat en 12 unitats didàctiques per fomentar l'anàlisi crítica dels mitjans; 3 itineraris transversals per treballar en valors; 4 projectes d'aula per posar en pràctica els coneixements apresos; 4 mòduls instrumentals de suport per aportar eines per al professorat que ho necessiti i formació complementària. També hi ha recursos per a les famílies.

Des del programa Educac, s'impulsen any rere any - ja en fa 18 - els premis el CAC a l'escola, "el Consell de l'Audiovisual de Catalunya convoca anualment els Premis el CAC a l'escola amb l'objectiu de fomentar l'educació en comunicació a les escoles. Hi poden participar tots els centres públics i privats de Catalunya en tres categories diferents: centres educatius, professorat de centres educatius i treballs de recerca de l'alumnat de batxillerat".

Amb l'Acord 45/2017, de 24 de maig, pel qual s'aprova el conveni marc de col·laboració entre l'Administració de la Generalitat de Catalunya, mitjançant el Departament d'Ensenyament, i el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que regula els objectius i les actuacions de l'EduCAC. Aquest acord, però, li falten les aplicacions pràctiques que són les que, encara avui dia, no existeixen en el currículum de l'educació primària a Catalunya.

### **Iniciatives privades**

Des de diferents entitats i empreses privades, en els últims anys s'han creat plataformes i iniciatives d'educació mediàtica per fer arribar l'educació en comunicació a les escoles i instituts de tota Catalunya. Normalment, dirigides per personal docent, investigador en educació i en comunicació i periodistes i altres professionals del món dels mitjans, es pretén que l'alumnat pugui conèixer, entendre i posar en pràctica les rutines de treball de les rutines periodístiques, així com també aprendre a llegir i consumir d'una manera crítica els mitjans de comunicació, tan tradicionals com digitals.

### **AulaMèdia**

El projecte AulaMèdia va néixer al maig del 2001 arran d'un treball, EduCOM, que estudiava com es trobava l'educació en comunicació en tres territoris diferents: Catalunya, Balears i València. Els seus autors van decidir donar difusió als resultats mitjançant una pàgina web que va tenir molt bona rebuda. Professionals de la informació i altra gent coneixedora del tema enviaven aportacions que van permetre atorgar al projecte una periodicitat mensual. Comptaven amb les col·laboracions de professorat de la Universitat Autònoma de Barcelona, periodistes i professors tant de primària com de secundària.

Actualment AulaMèdia compta amb una revista, una gran quantitat de contingut publicat i formació per a professorat. En relació al material publicat hi ha vídeos adreçats als alumnes on es parla de com funciona la televisió, com es fan uns informatius, uns dramàtics i com es gestiona la publicitat en una televisió local, entre altres contingut diversos sobre l'alfabetització mediàtica. La Publicitat i Una mirada Crítica són uns exemples juntament amb el llibre Zàping que recullen articles sobre diferents perspectives de la comunicació.

També hi ha una proposta de temàtiques abordables en una formació sobre el món mediàtic sota el títol "Una ciutadania crítica". Pel que fa a la formació de professorat, hi ha els Seminaris d'Educació Mediàtica. Ofereixen a l'equip docent l'oportunitat de donar a conèixer la seva feina, exposant-la i aprenent del treball dels altres.

### **Som Atents**

Som Atents és una associació creada al gener de 2015, tot i que està activa des del 2012. El seu paper està lligat amb l'educació mediàtica perquè l'objectiu és desenvolupar un periodisme social que apropi l'activitat interpretativa i crítica de la premsa a la ciutadania. Segons ells mateixos, un col·lectiu és transgeneracional i multimèdiatic –amb periodistes, fotògrafs i il·lustradors professionals–, el món que vivim requereix d'una narració i lectura lenta. La seva missió és buscar respostes als "perquè" i als "com" que expliquen el nostre temps. L'entitat compta amb un magazín i amb una àmplia oferta de cursos i tallers per a la ciutadania que ofereixen eines per conèixer el món periodístic. SomAtents desglossa els diferents cursos per tipus de receptors: hi ha els "Cursos a empreses i fundacions", "Cursos a biblioteques i CCCC" i "Cursos a les escoles".

### **Junior Report**

Amb l'ajuda de periodistes professionals de Junior Report, aquests tallers pretenen transformar l'aula en una redacció. Hi ha fins a deu tallers, per a educació primària, secundària i educació especial. En aquests tallers es treballa el periodisme amb perspectiva de gènere, la crisi de les persones refugiades, les fake news, l'elaboració d'un diari, entre

altres. Tots ells volen analitzar el paper dels mitjans de comunicació i conèixer les rutines de treball d'una redacció real a través de sessions dinàmiques i pràctiques, en què és molt important la participació de l'alumnat. A més dels tallers, Junior Report també compta amb un diari digital per a infants i adolescents, que es publica a La Vanguardia, diaris digitals per als centres educatius i altres propostes.

També han posat en marxa el **projecte RED: Revista Escolar Digital**, en què cada centre publica la seva pròpia revista, actualment ja n'hi ha 86 per tot el territori català, espanyol i fins i tot un centre a Bolívia.

### **Som crítics**

És un dels projectes de la Fundació Bofill, en què es treballa perquè el pensament crític estigui al centre de l'acció educativa. "Ser capaç d'analitzar de manera crítica una situació o informació requereix de destreses (inferir, sintetitzar, comparar etc.) i actituds (autonomia, compromís, etc.) que permetin comprendre i interpretar els fets socials i dur a terme un procés de decisió racional, responsable i autònom. El context social i polític actual ens segueix demanant, cada cop amb més urgència, una ciutadania capaç de raonar, desconfiar i transformar." (F. Bofill, S. d.) És una iniciativa que no va directament lligada amb els mitjans de comunicació però l'anàlisi i el pensament crítics són imprescindibles per a una educació mediàtica completa.

### **Ull crític**

És la iniciativa de Cugat Mèdia per a l'alfabetització mediàtica. S'ha estrenat aquest mes de maig i compta amb un ampli programa per a professorat, alumnat i famílies. Entre les activitats que proposen hi ha visites escolars, també hi ha podcasts d'alguns centres educatius i notícies que estan "verificades" per saber si són reals o fake news. Segons explica la directora del mitjà santcugatenc, Mònica Lablanca "parlem de conèixer i entendre com funcionen els canals de comunicació del segle XXI, com ens informem avui dia i, el que és més important, com ens arriba aquesta informació i amb quina intenció". (Cugat Mèdia, 2021)

### **Aplicació a les aules**

L'educació mediàtica, com hem vist amb les iniciatives privades, poden ser molt diverses, igual que poden ser-ho les aplicacions a les aules. Pot haver-hi iniciatives d'educació mediàtica sense que els mitjans locals hi tinguin una presència directa però a Catalunya no hi ha cap registre d'aquest tipus fet, si parlem de les televisions. En canvi, Francesc Josep Deó (2014) va fer una classificació per a les activitats educatives amb els mitjans de comunicació:

- A. **Activitats de referència:** activitats puntuals o esporàdiques proposades des de les pròpies televisions locals, des dels Centres de Recursos Pedagògics (CRP) o d'altres entitats, amb la intenció d'oferir als centres docents la possibilitat d'apropar i conèixer el mitjà televisiu, sobretot des d'una perspectiva tècnica o de producció. Per exemple: visites guiades, tallers de televisió, petits enregistraments pràctics, entre d'altres.

- B. **Activitats de suport didàctic:** activitats d'educació audiovisual proposades i organitzades per les televisions locals, o per alguna institució educativa, com poden ser els Centres Pedagògics de Recursos (CPR) amb la col·laboració de les emissores locals. L'organització d'aquestes activitats tenen una clara finalitat didàctica i desenvolupen i complementen el treball realitzat a l'aula en qualsevol àrea. Aquestes activitats són una forma de rendibilitzar socialment i econòmicament les instal·lacions de la televisió local en moments que no estan sent utilitzades.
- C. **Activitats d'integració:** aquestes activitats solen ser puntuals o periòdiques i la característica principal és la participació directa de l'alumnat en algun espai televisiu periòdic que s'emet per antena, ja sigui en la seva realització total o en alguna de les seves fases. Les col·laboracions o espais televisius són normalment molt espaiats a causa de la complexitat de la producció audiovisual. La intenció d'aquestes col·laboracions és la d'integrar en la programació de la televisió local les informacions i activitats escolars. L'alumnat, coordinat pel professorat, pot dissenyar activitats audiovisuals tant de caire lúdic com didàctic i així és directament responsable de part de la programació de la televisió local.

En aquest sentit, a Catalunya hi ha més de 100 centres que tenen una ràdio escolar, tal com està recollit a la Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya: la ràdio als centres, tot i que els centres poden registrar-se si ho volen i, per tant, pot ésser que hi hagi escoles i/o instituts que tinguin ràdio i no estiguin registrats. Algunes d'aquestes ràdios escolars també tenen un espai a la graella de programació de l'emissora local.

D'altra banda, actualment l'ús de les noves tecnologies de la informació i la comunicació s'ha generalitzat en les experiències comunicatives relacionades amb els mitjans de comunicació. "La irrupció d'internet ha estat determinant i això es veu reflectit en la varietat d'experiències que inclouen aquest mitjà a les aules des de diferents punts de vista: "ús dels mitjans com a recurs didàctic, ús dels mitjans com a fonts d'informació actualitzada, ús crític per reflexionar sobre la societat i les formes de transmissió dels missatges, ús lúdic i creatius dels mitjans, ús més complet en què es considera l'expressió a través dels mitjans, així com una anàlisi i lectura com a metodologia per entendre fenòmens polítics, socials, econòmics, científics, culturals, etc., que es donen a la societat". (Bernabeu, 2011: 23)

## 6. Metodologia

Per dur a terme aquest Treball de Final de Màster, he estructurat la recerca en tres branques: la recerca bibliogràfica, els focus grup i les entrevistes.

En primer lloc, la recerca bibliogràfica ha estat el primer dels mètodes de recerca, a través de textos acadèmics, jurídics, professionals i periodístics que m'han permès elaborar un marc teòric que explica l'estat de la qüestió actualment a Catalunya. En aquest sentit, per dur a terme aquesta recerca, m'he basat en quatre elements bàsics:

- Identificar la necessitat
- Localitzar els documents
- Conèixer i consultar les fonts d'informació
- Citar les fonts

Un cop feta la recerca bibliogràfica, s'ha pogut establir un marc teòric que fa referència al context històric i la situació actual de l'educació mediàtica, tant en estudis com en l'aplicació a les escoles.

S'ha escollit la tècnica del focus grup per conèixer l'opinió dels infants d'educació primària i saber quina relació tenen amb els mitjans, les noves tecnologies i amb la informació. El focus grup és una tècnica qualitativa d'estudi d'opinions o actituds d'un públic concret, molt utilitzat en ciències socials i en estudis comercials. Aquest tipus de tècnica és utilitzada per explorar un producte o un tema d'interès. Durant una sessió d'un grup de discussió s'anima als i a les participants a debatre i discutir sobre les seves reaccions davant de conceptes, productes i serveis, segons el cas. Particularment s'utilitza per detectar desitjos i necessitats.

Els focus grup acostumen a ser grups de discussió d'entre 8 i 10 persones però, en aquest cas, donades les circumstàncies, s'ha fet en grups de 15 - 17 infants, per evitar trencar els grups bombolla de les escoles. Cada grup ha fet una sessió de 30 minuts en el cas de cicle inicial i cicle mitjà i 45 minuts en els grups de cicle superior. Les sessions han tingut lloc durant el mes de maig, a les aules de cadascun dels centres.

A través de **Focus Grup**<sup>1</sup>, s'han establert converses amb infants de 6 a 12 anys, adaptada a cadascuna de les edats, per cicles d'educació primària:

- *Cicle inicial (6 - 8 anys)*
- *Cicle mitjà (8 - 10 anys)*
- *Cicle superior (10 - 12 anys)*

Els Focus grup han tingut lloc als centres educatius Escola Torre de la Llebre i Escola Montessori de Rubí (Vallès Occidental) i han participat un total de 216 alumnes d'entre 6 i 12 anys. Els dies 3, 10, 11 i 12 de maig. Amb aquestes propostes d'estudi de cas, tindrem l'opinió i experiència dels infants per conèixer des de les seves vivències, com viuen i es relacionen amb els mitjans, entre altres.

---

<sup>1</sup> Vegeu Annex 1: Focus Grup

Com a aportació afegida, també s'han recollit les valoracions d'aquests focus grup dels docents responsables dels grups i dels equips directius dels centres.

Amb la tècnica de les **entrevistes**<sup>2</sup>, també qualitativa, s'ha procedit a entrevistar a professionals i experts en educació i comunicació per percebre el valor que hi donen subjectes relacionats amb l'educació en mitjans. S'han efectuat a:

- Francesc-Josep Deó, director d'AulaMèdia
- Arianna Ranesi, Formadora responsable de Junior Report
- Lali Bueno, Projecte Revista Escolar Digital

Tota la metodologia emprada pretén conèixer l'estat de l'educació mediàtic als centres educatius a Catalunya i de quina manera, els infants fan servir els mitjans i les noves tecnologies, per iniciativa pròpia, sense l'aplicació d'aquest tipus d'educació. En funció dels resultats, s'ha fet una anàlisi de l'estat actual i un conjunt de recomanacions per la implantació de l'educació en comunicació a les escoles catalanes, segons l'opinió de l'alumnat, dels professionals de l'educació i de la comunicació, i del recull de propostes i informació ja existents de recerques anteriors.

---

<sup>2</sup> Vegeu Annex 2: Entrevistes

## 7. Resultats

### 7.1. Focus Grup

#### Televisió i mitjans tradicionals

La totalitat dels i les alumnes entrevistades van afirmar que miren la televisió a casa, també a casa d'altres familiars i quan van a casa d'amics i amigues.

Molts altres alumnes, també miren i escolten notícies - a la televisió i a la ràdio - acompanyats de persones adultes (generalment familiars), però també expliquen que, majoritàriament, no les entenen i que tampoc els interessen. Hi ha infants que diuen que aquestes notícies no els interpelen a ells i elles, que parlen de temes que són per a les persones adultes i que l'únic que els interessa i els crida l'atenció són els esports, les notícies sobre la Covid - tot i que en molts casos hi ha massa informació i costa que s'entengui - i a vegades, aquelles que parlen d'artistes que els agraden. També expliquen que si surt Rubí - municipi on viuen - també presten més atenció. Hi ha una desena d'infants que expliquen que quan hi ha algunes notícies que els criden l'atenció i que no entenen les preguntes a una persona adulta.

En el cas de les notícies de l'Info K, expliquen que sí que els interessen, les entenen i com que surten altres infants - d'unes edats similars a les seves - les senten properes. Expliquen que amb aquestes notícies i reportatges poden entendre què passa al món però els agradaria que s'expliquessin fets que passen a prop seu.

**El consum que fan els infants i joves de contingut audiovisual està condicionat per diferents aspectes** com l'accessibilitat a les noves tecnologies o si consumeixen contingut audiovisual sols o acompanyats. Hi ha infants que **no tenen accés a internet**, ja sigui perquè a casa no en tenen - en els focus grup, va haver-hi 5 infants que es trobaven en aquesta situació - o perquè les persones adultes responsables (mares, pares, tutors/es), no els permeten utilitzar-lo; només un infant de tots els participants en el focus grup. D'altra banda, en general els infants fan servir plataformes com Youtube ells sols (només en el cas de 4 participants no era així), sense l'acompanyament d'una persona adulta i, en canvi, el consum de televisió és en una proporció força semblant entre els infants que la miren sols/es i aquells que ho fan acompanyats, tot i que la majoria d'infants miren la televisió tant sols com acompanyats. En aquest sentit, cal destacar que el contingut de Youtube sempre l'escullen ells i elles i sol ser sobre videojocs, estil de vida, música, reptes, joguines i esports i en el cas de les nenes, també moda, roba o maquillatge. **(Cal parlar dels estereotips de gènere que reproduïxen els youtubers i molt contingut per a infants i adolescents que hi ha a internet i a les plataformes de contingut audiovisual com Netflix, Amazon, HBO, Disney+,...)**

#### Youtube

Gairebé el 100% dels infants miren Youtube - excepte 3 que diuen que no fan servir aquesta plataforma - i de tots els que el fan servir, la gran majoria fan ús d'aquesta plataforma ells i elles soles, sense cap adult acompanyant-los.



Tots els infants consumeixen vídeos de youtubers en castellà, ja que no coneixen youtubers en català, en canvi sí que n'hi ha alguns que escolten música o miren videoclips en català. Hi ha una clara falta de referents en la nostra llengua a les plataformes, sobretot dirigits a aquestes franges d'edat.

Els youtubers que triomfen més fan contingut sobre videojocs música, reptes, joguines i esports i en el cas de les nenes, també moda, roba o maquillatge. Es pot observar una clara reproducció d'estereotips de gènere tradicionals, en tots els youtubers mencionats. Molts d'ells fan servir un vocabulari violent i agressiu.

Els infants de cicle superior expliquen que no s'havien plantejat mai abans què era una notícia certa i una notícia falsa. Hi ha infants de tots els cicles que qüestionen, segons el que han sentit al seu entorn i a internet, l'existència del coronavirus. Fins a 197 infants van afirmar que creien que els youtubers sempre deien la veritat i que es creien més un youtuber que les notícies de la televisió o la ràdio. El què representa un tant per cent molt elevat que, després del taller va canviar gairebé al 100%.

Val la pena destacar que la valoració del focus grup i taller per part de l'alumnat va ser molt positiva i van explicar que tenien moltes ganes de poder "fer de periodistes" i explicar allò que passava al seu voltant. A més, la majoria també afirmaven que parlarien amb la seva família i amics per explicar com s'havia de descobrir si una notícia era certa o no i que, quan no ho tinguessin clar, parlarien amb persones adultes o companys i companyes que els poguessin ajudar a comprendre la informació.

En el cas del **professorat**, les respostes sobre el consum de mitjans dels infants estaven emmarcades, sobretot, en el desconeixement i la sorpresa. Els i les mestres no coneixen els programes i personatges que segueix l'alumnat. La majoria de mestres tampoc sabien que l'alumnat passava hores davant les pantalles sense acompanyament adult. La preocupació també va ser majoritària pel què fa a la llengua dels continguts que consumeixen els infants: a Youtube, el 100% del contingut que consumeixen és en castellà - si exceptuem la música - i això, segons l'equip docent és realment molt destacable i és important que es tingui en compte per poder treballar-ho i intentar canviar aquesta situació.

Cal destacar que hi havia docents que són mares i pares i van mostrar certa preocupació perquè no estaven al cas de cap de les respostes i temien que, a casa seva, passés el mateix i que els seus fills i filles estiguessin veient i seguint a youtubers que ells no coneixien gens.

D'altra banda, també cal destacar que en el cas de les dues escoles participants, l'educació mediàtica no es treballa de cap manera. Només en un grup de cicle superior s'havia fet un petit treball de redacció de "cròniques" per al blog de l'escola.

També és important parlar de les percepcions del professorat sobre l'educació mediàtica. Creuen que és un aspecte que hauria d'estar al currículum però alhora, afirmen que no en saben prou per aplicar-ho de manera immediata. Els caldria formació o que vinguessin altres professionals a l'escola per fer-ho en el seu lloc. També expliquen que creuen que no



forma part del currículum perquè hi ha desinterès per part de la classe política i en dos casos, també expliquen que creuen que “ja els està bé tenir una ciutadania que no comprèn el que consumeix a través dels mitjans, que la informació no cal que sigui contrastada ni ben elaborada, perquè així és més fàcil controlar-la i que el poder sigui més fàcil de gestionar”.

## 7.2. Entrevistes

A més a més del focus grup, també ens hem decantat per les entrevistes per tenir el coneixement i les opinions de professionals i experts de la comunicació i de l'educació, sobre la situació actual i la predicció que fan de cara al futur de l'educació mediàtica a Catalunya.

- Francesc Josep Deó - director i fundador d'Aula Mèdia.
- Arianna Ranesi, responsable dels tallers d'educació mediàtica de Junior Report.
- Lali Bueno i Josep Blanch, responsables del projecte Revista Escolar Digital.

A continuació, s'analitzen algunes de les respostes més rellevants.

Els experts entrevistats coincideixen en què incloure la comunicació mediàtica en el currículum escolar és una necessitat, tenint en compte que avui dia, tothom - qui més qui menys - consumeix mitjans de comunicació i que la informació arriba cada cop per més mitjans. Tal com explica Francesc Josep Deó “tothom fa servir els mitjans de comunicació i la competència mediàtica hauria de ser una competència bàsica d'aquest segle”.

En el cas de Deó, aposta però, per una iniciativa que no esperi als canvis en les lleis: “La legislació és un tema pendent, però sembla que no arriba i no podem esperar tota la vida. A Catalunya, si hi ha alguna cosa feta per part de l'administració, és per iniciativa del CAC, ni tan sols perquè el Departament d'Educació ho hagi demanat o s'hagi posat les piles”. Davant d'aquest desinterès, tant Deó com Ranessi, Blanch i Bueno afirmen que no pot estar tot en mans de la bona voluntat o motivació de l'equip docent però que s'hauria d'impulsar que l'educació mediàtica vagi entrant a les aules.

En el cas dels tallers d'educació mediàtica i la Revista Escolar Digital, cal destacar que, malgrat no hi ha diferències clares entre escoles públiques i privades, els responsables expliquen que l'accessibilitat depèn del pressupost i de l'interès del professorat; el que limita molt el nombre de centres que poden arribar a fer aquestes activitats.

Tots els entrevistats coincideixen en què cal que sigui una perspectiva que es comenci a implementar des de l'inici d'educació primària o fins i tot a educació infantil i que, tot i que saben que ara no està passant, l'aposta ha d'acabar sent política. Els valors i competències que es treballen amb l'educació mediàtica: pensament crític, autonomia, anàlisi de l'entorn, comprensió lectora, redacció, valoració de la diversitat, creativitat, etc., són útils per a la majoria d'assignatures escolars però també per a la vida en societat.

Fins i tot, Arianna Ranesi va afirmar que creia que no només havia de ser l'educació mediàtica havia de ser accessible per a tothom, sinó que també hauria de ser obligatòria. En la mateixa línia, Deó explicava que calia que entrés en els continguts que s'avaluen, ja que són els que, al final, acaben tenint importància.

## 8. Conclusions

A continuació, s'exposen de manera esquemàtica les principals conclusions a les quals s'ha arribat a partir del treball. D'aquesta manera amb aquestes conclusions veurem els resultats de la nostra investigació per respondre les hipòtesis plantejades a l'inici de la investigació.

En primer lloc, plantejàvem *si l'educació mediàtica és una prioritat institucional i a les aules dels centres educatius avui en dia*. Per tractar més concretament aquesta qüestió, es plantejaven les següents preguntes:

- S'està formant una ciutadania que sigui capaç de fer un consum crític dels mitjans?
- Hi ha apostes polítiques per a aconseguir-ho?

La resposta a aquestes preguntes és clara: **no hi ha una aposta política**, no és una prioritat institucional ni s'està formant a la ciutadania per fer un consum crític. Actualment, a Catalunya no s'inclou l'educació mediàtica al currículum d'educació primària i les activitats que inclouen aquest tipus d'educació depenen del voluntarisme i bona voluntat del claustre o d'iniciatives de l'àmbit privat. Pel què fa a la legislació analitzada, l'educació mediàtica a Catalunya existeix però només sobre el paper, en l'acord entre el Consell de l'Audiovisual de Catalunya i el Departament d'Educació i d'una manera molt menys clara, amb les lleis d'educació espanyoles, sense cap punt específic. Tot i aquesta realitat, cal tenir en compte que el 2n article de la *Llei Audiovisual de Catalunya* afirma que la Generalitat té la responsabilitat d'alfabetitzar a la ciutadania i l'educació mediàtica forma part d'aquesta alfabetització, no podem pretendre que sigui només llegir i escriure; cal entendre què és allò que s'explica, el que es llegeix o s'escolta.

Però no hi ha aplicacions establertes ni programades als centres educatius, mitjançant el currículum establert o el contingut avaluable - ni en l'actualitat ni en el futur - malgrat que des de la Unió Europea es recomana i s'aconsella fer-ho des de fa més de 10 anys.

En aquest sentit, els experts expliquen que s'han fet aportacions i propostes però des de l'administració pública, tot i mostrar bona predisposició, no s'acaba implementant. Segons explica Deó, l'últim Director General d'Innovació del Departament d'Educació, Joan Badia, va comprometre's a fer canvis en aquesta línia, des del seu càrrec i responsabilitat, però no van acabar aplicant-se.

Les activitats que he analitzat ja existents, de caire privat, són les úniques que existeixen des de fora dels centres: Aula Mèdia, Tallers d'educació mediàtica de Junior Report, Revista Escolar Digital, entre altres, més enllà de diferents iniciatives que hi ha en certs centres escolars, sobretots relacionats amb la ràdio escolar. N'hi ha més de 100 per tot el territori català però, en canvi, en relació a mitjans escrits o audiovisuals no hi ha cap registre i des de la Generalitat no s'impulsa, més enllà dels Premis "CAC a l'escola", uns premis que **reconeixen les iniciatives d'educació mediàtica però són propostes de les escoles, que neixen sense una estratègia global** a darrere.

Pel què fa al cas concret dels infants de les escoles de Rubí on s'han fet els focus grup, hem pogut comprovar de primera mà que, en cap dels grups s'havia treballat explícitament **cap contingut sobre mitjans de comunicació a classe**. D'altra banda, també hem pogut veure que els docents no coneixen la majoria de continguts que consumeixen els infants i això dificulta que puguin treballar-los a l'escola.

Les iniciatives privades d'educació mediàtica són propostes que haurien de ser complementàries al currículum, no substitutòries, tal com passa en l'actualitat. Aquestes iniciatives no arriben a tots els centres i, normalment, són activitats puntuals i tenen una incidència molt petita en l'alumnat.

Com afirmava Arianna Ranesi, responsable dels tallers d'educació mediàtica de Junior Report: "sabem que hauria de ser una responsabilitat de l'administració pública, perquè fos accessible i no només això, sinó obligatori per a tothom".

D'altra banda, també es plantejava la següent qüestió: *actualment, com es relacionen infants i joves i mitjans de comunicació?* i, com en el cas anterior, també es plantegen unes preguntes per aconseguir una resposta més concreta:

- El mitjans mostren una realitat que poden entendre infants i joves?
- Infants i joves són subjectes i protagonistes en algun moment, de la realitat que apareix als mitjans?
- Com consumeixen mitjans i productes audiovisuals, els infants i joves?

La realitat que mostren els mitjans de comunicació, concretament en el cas del contingut informatiu, no és un contingut que els infants entenguin ni que els interpeli. Només hi ha un programa, en què els mitjans de comunicació interpelen els infants, en els grups on s'han dut a terme els focus grup, amb contingut informatiu: l'Info K. L'informatiu del Super 3 és l'únic programa informatiu que consumeixen els infants participants, fins a un 25% dels infants participants, sobretot de cicle mitjà i superior.

En el cas de les notícies de l'Info K, expliquen que sí que els interessen, les entenen i com que surten altres infants - d'unes edats similars a les seves - les senten properes. Expliquen que amb aquestes notícies i reportatges poden entendre què passa al món però els agradaria que s'expliquessin fets que passen a prop seu. Cal destacar, però, tal com diu J. Deó: "aquí tenim l'Info K. Un bon programa, sí. Però fa 20 anys que dura i 20 anys que no ha canviat gaire. Viu d'un èxit - merescut - però que es va guanyar fa molt de temps. Cal anar més enllà".

Molts altres alumnes, també miren i escolten notícies - a la televisió i a la ràdio - acompanyats de persones adultes (generalment familiars), però també expliquen que, majoritàriament, **no les entenen i que tampoc els interessen**. Hi ha infants que diuen que aquestes notícies no els interpelen a ells i elles, que parlen de temes que són per a les persones adultes i que l'únic que els interessa i els crida l'atenció són els esports, les notícies sobre la Covid - tot i que en molts casos hi ha massa informació i costa que s'entengui - i a vegades, aquelles que parlen d'artistes que els agraden. També expliquen que si surt Rubí - municipi on viuen - també presten més atenció.

D'aquesta manera, podem veure que les notícies que estan **fetes expressament per al públic infantil sí que capten la seva atenció i també aquelles que els interpel·len** per la seva proximitat territorial o perquè apareix algun element que coneixen: esportistes, cantants,... però he pogut analitzar-ho només pel què fa al consum a la televisió, no als mitjans digitals, ja que els infants i joves participants als focus grup no relacionen la informació amb la navegació a internet, les xarxes i les plataformes digitals.

Pel què fa al consum que fan infants i joves dels mitjans i del contingut audiovisual, cal destacar que **aquest consum que fan els infants i joves de contingut audiovisual està condicionat per diferents aspectes** com l'accessibilitat a les noves tecnologies o si consumeixen contingut audiovisual sols o acompanyats. Hi ha infants que **no tenen accés a internet**, ja sigui perquè a casa no en tenen o perquè les persones adultes responsables (mares, pares, tutors/es), no els permeten utilitzar-lo. En aquesta direcció, cal destacar que els infants fan servir els mitjans i les noves tecnologies per a consumir ficció i entreteniment i que **la informació la relacionen amb el contingut que aprenen a l'escola**, no amb els mitjans o les plataformes, exceptuant el cas de l'Info K. També cal destacar que l'Info K és un recurs molt utilitzat per l'equip docent a l'aula, des de fa molts anys.

D'altra banda, en general els infants **fan servir plataformes com Youtube ells sols** (només en el cas de 4 participants no era així), sense l'acompanyament d'una persona adulta que conegui i sàpiga què estan mirant i, en canvi, **el consum de televisió és en una proporció força semblant entre els infants que la miren sols/es i aquells que ho fan acompanyats**, tot i que la majoria d'infants miren la televisió tant sols com acompanyats. En aquest sentit, cal destacar que el contingut de Youtube sempre l'escullen ells i elles i sol ser sobre videojocs, estil de vida, música, reptes, joguines i esports i en el cas de les nenes, també moda, roba o maquillatge.

Aquests estereotips de gènere que reproduïxen els youtubers, amb els seus continguts, també els trobem a les plataformes de contingut audiovisual com Netflix, Amazon, HBO, Disney+,... que ofereixen sèries i pel·lícules de nova producció i també antigues que reproduïxen aquests estereotips, entre altres valors *qüestionables*: violència, racisme, paraules malsonants,... a més de posar a l'abast dels infants, contingut no apte per a ells i elles i que només sabent utilitzar un teclat o un comandament poden accedir-hi.

L'accessibilitat és un avantatge per democratitzar el contingut i la informació, però cal que el consum sigui crític i perquè ho sigui, els nens i les nenes han de tenir coneixements o un bon acompanyament que, actualment, no estan tenint.

Si els infants i joves consumeixen contingut audiovisual sense l'acompanyament de persones adultes, **poden accedir fàcilment a contingut que no està indicat per a la seva edat, que poden no entendre, pot ser violent, agressiu, inadequat, publicitat encoberta, discursos discriminatoris** (racistes, masclistes, lgbtifòbics,...), etc. Aquest fàcil accés pot tenir efectes directes en el dia a dia dels infants i joves però també a llarg termini, en els seus hàbits de consum i en la manera com entenen el món.

Cal tenir en compte que tot aquest **contingut audiovisual és majoritàriament de ficció**, amb l'excepció dels youtubers que expliquen la seva vida i les seves experiències però, els infants participants als focus grup, els donen la mateixa o més credibilitat que els informatius de la televisió. En aquest sentit, els infants **no tenen el coneixement, ni la formació per parlar de notícies certes o falses**, de manera que, sense aquests mecanismes és molt fàcil que puguin creure's tot el que consumeixen, sense un criteri crític.

En aquest sentit, caldria apropar la informació als infants i aquesta a la seva realitat. Per aquest motiu, hauria de ser imprescindible que des dels centres **s'apostés per treballar amb els mitjans locals**, tal com afirma Deó: "s'hauria de tenir molt més en compte el treball conjunt entre mitjans locals i centres educatius, ja que comparteixen ecosistema informatiu i és la realitat que coneix l'alumnat. Són els mitjans que tenen més a prop i els que expliquen allò que passa a casa seva, al seu barri, al seu poble o ciutat". Els mateixos infants, explicaven als focus grup que si les notícies parlen de Rubí - en aquest cas és el seu municipi - sí que els interessaven.

## 9. Limitacions, aportacions i línies futures

Pel què fa a les limitacions d'aquest treball, en primer lloc penso que cal parlar del temps; aquest Treball de Final de Màster va començar al març, així, amb un quadrimestre de durada, la dedicació que he pogut destinar-li és, òbviament limitada. Seguint en aquesta línia, com que es tracta d'una assignatura del Màster de només 6 crèdits, tot i que és l'assignatura que té més crèdits de tot el Màster la dedicació no és total ni absoluta.

Juntament amb les limitacions de temps, també cal tenir en compte la situació de pandèmia que estem vivint. Els focus grup plantejats, en un primer moment havien de poder-se fer a més escoles però en aquest curs tan complicat, molts centres van rebutjar la participació, tot i mostrar-se interessats en el tema i fins i tot, proposar fer l'activitat de cara al curs vinent, amb l'esperança que la situació serà millor.

Les aportacions que faig amb aquest treball són, en primera instància d'anàlisi de la situació; una tasca imprescindible per poder tirar endavant qualsevol iniciativa. Si no sabem de quina realitat partim, serà molt complicat establir uns objectius coherents i conèixer les necessitats reals. Aquesta anàlisi ha servit per mostrar quina és la situació de l'educació mediàtica a l'educació primària a Catalunya; des de l'àmbit legal fins a l'aplicació a les aules. D'altra banda, també he pogut acostar-me a l'opinió dels infants - els protagonistes de l'educació mediàtica a l'educació primària. Vivim en una societat adultcentrista que, tot sovint, no té en compte els infants i no se'ls reconeix com a subjectes de drets. Per aquest motiu, penso que és important anar-los incorporant en aquells aspectes que els afecten.

Les línies futures són bàsicament dues. En un primer lloc, una línia de recerca de quina és l'educació mediàtica que s'aplica a altres països, per conèixer les diferents realitats i descobrir si es podria aplicar a Catalunya i, d'altra banda, començar a implementar l'educació mediàtica als centres.

Pel què fa a la línia d'investigació, penso que és imprescindible conèixer allò que s'està fent per poder aprofitar iniciatives i propostes, així com també poder veure els resultats d'altres llocs i, alhora, per no començar des de zero. A més, és una investigació amb diferents enfocaments; des de la legislació a la resta de països, l'aplicació a les aules, la feina dels periodistes i dels docents en el camp de la comunicació mediàtica i les repercussions en l'alumnat, entre altres.

Pel què fa a l'aplicació als centres, és una feina que no es podrà fer d'un dia per l'altre, ni s'aconseguirà fer a tots els centres alhora. L'àmbit d'actuació és limitat mentre no hi hagi canvis al currículum. Mentrestant, vull aprofitar la proximitat amb l'Ajuntament de Rubí per proposar un projecte als centres de primària, en col·laboració amb la ràdio municipal, basat en els focus grup d'aquesta recerca i les propostes de treball amb els grups d'infants.



## 10. Fonts d'informació

Acord 45/2017 de 24 de maig, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (CAC) (2017) Lloc web:

[https://www.cac.cat/sites/default/files/2017-10/Conveni\\_Ensenyament\\_2017.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2017-10/Conveni_Ensenyament_2017.pdf)

Acord 61/2019, de 19 de juny, del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya. (CAC) (2019) Lloc web:

<https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-07/Ac.61-2019-Plataforma%20Educaci%C3%B3%20Medi%C3%A0tica%20combinat.pdf>

Aguaded, I., Marzal-Felici, J. (Promotors) (2021) *La Educomunicación en España: Un reto urgente para la sociedad digital* Lloc web: <https://www.edu-comunicacion.es/>

AIKA (2017) *Diario de innovación y tecnología en Educación*. Lloc web: <http://www.aikaeducacion.com/tendencias/coding-aprendamos-programar-jugando/>

Andretta, S. (2009). *Transliteracy: take a walk on the wild side*. Proceeding World Library and Information Congress: 75th IFLA General Conference and Council. 23-27 August, Milán, Italy.

Assemblea General de les Nacions Unides (1948) *Declaració Universal dels Drets Humans*, 217 (III) A. París.

Avello, R; López, R; Cañedo, M; Álvarez, H; Granados, J; Obando, F. (2017). *Evolución de la alfabetización digital: nuevos conceptos y nuevas alfabetizaciones*, de Medisur. Lloc web: <https://www.medigraphic.com/pdfs/finlay/fi-2017/fi171j.pdf>

Barbas Coslado, A. (2012). *Educomunicación: Desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado*. Foro de Educación, Vol. 14, pp. 157-175. Lloc web: <https://forodeeducacion.com/ojs/index.php/fde/article/view/22/20>

Bernabeu, N. (Coordinadora) (2011) *Alfabetización mediática y competencias básicas Proyecto Mediascopio*. Madrid: Ministerio de Educación. Lloc web: <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/PdfServlet?pdf=VP15157.pdf&area=E>

Bolívar, A. (2006). *Familia y escuela: dos mundos llamados a trabajar en común*. Revista de Educación, 339, 119-146. Lloc web: <http://www.revistaeducacion.mec.es/re339/re339a08.pdf>

Buckingham, D. (2005) *Educación en medios: Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós Ibérica.

CAC. (2018) *El president del CAC demana una nova llei audiovisual per adaptar la normativa a la nova realitat digital*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Lloc web: <https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-03/42.%20Reforma%20Llei%2021.09.18.pdf>



CAC (2018) *Projecte EduCAC*. Barcelona. Lloc web: <https://www.educac.cat>

CAC. (2021). *Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Tercer quadrimestre de 2020*, del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, núm. 17. Lloc web: <https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-02/BIAC17.pdf>

Civil, M. (2019) "Els graduats en comunicació: quin rol poden jugar en l'ensenyament de la competència informacional i mediàtica a les escoles?" a *Com formar ciutadans crítics? Alfabetització informacional i mediàtica* (106-124). Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona: InCom-UAB Publicacions. Lloc web: [http://incomnet.uab.cat/download/ebookInCom\\_18ok.pdf](http://incomnet.uab.cat/download/ebookInCom_18ok.pdf)

Comissió Europea (26 d'abril de 2018) *La lluita contra la desinformació en línia: un enfocament europeu*. Brussel·les. Lloc web: <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/ES/COM-2018-236-F1-ES-MAIN-PART-1.PDF>

Comissió Europea (2021) *Better Internet for Kids*. Lloc web: <https://www.betterinternetforkids.eu/>

Cugat Mèdia (2021) *Ull crític. Educació mediàtica de prop*. Lloc web: <https://www.cugat.cat/ullcritic/>

Decret 306/2006, de 20 de juliol, pel qual es dona publicitat a la Llei orgànica 6/2006, de 19 de juliol, de reforma de l'Estatut d'autonomia de Catalunya. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. Núm. 4680. (2006) Lloc web: <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/4680/490110.pdf>

Decret 119/2015, de 23 de juny, d'ordenació dels ensenyaments de l'educació primària. Diari Oficial de la Generalitat de Catalunya. Núm. 6900 (2015) Lloc web: <https://portaldogc.gencat.cat/utillsEADOP/PDF/6900/1431926.pdf>

Ferrés, J., Figueras-Maz, M., Masanet Ma. J., Hafner, A. (2015) *Revisió dels paràmetres que regeixen l'educació mediàtica* Consell de l'Audiovisual de Catalunya, Barcelona. Lloc web: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Joan%20Ferr%C3%A9s\\_et%20al\\_Revisi%C3%B3%20par%C3%A0metres%20ECA\\_Informe%20final%20CAC.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Joan%20Ferr%C3%A9s_et%20al_Revisi%C3%B3%20par%C3%A0metres%20ECA_Informe%20final%20CAC.pdf)

Frau-Meigs, D., Vélez, I., Flores, M. (2017) *Public Policies in Media Information Literacy in Europe Cross-Country Comparisons*.

Fuente Cobo, C. (2018) *Políticas de alfabetización mediática: el papel de la UNESCO y la Comisión Europea*. Editorial Universitas, S.A.

Fundació Bofill (S.d.) *Som crítics*. Lloc web: <https://fundaciobofill.cat/som-critics>

González Beumal, C. (2019) *Mitjans locals per a l'educació comunicativa*. A AulaMèdia. Lloc web: <http://www.aulamedia.org/wordpress/2019/09/mitjans-locales-per-a-leducomunicacio/>

Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). *Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital*. Comunicar, nº38, v. XIX, 31-39.

Herrero, E. y Blanco, R. (2019). Tú usas el móvil, yo pongo las normas. de RTVE. Lloc web: <http://www.rtve.es/noticias/20190108/tu-usas-movil-yo-pongo-normas/1865341.shtml>

Instituto Nacional de Estadística. (2020). Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares. de INE. Lloc web: [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2020.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2020.pdf)

Jacotot, J. J. (1823) *Enseignement universel, Langue maternelle*. París: Dijon Victor Lagier.

Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Boletín Oficial del Estado, núm. 106 (2006) Lloc web: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2006/BOE-A-2006-7899-consolidado.pdf>

Llei 7/2010, del 31 de març, General de la Comunicació Audiovisual, de Jefatura de l'Estat Butlletí Oficial de l'Estat núm. 79, de l'1 d'abril de 2010 BOE-A-2010-529. (2010) Lloc web: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2010/BOE-A-2010-5292-consolidado.pdf>

Llei orgànica 3/2020, de 29 de desembre, per la qual es modifica la Llei orgànica 2/2006, de 3 de maig, d'educació. Boletín Oficial del Estado, Suplement en llengua catalana al núm. 340 (2020) Lloc web: [https://www.boe.es/boe\\_catalan/dias/2020/12/30/pdfs/BOE-A-2020-17264-C.pdf](https://www.boe.es/boe_catalan/dias/2020/12/30/pdfs/BOE-A-2020-17264-C.pdf)

Loppacher, Roger. (2018). *El president del CAC demana una nova llei audiovisual per adaptar la normativa a la nova realitat digital*, de CAC Lloc web: <https://www.cac.cat/actualitat/president-del-cac-demana-una-nova-lllei-audiovisual-adaptar-la-normativa-la-nova-realitat>

Marcos, M., De la Peña Mónica, M., Cerezo, M., Hernández, M. (2020) *Infancia y contenidos audiovisuales online en España: Una aproximación al consumo y a la mediación parental en las plataformas OTT* a Icono 14. Lloc web: <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/1560/1716>

Masterman, Len. (1994). La enseñanza de los medios de comunicación. (Traducció de Carmen Blanco). Espronceda, Madrid. Ediciones de la Torre.

Matsuura, K. (2006). *La alfabetización, un factor vital*. Informe de seguimiento de la Educación para todos en el mundo. París: UNESCO.

Morduchowicz, R. (2008) *Los jóvenes y las pantallas: nuevas formas de sociabilidad*

Morsy, Z. (Coord.) (1984): *La educación en materia de comunicación*. UNESCO, París

Navarro, Héctor; González, Zahaira; Massana, Eulàlia; García, Irene y Contreras, Ruth. (2012). *El consum multipantalla. Estudi sobre l'ús de mitjans tradicionals i nous per part d'infants, joves, adults i persones grans a Catalunya*, de quaderns del CAC vol. XV p. 91-100. Lloc web: [https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q38\\_navarro\\_et\\_al\\_ES.pdf](https://www.cac.cat/sites/default/files/2019-01/Q38_navarro_et_al_ES.pdf)

Organització de les Nacions Unides (S.d.) *Sustainable Development: Knowledge Platform*. Lloc web: <https://sdgs.un.org/>

Orden ECD/65/2015, de 21 de enero, por la que se describen las relaciones entre las competencias, los contenidos y los criterios de evaluación de la educación primaria, la educación secundaria obligatoria y el bachillerato. Boletín Oficial del Estado núm. 25 (2015) Lloc web: <https://www.boe.es/buscar/pdf/2015/BOE-A-2015-738-consolidado.pdf>

Plataforma per a l'Educació Mediàtica, (2021) *Què és la Plataforma per a l'educació mediàtica?* Lloc web: <https://www.plataformaeducaciomediatca.cat/index.html>

Pérez-Rodríguez, M. Amor i Delgado, Águeda (2012). *De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores*. Comunicar, 39, p. 25-34.

Pérez-Tornero, J. M. (2018) "Mediatización Intensiva: Un rumbo nuevo para la alfabetización mediática" a *Com formar ciutadans crítics? Alfabetització informacional i mediàtica* (18-40). Bellaterra: Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona: InCom-UAB Publicacions. Lloc web: [http://incomnet.uab.cat/download/ebookInCom\\_18ok.pdf](http://incomnet.uab.cat/download/ebookInCom_18ok.pdf)

Reial decret 126/2014, de 28 de febrer, pel qual s'estableix el currículum bàsic de l'educació primària. Boletín Oficial del Estado, núm 52. (2014) Lloc web: [https://www.boe.es/boe\\_catalan/dias/2014/03/01/pdfs/BOE-A-2014-2222-C.pdf](https://www.boe.es/boe_catalan/dias/2014/03/01/pdfs/BOE-A-2014-2222-C.pdf)

Resolución del Parlamento Europeo, de 16 de diciembre de 2008, sobre la alfabetización de los medios de comunicación en un mundo digital. Diario Oficial de la Unión Europea, 2008/2129(INI), (2008) Lloc web: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/PDF/?uri=CELEX:52008IP0598&from=ES>

Silverstone, Roger (2004). *¿Por qué estudiar medios?* Buenos Aires, Argentina. Amorrortu editores S.A.

UNESCO. (1982). *Declaració de Grünwald sobre l'educació relativa als mitjans de comunicació*, de UNESCO. Lloc web: [http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA\\_S.PDF](http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_S.PDF)

UNESCO (2011) *Alfabetización mediática e informacional: curriculum para profesoras*. Lloc web: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099_spa)

UNESCO (2015) *Acceso a una educación de calidad. Objetivo de desarrollo sostenible 4*  
Lloc web: <https://es.unesco.org/themes/liderar-ods-4-educacion-2030>

UNESCO (S. d.) *Formación en capacitación en información y medios de comunicación: Alfabetización mediática e informacional de UNESCO* Lloc web: <http://www.unesco.org/new/es/communication-and-information/media-development/media-literacy/mil-as-composite-concept/>

Vallet, A. (1968) *Du cine-club au Langage Total: pedagogie et culture pour notre temps*.  
París: Ligel.

## - Annexos

### Annex 1. Focus Grup

#### 1. Proposta Focus Grup - Escoles d'Educació Primària

En el complex ambient informatiu actual, on l'ús i l'abús de les pantalles de mòbil i tauletes és una realitat i els nous consums de mitjans són un fet, cal treballar per: distingir les fonts, els canals, a identificar la credibilitat de qui emet, a detectar quina confiança mereix des del punt de vista personal/individual una informació. En altres paraules, formar a uns infants i joves consumidors amb esperit crític, que reconeixin les garanties i els beneficis que aporta el periodisme de rigor, que fa ús del codi deontològic i aconseguir que aquestes facin un consum responsable dels mitjans.

Si les fake news i la desinformació estan a l'ordre del dia entre les persones adultes, hem de deixar-ne al marge als infants i joves? Quin paper han de tenir? Per descobrir-ho, escoles i famílies teniu un paper molt important, per educar en l'educació mediàtica però, sobretot, per acompanyar a infants i joves en aquest descobriment dels mitjans, el contingut audiovisual i poder fer un consum crític i conscient.

A través de **Focus Grup**, es vol establir una conversa, adaptada a cadascuna de les edats, amb 2 grups de cada cicle d'educació primària:

- 2 grups d'entre 9 i 15 alumnes de cicle inicial
- 2 grups d'entre 9 i 15 alumnes de cicle mitjà
- 2 grups d'entre 9 i 15 alumnes de cicle superior

Cada grup faria una sessió de **30 minuts** en el cas de cicle inicial i mitjà i **45 minuts** en els grups de cicle superior. Les sessions tindrien lloc durant els **mesos d'abril i maig**, amb dates a concertar segons la disponibilitat del centre i dels grups.

Els infants participants seran escollits per l'equip docent del centre educatiu, aleatòriament o per la raó que es consideri, sense discriminació per raons de procedència, gènere, orientació sexual, ètnia, opinió, religió o qualsevol altra circumstància personal o social. D'aquesta manera, s'intentarà que els grups siguin tan equilibrats com sigui possible entre nens, nenes i/o identitats no binàries.

El contingut del Focus Grup, adaptat a les diferents edats, es basarà en:

- Ús de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació (centrar-nos en les xarxes socials i els mitjans de comunicació): fan servir les xarxes socials? quins mitjans consumeixen? quin contingut?
- Fake news i desinformació: explicació dels conceptes amb exemples (i relacionar la falta d'accés a la informació amb la falta de democràcia), creuen que tenen eines per detectar si una notícia és falsa o vertadera?
- Vincular aquests conceptes a la seva realitat: entenen què passa al món? qui els hi explica? com els afecta? com ho millorarien?

D'altra banda, també es treballaria en la proposta per crear un producte periodístic, fet pels propis infants que, en cas que els motivés, podria tenir continuïtat amb el grup classe. En cas que el centre hi estigués d'acord, per poder fer aquesta segona part amb prou temps, es faria amb el treball autònom dels infants i treball en altres hores de treball a l'aula.

## 1.1 Cicle Inicial

### Objectius

- Conèixer les rutines de consum de mitjans i noves tecnologies dels infants
- Analitzar la informació i desinformació que arriba als infants
- Descobrir les maneres de treballar del periodisme
  - Què és una notícia?
  - Què necessitem per escriure una notícia?

**Durada i funcionament:** 30 minuts per a cada grup. La sessió serà amb el grup classe, a l'aula. Necessitarem un projector o pantalla per poder reproduir un vídeo, fulls i llapis de colors per dibuixar/escriure.

### Desenvolupament

Per començar, es reproduirà un vídeo explicatiu (3min) sobre els mitjans de comunicació. Què són? Per què serveixen?

A continuació es farà un petit joc per conèixer la dieta de mitjans (consum) dels infants del grup. A cada pregunta, els infants s'hauran de col·locar en una part o altra de la classe, segons si la seva resposta és afirmativa o negativa. (En cas necessari també es pot fer de manera estàtica, sense haver-se de moure per l'aula)

També es faran servir targetes amb il·lustracions i fotografies per parlar de programes concrets, aparells, personatges, etc.

Algunes de les preguntes:

- Mires la TV? Escoltes la ràdio? Llegeixes el diari?
- Mires vídeos a Youtube? (Important parlar de quins vídeos i quins youtubers)
- A casa, mireu la tv tots junts? Sempre els mateixos canals i programes?
- Saps si a Rubí hi ha televisió? i ràdio?
- Saps quina feina fan els periodistes? En coneixes algun?

Amb aquestes frases es pretén analitzar la situació actual del consum de mitjans i noves tecnologies dels infants.

A partir d'aquí, es llancen preguntes a l'aire sobre contingut de la informació que reben.

- Mires les notícies? Què diuen? Les entens?
- Què et sembla el que expliquen?
- Què t'agradaria que sortís?

(Explicació sobre les notícies: què són? Reproducció d'un vídeo curt que explica les fake news i la desinformació - *Recurs Info K*)

Per parlar de fake news, es farà de manera conjunta i fent preguntes directes que els infants puguin identificar amb el seu dia a dia:

- Quan has de saber quina hora és, mires el rellotge, li preguntes a algú o pots saber l'hora sense mirar enlloc?

- Per saber una cosa que ha passat a un altre país, ho pots saber des d'aquí o millor si li preguntes a algú que està allà?
- Si jo dic que no m'agraden uns macarrons, vol dir que són dolents? o a algú altre poden agradar-li? És el mateix que no m'agradin i que estiguin podrits?

Però, ara que ja sabem què són les notícies falses, com es fan les notícies de veritat? Per fer un exercici participatiu, es farà una pluja d'idees sobre possibles temes que podrien convertir-se en notícia: tenint en compte que han de ser temes actuals, que coneixem, que ens interessin...

Es proposa fer aquesta pluja d'idees sobre temes que apareixerien en un diari, revista, blog o informatiu de l'escola. Per fer-ho, parlarem de temàtiques i l'objectiu és que surtin notícies de cadascuna de les temàtiques:

- *Escola*
- *Barri*
- *Ciutat*
- *Esports*
- *Cultura*
- *Medi ambient*
- *Altres*

Finalment, cada infant individualment a través d'una paraula, text o dibuix, representarà la resposta a la següent pregunta:

- Com t'imagines un informatiu de l'escola?

Abans d'acabar, caldrà fer un exercici de valoració a través de preguntes breus i un semàfor (verd, groc i vermell) per recollir les opinions dels infants.



## 1.2 Cicle Mitjà

### Objectius

- Conèixer les rutines de consum de mitjans i noves tecnologies dels infants
- Analitzar la informació i desinformació que arriba als infants
- Descobrir les maneres de treballar del periodisme
  - Què és una notícia?
  - Què necessitem per escriure una notícia?

**Durada i funcionament:** 30 minuts per a cada grup. La sessió serà amb el grup classe, a l'aula. Necessitarem un projector o pantalla per poder reproduir un vídeo, fulls i llapis de colors per dibuixar/escriure.

Per començar, es reproduirà un vídeo explicatiu (3min) sobre els mitjans de comunicació. *Què són? Per què serveixen?*

A continuació es farà un petit joc per conèixer les tendències de consum dels infants del grup. A cada pregunta, els infants s'hauran de col·locar en una part o altra de la classe, segons si la seva resposta és afirmativa o negativa.

També es faran servir targetes amb il·lustracions i fotografies per parlar de programes concrets, aparells, personatges, etc.

- Mires la TV? Escoltes la ràdio? Llegeixes el diari?
- Mires vídeos a Youtube? (Important parlar de quins vídeos i quins youtubers)
- A casa, mireu la tv tots junts? Sempre els mateixos canals i programes?
- Saps si a Rubí hi ha ràdio? i TV?
- Saps quina feina fan els periodistes? En coneixes algun?

Amb aquestes frases es pretén analitzar la situació actual del consum de mitjans i noves tecnologies dels infants i joves.

A partir d'aquí, es llancen preguntes a l'aire sobre contingut de la informació que reben.

- Mires les notícies? Què diuen? Les entens?
- Què et sembla el que expliquen?
- Què t'agradaria que sortís?

(Explicació sobre les notícies: què són? Reproducció d'un vídeo curt que explica les fake news i la desinformació - *Recurs Info K*)

Per parlar de fake news, es farà de manera conjunta i fent preguntes directes que els infants puguin identificar amb el seu dia a dia:

- Quan has de saber quina hora és, mires el rellotge, li preguntes a algú o pots saber l'hora sense mirar enlloc?
- Per saber una cosa que ha passat a un altre país, ho pots saber des d'aquí o millor si li preguntes a algú que està allà?
- Si jo dic que no m'agraden uns macarrons, vol dir que són dolents? o a algú altre poden agradar-li? És el mateix que no m'agradin i que estiguin podrits?

Però, ara que ja sabem què són les notícies falses, com es fan les notícies de veritat? Per fer un exercici participatiu, es farà una pluja d'idees sobre possibles temes que podrien convertir-se en notícia: tenint en compte que han de ser temes actuals, que coneixem, que ens interessin...

Es proposa fer aquesta pluja d'idees sobre temes que apareixerien en un diari, revista, blog o informatiu de l'escola. Per fer-ho, parlarem de temàtiques i l'objectiu és que surtin notícies de cadascuna de les temàtiques:

- *Escola*
- *Barri*
- *Ciutat*
- *Esports*
- *Cultura*
- *Medi ambient*
- *Altres*

Després de la pluja d'idees, s'explicarà a través d'un exercici participatiu breu, el procés de redacció d'una notícia amb algun dels exemples de les temàtiques anteriors.

Abans d'acabar, caldrà fer un exercici de valoració a través de preguntes i un semàfor (verd, groc i vermell) i comentaris en petits grups o per escrit.

### 1.3 Cicle Superior

#### Objectius

- Conèixer les rutines de consum de mitjans i noves tecnologies dels infants
- Analitzar la informació i desinformació que arriba als infants
- Descobrir les maneres de treballar del periodisme
  - Què és una notícia?
  - Què necessitem per escriure una notícia?

**Durada i funcionament:** 45 minuts per a cada grup. La sessió serà amb el grup classe, a l'aula. Necessitarem un projector o pantalla per poder reproduir un vídeo, fulls i llapis de colors per dibuixar/escriure.

Per començar, es reproduirà un vídeo explicatiu (3min) sobre els mitjans de comunicació. *Què són? Per què serveixen?*

A continuació es farà un petit joc per conèixer les tendències de consum dels infants del grup. A cada pregunta, els infants s'hauran de col·locar en una part o altra de la classe, segons si la seva resposta és afirmativa o negativa.

També es faran servir targetes amb il·lustracions i fotografies per parlar de programes concrets, aparells, personatges, etc.

- Mires la TV? Escoltes la ràdio? Llegeixes el diari?
- Mires vídeos a Youtube? (Important parlar de quins vídeos i quins youtubers)
- A casa, mireu la tv tots junts? Sempre els mateixos canals i programes?
- Saps si a Rubí hi ha ràdio? i TV?
- Saps quina feina fan els periodistes? En coneixes algun?

Amb aquestes frases es pretén analitzar la situació actual del consum de mitjans i noves tecnologies dels infants i joves.

A partir d'aquí, es llancen preguntes a l'aire sobre contingut de la informació que reben.

- Mires les notícies? Què diuen? Les entens?
- Què et sembla el que expliquen?
- Què t'agradaria que sortís?

Després d'haver recollit les idees que hagin sortit, es passarà a parlar sobre el periodisme i les notícies. Es repartiran 2 notícies curtes; una real i una falsa on es podrà identificar fàcilment què diferencia la notícia de la notícia falsa:

- Fonts contrastades
- Dades clares
- Informació vs. Opinió
- Organització de la informació

Explicació sobre les notícies: què són? Reproducció d'un vídeo curt que explica les fake news i la desinformació - *Recurs Info K*)

Per parlar de fake news, es farà de manera conjunta i fent preguntes directes que els infants puguin identificar amb el seu dia a dia:

- Quan has de saber quina hora és, mires el rellotge, li preguntes a algú o pots saber l'hora sense mirar enlloc?
- Per saber una cosa que ha passat a un altre país, ho pots saber des d'aquí o millor si li preguntes a algú que està allà?
- Si jo dic que no m'agraden uns macarrons, vol dir que són dolents? o a algú altre poden agradar-li? És el mateix que no m'agradin i que estiguin podrits?

Però, ara que ja sabem què són les notícies falses, com es fan les notícies de veritat? Per fer un exercici participatiu, es farà una pluja d'idees sobre possibles temes que podrien convertir-se en notícia: tenint en compte que han de ser temes actuals, que coneixem, que ens interessin...

Es proposa fer aquesta pluja d'idees sobre temes que apareixerien en un diari, revista, blog o informatiu de l'escola. Per fer-ho, parlarem de temàtiques i l'objectiu és que surtin notícies de cadascuna de les temàtiques. (En primer lloc, es preguntarà als infants si saben quins apartats hi ha en un diari o en un informatiu, sinó, es donaran les temàtiques directament):

- *Escola*
- *Barri*
- *Ciutat*
- *Esports*
- *Cultura*
- *Medi ambient*
- *Altres*

Després de la pluja d'idees, s'explicarà a través d'un exercici participatiu breu, el procés de redacció d'una notícia amb algun dels exemples de les temàtiques anteriors.

S'animarà als i les participants a explicar com s'imaginen un informatiu, diari o revista de l'escola.

- Què necessitaríem?
- Què hauríem d'explicar?
- Qui participaria?

Abans d'acabar, caldrà fer un exercici de valoració a través de preguntes i un semàfor (verd, groc i vermell) i comentaris en petits grups o per escrit.

#### **1.4 Activitats opcionals (per fer a l'aula):**

Es planteja treballar amb més profunditat el periodisme i la feina dels mitjans de comunicació des de l'òptica dels infants. *(Es poden enviar a les tutores un cop s'hagi fet la primera sessió, adaptats a les necessitats del grup)*

- **Exercici per seleccionar temes d'interès**
- **Exercici per preparar-nos per fer peces periodístiques**
- **Exercici per dur a terme aquestes peces periodístiques**
- **Exercici per fer-ne difusió**

A cicle mitjà i superior, es planteja que a classe es pugui fer una redacció de les notícies i fins i tot proposar de fer una revista, un diari o un informatiu (de televisió o ràdio) per posar en pràctica tot allò après.

## 2. Respostes de l'alumnat

### - Mires la TV? A casa?

Tots els infants responen que sí que miren la televisió. Majoritàriament ho fan a casa, també a casa dels avis i quan van a casa d'algun amic o amiga. També es pregunta que en quin lloc de la casa miren la televisió; en general ho fan a la sala d'estar o menjador o a la cuina. També hi ha infants que la miren a l'habitació del pare i/o la mare i cal destacar que hi ha 10 infants, en el cas de la Torre de la Llebre i 18 en el cas de l'escola Montessori que tenen televisor a la seva habitació.

### - Amb qui la mires?

Les respostes en aquesta pregunta són majoritàriament amb els germans/es, pares, mares. Hi ha molts infants de cicle inicial que també la miren amb els avis i àvies.

A més, més del 60% dels infants participants diuen que miren també la televisió sols.

### - Quin contingut mireu?

En aquest cas, el contingut canvia segons amb qui la mirin; quan ho fan sols i soles, generalment miren dibuixos, sèries, pel·lícules o contingut de Youtube. Hi ha infants, sobretot de cicle inicial, uns 18, que no distingeixen entre el contingut de televisió i el contingut de youtube, netflix o altres plataformes.

Quan miren la televisió amb persones adultes, s'afegeixen programes que agraden als adults: tertúlies, magazins, informatius,... i també segueixen mirant dibuixos, sèries i pel·lícules.

### - Mires les notícies? T'agraden? Les entens?

La majoria d'alumnes, un 75%, explica que mira les notícies quan ho fan els seus familiars (majoritàriament pares, mares, àvies i/o avis) però ho fan sense gaire interès i en general, també diuen que no les entenen. De tots i totes les alumnes que miren les notícies amb els seus familiars, menys de la meitat afirmen que demanen explicacions a les persones adultes quan no entenen alguna cosa.

D'altra banda, també hi ha una gran majoria - un 70% de l'alumnat - que escolta o més aviat sent les notícies a la ràdio, sense fer-los-hi gaire cas. Normalment en trajectes en cotxe, de casa a l'escola, o en altres trajectes habituals.

Cal destacar que l'alumnat que mira el programa informatiu Info K explica que sí que entén les notícies, també diuen que són interessants i les senten molt més properes que les que són destinades a adults. Un 25% de l'alumnat participant mira l'Info K de manera habitual, un percentatge que sobretot és d'infants de cicle mitjà i superior.

### - Fas servir Youtube?

Gairebé el 100% dels infants miren Youtube - excepte 3 que diuen que no fan servir aquesta plataforma, una nena que diu que el seu pare no li permet i 4 infants que no tenen internet a casa.

Tots els infants consumeixen vídeos de youtubers en castellà, ja que no coneixen youtubers en català, en canvi sí que n'hi ha alguns que escolten música o miren videoclips en català.

#### - **Amb qui mires els vídeos de Youtube?**

De tots els infants que fan servir aquesta plataforma, la gran majoria fan ús d'aquesta plataforma ells i elles soles, sense cap adult acompanyant-los. De fet, tots els nens i les nenes que miren Youtube expliquen que miren sols Youtube normalment i, alguns d'aquests també miren vídeos o escolten música amb germans, cosins o altres infants o com a molt adolescents però, només cinc afirmen que miren els vídeos amb persones adultes acompanyant-los.

#### - **Quin contingut mires?**

L'alumnat explica que els vídeos que acostuma a consumir són de youtubers que comenten videojocs, youtubers que expliquen la seva vida, altres comenten partits de futbol, fan bromes i reptes, alguns també parlen de moda. També hi ha infants que consumeixen Youtube per mirar dibuixos, capítols de sèries, escoltar música, etc.

Els youtubers més populars són:

- **El Rubius:** principalment videojocs, humor i viatges. És el youtuber més seguit d'Espanya. També s'ha donat a conèixer a televisió i ha escrit diversos llibres.
- **The Grefg:** videojocs. Té més de 10 milions de subscriptors i té el rècord d'audiència de la plataforma de streaming Twitch.
- **Auronplay:** videojocs i crítiques de fenòmens d'internet. És el tercer youtuber amb més subscripcions del país, es va fer famós jugant i comentant videojocs, protagonitzant polèmiques i, més recentment, per haver donat més de 100 mil euros a la Federació Espanyola de Bancs d'Aliments, arran de la Covid-19.
- **MikelTube, LeoTube:** joguines, videojocs, sorpreses, parcs infantils, reptes, sortides familiars. Són 2 germans de Sant Adrià del Besòs d'11 i 7 anys, amb més de 7,2 milions de subscriptors. Comenten videojocs, ensenyen joguines i també fan plans familiars.
- **Vegetta777:** videojocs. És el segon youtuber més seguit a Espanya. Es va fer famós, sobretot per la gran varietat de videojocs als que jugava i després en penjava els vídeos.
- **Willyrex:** videojocs. És el 5è youtuber espanyol amb major nombre de seguidors de la plataforma. El seu contingut és principalment sobre les partides que fa i altres continguts de videojocs. Té 2 canals, sorprenentment té més subscriptors al canal secundari que al principal. Entre els dos canals penja com a mínim un vídeo al dia i acumula més de 34.900.000 de subscriptors.
- **Las Ratitas:** joguines, maquillatge i festes. Són dues nenes catalanes de 7 i 8 anys que tenen més de 22 milions de subscriptors, és el quart canal de YouTube amb més seguidors de tot l'estat espanyol. El 2019, la Fiscalia de Menors va iniciar una actuació d'ofici i va començar a investigar el contingut del canal després que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), el defensor del Menor de Madrid i l'ONG Save the Children haguessin demanat la seva investigació. El CAC, poc abans va fer un informe en el que va assenyalar el canal com un dels que reproduïen estereotips de gènere negatius» i «instrumentalització als menors d'edat.



A més, a mitjans de desembre de 2019, de fet va ser un dels 15 canals denunciats pel CAC per publicitat encoberta de joguines, dirigida a infants i adolescents.

- **Los Compas:** són un grup de 10 youtubers que publiquen vídeos jugant entre ells a diferents videojocs com Minecraft y Fortnite. Tots els Compas són: MikeCrack, RaptorGamer, Sparta356, ElTrollino22, Flexvega, Acenix, TimbaVk, Invictor, ElMayo97, Riusplay.
- **El mundo de Clodett:** paròdies, reptes, històries amb joguines i gimnàstica rítmica. Va protagonitzar una polèmica a causa d'una llista sobre menjar saludable i menjar poc saludable, en què la nena demanava només menjar pizza i repudiava la verdura i altres aliments saludables.
- **La diversión de Martina:** canal que explica la vida d'aquesta adolescent que també ha publicat llibres i és cantant i actriu. També hi ha contingut sobre moda, estil de vida i oci.
- **Los Mundo:** família espanyola que viatja amb una autocaravana per diferents països del món. Expliquen les seves experiències dels seus viatges.

### Altres

Els infants de cicle superior expliquen que no s'havien plantejat mai abans què era una notícia certa i una notícia falsa. Hi ha infants de tots els cicles que qüestionen, segons el que han sentit al seu entorn i a internet, l'existència del coronavirus.

La gran majoria dona la mateixa credibilitat a un informatiu de TV que a un youtuber. Creuen que sempre diuen la veritat. Fins a 197 infants van afirmar que creien que els youtubers sempre deien la veritat i que es creien més un youtuber que les notícies de la televisió o la ràdio. Un percentatge molt baix (15-20%) és conscient que els youtubers expliquen el que volen per guanyar subscriptors, diners i popularitat.

Aproximadament un 30% dels infants de cicle superior tenen mòbil amb internet que fan servir per jugar, mirar vídeos, comunicar-se entre ells, amb la família...

A cicle superior s'ha posat en pràctica - després de les preguntes del focus grup - un mètode per descobrir si una notícia és certa o no; els infants, per grups, han pogut llegir una notícia i, seguint els passos següents calia saber de quin tipus era:

- *La notícia té data? És d'actualitat?*
- *Té autor? És una font fiable? (una font oficial, òrgan institucional, un mitjà,...)*
- *Hi ha fotografies? Vídeos? (Cal saber si estan editats/modificats o són originals)*
- *La informació està ben estructurada? Ben escrita?*
- *Sabem d'on surt la informació? Algú més la sap?*

En aquest exercici, tots els grups van saber identificar la notícia falsa i la certa, tot i que alguns de manera molt clara i altres amb alguns dubtes. Es va explicar a l'alumnat - de cicle superior - que sovint les notícies falses estan molt ben camuflades i semblen de veritat. En aquest sentit, es va voler remarcar que aquests consells són importants però poden fallar, ja que hi ha empreses i persones expertes en crear notícies falses.

### Valoració

La valoració per part de tot l'alumnat va ser positiva o molt positiva. 207 alumnes van afirmar que els agradaria posar-se a la pell d'un o una periodista i poder explicar allò que passa al seu voltant. També uns 200 van dir que compartirien amb el seu entorn la manera com s'ha d'actuar davant d'una informació que no sabem si és certa o no.

L'alumnat de cicle inicial va fer algunes propostes de com s'imaginaven un informatiu de l'escola i la majoria coincidien en què els agradaria que es parlés d'allò que passa a les classes però també el que passa a l'hora del pati o a les excursions. Explicaven que caldria fer entrevistes a alumnes de diferents cicles i que les parts més complicades, les podria fer l'alumnat més gran.

En el cas de cicle mitjà i superior en el cas de proposar temes, van aparèixer temes tan diversos com la crònica d'unes colònies, la notícia d'un nou joc a l'hora del pati, l'exposició d'un projecte sobre l'entorn natural o com han transformat els conflictes i la competitivitat amb l'alumnat d'una altra escola a una lligueta de futbol quan surten de l'escola.

### **3. Respostes del professorat. Tutors i tutores dels grups participants i equips directius dels centres.**

#### **T'han sorprès les respostes?**

Tot l'equip docent que s'ha entrevistat s'ha mostrat sorprès per les respostes de l'alumnat; concretament per les respostes sobre Youtube, bàsicament per desconeixement. També en alguns casos pel contingut de ficció (sèries i pel·lícules) que miren alguns dels alumnes i, en general, s'han mostrat sorpresos i preocupats pel fet que l'alumnat consumeixi molt contingut sense cap acompanyament adult.

També va haver-hi una preocupació compartida pel poc contingut en català que consumeixen els infants a la televisió i encara més en el cas de Youtube, ja que és nul.

#### **Coneixes els youtubers dels que parlaven els i les alumnes?**

La majoria del professorat no coneixia cap dels Youtubers que van sortir als focus grups amb l'alumnat. De fet, només en un cas, una mestra coneixia les Ratitas Pandilleras i Los Mundo, perquè alguns alumnes els hi havien mostrat.

Cal destacar que hi havia docents que són mares i pares i van mostrar certa preocupació perquè no estaven al cas de cap de les respostes i temien que, a casa seva, passés el mateix i que els seus fills i filles estiguessin veient i seguint a youtubers que ells no coneixien gens.

#### **Heu treballat els mitjans i l'educació mediàtica a classe?**

No, en cap cas. Només en els grups de cicle superior de l'escola Torre de la Llebre, explicaven que havien treballat les notícies per publicar textos al blog de l'escola però només com a "cròniques" d'activitats que havien fet.

En tots els casos, la valoració dels docents de les preguntes del focus grup i del contingut treballat amb l'alumnat va ser molt positiva. Tots i totes afirmaven que calia fer algun treball com aquest amb tots els grups i no només de manera puntual, sinó contínuament.

#### **Creus que és important? Per què creus que no forma part del currículum?**

La resposta majoritària va ser que és molt important que entri a les aules. Cal que l'alumnat pugui ser crític i sàpiga què consumeix.

Les respostes sobre el motiu pel qual no forma part del currículum van ésser molt variades. A continuació, algunes de les més destacades:

- La veritat és que mai m'ho havia plantejat. Segurament per desinterès dels polítics.
- El consum que fan infants i joves és tan diferent del que fem els adults i canvia tan ràpid, que és l'excusa perfecta per no incloure-ho, des del Departament. Costa molt fer canvis al currículum.
- Ja els està bé i volen tenir una ciutadania que no comprèn el que consumeix a través dels mitjans, que la informació no cal que sigui contrastada ni ben elaborada, perquè així és més fàcil controlar-la i que el poder sigui més fàcil de gestionar.

**Altres qüestions que vulguis destacar?**

En aquesta pregunta, la majoria de docents van agrair la feina feta durant la proposta a les aules.

En el cas d'un dels equips directius, van explicar que el consum de mitjans i sobretot de l'ús de les xarxes socials i plataformes online era una preocupació compartida entre el claustre i l'Associació de Famílies d'Alumnes (AFA), perquè ni uns ni altres tenien clar com podien acompanyar l'alumnat en aquest consum, sense arribar a la prohibició, ja que desconeixien totalment allò que miren.

## Annex 2. Entrevistes

### - Entrevista a Francesc Josep Deó

#### **Com descriuries la situació actual de l'educació mediàtica a Catalunya?**

Actualment, l'educació mediàtica, si mirem el currículum, no existeix. És cert que es fa educació digital, molt enfocada a la tecnologia, amb una perspectiva tecnologista i falta parlar del contingut, analitzar-lo, crear-lo.

Hi ha professors que sí que treballen l'educació mediàtica però ho fan perquè hi creuen, perquè tenen la possibilitat en el seu centre i perquè volen. Però depèn tot, absolutament tot, d'aquest voluntarisme i bona voluntat.

Es parla molt de competències i de deixar enrere les assignatures i l'avaluació que coneixíem fins ara. Molt bé, però els continguts que no s'avaluen, acaben per no existir i tot el que no està dins de cap assignatura, passa una mica el mateix. Amb l'educació mediàtica, passa això. Sembla que hi hagi de ser, però com que no correspon a ningú, queda a l'aire i la gent se n'oblida. A més, a Educació Secundària, sobretot, encara funciona tot d'una manera molt vertical: cada assignatura té el seu temari, el seu professor i la seva manera d'avaluar-se. Això fa que els continguts transversals que s'intenten introduir, es perdin pel camí.

Cal que tinguem clar que estem en ple segle XXI, que tothom fa servir els mitjans de comunicació i la competència mediàtica hauria de ser una competència bàsica d'aquest segle.

#### **Quines són les propostes de futur? Què fa falta, a més de voluntat política?**

La legislació és un tema pendent, però sembla que no arriba i no podem esperar tota la vida. A Catalunya, si hi ha alguna cosa feta per part de l'administració, és per iniciativa del CAC, ni tan sols perquè el Departament d'Educació ho hagi demanat o s'hagi posat les piles, sinó perquè des del CAC es va creure que era una bona idea lligar mitjans i educació. Tot i que és un tema que està força parat i amb els 60.000€ per fer contingut audiovisual, es podrien fer molt bones propostes i aplicacions directes al currículum, perquè arribés ràpidament als centres. Hi ha molta gent treballant al Departament d'Educació, molta. Però sembla que a ningú li interessa aquest tema, és un paperot que van firmar amb el CAC i prou.

El 2n article de la Llei Audiovisual de Catalunya diu que la Generalitat té la responsabilitat d'alfabetitzar a la ciutadania. Però això no està passant. A més, l'últim Director General d'Innovació del Departament d'Educació, Joan Badia, va comprometre's a fer canvis en aquesta línia, des del seu càrrec i responsabilitat, però no van acabar aplicant-se.

Parlant més concretament del què poden fer els centres, es pot començar per ampliar la perspectiva amb què s'utilitza la tecnologia. Avui dia a tots els centres hi ha dispositius per rebre informació - ordinadors, tauletes,... - però en molt pocs, n'hi ha per crear contingut, per

produir, realitzar: càmeres, micròfons, gravadores,... i això fa que la relació dels infants i joves amb el contingut informatiu i audiovisual en general, sigui de consumidors i prou, no es veuen com a possibles creadors i això els allunya del contingut.

Una altra de les iniciatives que són molt necessàries és la formació del professorat: formació inicial, al grau de mestre d'infantil, al grau de mestre de primària i també al màster del professorat de secundària. I també formació permanent; els professors i professores, mestres, directors i en general la docència, s'ha d'anar actualitzant i no hi ha una altra manera de fer-ho que formant-se. Però és molt complicat perquè això implica temps i diners. Des d'AulaMèdia vam fer set edicions de l'Escola d'Estiu d'Educació en Comunicació, gràcies a les subvencions de la Generalitat, però vam haver de deixar-ho córrer perquè sense la inversió pública no podríem assumir-ho.

Ara fem unes jornades de dia sencer o de cap de setmana, d'un sol tema, per trobar-nos amb el professorat interessat i altres professionals, però no té res a veure. Abans rebíem una formació considerable que podríem fer 10 cursos, de fins a 300 persones a l'estiu.. les entitats que fan aquesta formació avui per avui han de posar una matrícula el triple o el quàdruple del que es pagava abans. Malgrat això, la recepció de l'educació mediàtica al professorat s'ha mantingut. En tot cas s'ha baixat una mica, les jornades les seguim fent, tot i que si ens les qüestionem és pel treball voluntari que fem.

També cal que quedi clar que l'educació és la millor eina que existeix per revertir la situació del consum indiscriminat que fan infants, joves i adults avui dia. Estem davant d'una realitat molt desesperant, del temps que passem davant de les pantalles, fent un consum totalment indiscriminat. I en infants i joves és encara més important, perquè el seu cervell s'està creant amb aquests hàbits.

### **Quin hauria de ser el paper del professorat? I dels professionals de la comunicació?**

El professorat hauria de començar a treballar amb professionals de molts altres sectors. En aquest cas, concretament amb periodistes i comunicadors però també en molts altres temes: per exemple, quan es treballen les parts del cos, perquè no es porta un metge o algú especialitzat en anatomia humana? No pot ser que infants i joves segueixin veient els professors com les úniques persones que tenen coneixement perquè a més de ser mentida, els tanca moltes portes.

En el cas de l'educació mediàtica, cal que els periodistes entrin a les aules i no només per fer català i castellà - ja que amb el màster del professorat, poden ser professors d'aquestes assignatures - sinó com a periodistes i experts en mitjans, comunicació i periodisme.

Una aposta que s'hauria de tenir molt més en compte és el treball conjunt entre mitjans locals i centres educatius, ja que comparteixen ecosistema informatiu i és la realitat que coneix l'alumnat. Són els mitjans que tenen més a prop i els que expliquen allò que passa a casa seva, al seu barri, al seu poble o ciutat. No pot ser que hi hagi infants que ni tan sols coneixin els mitjans locals del seu municipi. De fet, els infants haurien de poder tenir un espai en aquests mitjans i fer-se'l seu. Parlar d'allò que els interessi, fer-los partícips del que passa i que ho puguin explicar. Hi ha alguns exemples però, en general, falta fer molta feina.

**Vas explicar en una entrevista a l'Ara que els mitjans no poden passar per alt el seu paper davant de l'educació mediàtica. Quina és la responsabilitat dels mitjans en l'educació mediàtica?**

Sí, exacte, en parlava en una entrevista, ja fa un temps. Mitjans públics i privats tenen coses en comú, com ara que el servei que fan és públic. Cal que treballin junts. Però és molt complicat perquè el CAC no pot regular tot el que passa als mitjans i a més, avui dia, també hi ha les plataformes de contingut audiovisual, mitjans per internet, internacionals,... falta regulació i responsabilitat col·lectiva. Si només pensem en Catalunya, hi ha coses que volent o sense voler s'escapen.

Per exemple, els discursos d'odi cal regular-los, s'han de poder prohibir. Molt bé, el CAC pot fer-ho als mitjans catalans però, què passa amb les plataformes com Netflix, HBO, Youtube,... i per no parlar del contingut que hi ha a les xarxes. Com que és molt difícil, s'hauria de començar per l'educació i que aquests discursos ho tinguessin més difícil per arribar i aconseguir públic jove, que se'ls cregués. Cal que infants i joves puguin ser crítics davant d'això i, ara mateix, no tenen les eines per fer-ho.

Cal tenir en compte, a més, que el CAC és un òrgan regulador però a Espanya no existeix el seu homònim, només en algunes comunitats. Això provoca que no hi hagi cap tipus de regulació estatal i, per tant, és molt complicat posar les bases per a res.

Per exemple, aquí tenim l'Info K. Un bon programa, sí. Però fa 20 anys que dura i 20 anys que no ha canviat gaire. Viu d'un èxit - merescut - però que es va guanyar fa molt de temps. Cal anar més enllà.

Estratègies digitals, multiplataforma,... no existeixen encarades a infants i joves i són molt necessàries. L'estratègia de la CCMA ara és comercial, no comunicativa i això no interessa. Cal que s'incorporin periodistes joves, formats i també professionals d'altres àmbits per poder treballar de manera transversal.



- **Entrevista a Arianna Ranesi, responsable dels Tallers d'Educació Mediàtica de Junior Report i a Lali Bueno i Josep Blanch, coordinadors del projecte Revista Escolar Digital.**

### **En què consisteix el vostre projecte?**

Arianna Ranesi (A.R.): El projecte d'educació mediàtica que fem és explicar l'actualitat a un públic més jove és Junior Report, és un diari digital adreçat a joves, adolescents de l'edat dels instituts sobretot. Llavors el que fem és explicar l'actualitat amb un llenguatge més senzill adaptat a aquest públic. Aquest projecte està fet per periodistes, per nosaltres i ara hem tret el tema de la notícia del dia que és que cada dia publiquem una notícia d'actualitat alguna cosa que creiem que sigui d'interès global sobretot pels joves i no només hi ha la notícia sinó que hi ha una manera de treballar aquesta notícia i llavors presentem diapositives d'actualitat i algunes activitats que podem fer cada dia per treballar la notícia del dia.

Això és bastant nou, hem començat a fer-ho aquest any, llavors la idea és que això sigui una subscripció als centres educatius es podria subscriure tenint accés a totes les notícies del dia i treballar cada dia 15 minutets, està pensat per fer ho ràpid. Tot el material del Junior Report que redactem és gratuït, obert és d'accés lliure. I la idea és estar més enfocat als professors, perquè puguin treballar amb els alumnes. A partir d'aquest projecte tenim altres projectes que neixen d'aquí.

Els tallers els vàrem començar amb tallers de secundària. Entrem a les aules, ara ja portem tres anys entrant-hi, el primer any potser eren uns deu centres, i després ja han anat augmentant. Aquest any haurem anat a uns 60 o 80.

La dinàmica dels tallers és entrar a les aules explicant l'educació mediàtica, explicar les fake news, què fem els periodistes, com ho fem i sobretot amb la idea, la voluntat diguem-ne de despertar la mirada crítica. Qui arriba a un mitjà de comunicació? Per què t'arriben algunes notícies i no altres? Llavors és un taller de dues hores on la dinàmica és que reflexionin molt, que participin bastant, que sigui bastant pràctic i dinàmic perquè ells mateixos es puguin posar en la pell del periodista i sobretot deixar que reflexionin molt. Aquests tallers els fem de dues hores i marxem.

També tenim les unitats didàctiques. Llavors nosaltres d'alguns temes que tenim, en fem unitats didàctiques, per treballar doncs tota aquesta temàtica des d'una perspectiva periodística a les aules. I llavors tenim per exemple la unitat didàctica del canvi climàtic. Consta d'unes diapositives on expliquem una mica el resum de la selecció d'articles sobre canvi climàtic, les diapositives i unes activitats per treballar. Es fa una fitxa d'activitats, amb diferents propostes d'activitats algunes més de comprensió lectora o unes altres més de pensar. Després la idea és que puguin treballar tota aquesta temàtica a partir del que nosaltres els hi donem.

També fem treballs de síntesi, es fa només una setmana i és un projecte nou que ara estem intentant començar.

### **Quins temes tracteu als tallers?**

A.R.: Els tallers de secundària que tenim són els de fake news, que és el bàsic, amb el que vam començar i aquest any també han implementat un nou taller de periodisme i gènere. Llavors el que fem és explicar amb una mirada periodística com la desigualtat de gènere afecta als mitjans però també a la resta de la nostra societat, etc.

L'any passat vam començar a primària també, amb un projecte nou. A primària són tallers de periodisme i igualtat de gènere, periodisme i refugiats, drets dels infants i canvi climàtic. És treballar les fake news, treballar la informació, sempre a partir d'aquests temes. Són tallers molt més molt pràctics, portem unes carpetes amb pistes a dins i és com més de joc, amb una part teòrica inicial però molt breu, el format fa que sigui molt més entretingut.

### **I en el cas de la Revista Escolar Digital, com funciona?**

Lali Bueno (L.B.): Arran dels tallers, des del primer que vam començar a fer tallers vam veure que els xavals tiraven que volien com que hi havia la necessitat d'aprofundir una mica més amb això neix el projecte RED, que és el projecte de revista escolar digital. Aquest projecte és un projecte molt més llarg, és un projecte anual que no només anem al centre un cop sinó que hi ha un seguiment d'un periodista d'aquí de Junior Report, que agafa un centre que presenta la Revista Escolar Digital i durant un any fa el seguiment del centre. Tots els articles que es publiquen en aquesta revista escolar digital les publiquen els alumnes. És un diari dirigit i produït pels alumnes i tenen el recolzament sempre d'aquí. El procés és que ells escriuen un article, en teoria passar el filtre del profe i passa al nostre filtre. Nosaltres ens hi fem un feedback, una mica amb tots els comentaris sobretot a nivell periodístic i les publiquem. És un projecte molt més gran. I la idea és fer xarxa a tots els centres també puguin anar fent una revista col·laborativa que agafa els millors articles de tots els centres, triats per nosaltres. Una mica també la voluntat que hi apareguin tots [els centres] i els engloba. Allà pots veure què ha fet un col·lega de l'altre escola.

Així, vam començar una mica a base d'experiments. Després dels tallers d'educació mediàtica, vam veure que l'alumnat ens sorprenia i que tenia ganes de més. Va ser prova i error. És un projecte ambiciós, per descobrir com treballen els periodistes i com poden ser periodistes els propis alumnes. En aquest sentit, no hi ha ciutadans crítics, acostumats a consumir mitjans de comunicació i per tant, és molt important que els nois i noies vagin aprenent-ne.

Josep Blanch (J.B.): A part que també és una manera d'entendre l'actualitat del que passa al seu entorn. Sovint sembla que no passen coses però sí que en passen i a vegades no en som conscients ni els adults, imagina't els infants i els adolescents. Hem d'explicar el que passa al nostre entorn i a base d'això, que l'alumnat pugui explicar-ho i es converteix en periodista per informar. Així poden començar a descobrir què és una font d'informació i saber que puc triar i quina informació és fiable i desafiar la desinformació. Llavors les coses que diem és que hem d'aprendre a treballar amb les fonts i la millora manera, pensem que és viure en primera persona: puc triar què vull i què no. I sobretot els alumnes també tenen bastant integrat el tema de les TIC i ells mateixos poden ser educadors per a la família, per

al seu entorn amb el que aprenen, el que intentem inculcar que també puguin fer una mica de consciència cap als pares per combatre una mica les fake news, que és una mica de l'objectiu final del projecte.

Els periodistes parlem de l'actualitat amb les notícies, sobre coses que passen al centre, que passen al municipi i que passen a la ciutat o poble en general. Hi ha coses que els interessin i que en parlen a través d'un article, no els obliguem a fer temes que ens semblen interessants a nosaltres, sinó que trien ells i si escullen fer una crítica de la pel·li de Netflix, poden fer-ho. També fem sortides, gràcies a acords amb entitats locals, espais culturals,... per exemple per anar al teatre i veure l'obra de teatre amb una mirada crítica. Jo no vaig al teatre i prou, sinó que hi vaig amb paper i boli i prenc notes, amb una altra mirada a aquest perfil més crític. Així també poder conèixer el context, poder entrevistar els actors i que hi hagi un intercanvi directe amb l'alumnat.

L.B.: Intentem insistir en això, que es consumeixin mitjans amb una mirada crítica, que diferenciïn què aporten els mitjans de comunicació, que sàpiguen la diferència entre el que corre per les xares i el que fa un mitjà, la importància d'una firma, insistim molt en això i les activitats que fem a l'entorn van treure'ls de l'aula i que tot el que aprenen, poden aplicar-ho. Hem entrevistat alcaldes, alcaldesses: l'Ada Colau, Sant cugat, etc. Van a veure els alcaldes i pregunten coses incisives.

### **Com s'implementa en el dia a dia del centre?**

J.B.: Hi ha molts centres que fan assignatures o més aviat optatives de periodisme, fan una revista o alguna cosa semblant. Però "l'únic" que fan és escriure notícies, fer alguna entrevista,... sense anar més enllà. En el cas de la Revista, no és només la creació de contingut, sinó l'estructura que es crea, les dinàmiques, etc.

És important que l'equip docent i l'alumnat, clar, entenguin que l'educació mediàtica no és només escriure notícies, sinó també hi ha una part important de pensament crític, de saber què consumim, com veiem la realitat,... i es pot aplicar a qualsevol assignatura. Per exemple, saber contrastar una informació és bàsic per a la vida, de fet tots i totes ho hauríem de fer més sovint, tant com a periodistes com, com a persones.

L.B.: Entenem que idealment, l'assignatura hauria de ser o podria ser com tecnologia; una assignatura que toca molts punts diferents però té una aplicació molt pràctica. Ara mateix, el que fem és que transformem una classe en una redacció. La nostra idea és que sigui una classe o un curs, no tot el centre, ja que seria molt complicat coordinar a tanta gent.

La idea bàsica és que sigui un projecte que ha d'entrar en un curs de tercer d'ESO o quart d'ESO, o del curs que sigui. Volem que sigui una cosa que sigui durant tot el curs, no ens serveix una optativa d'un sol trimestre, perquè els tres primers mesos, amb prou feina comencen a agafar ritme, llavors durant tot el curs sí que podem veure molts canvis. Comencem explicant què és un mitjà de comunicació, que és una notícia, què fa que un fet sigui notícia o no ho sigui i després d'això treballem les fonts d'informació i ens qüestionem com ens informem per explicar les coses.

El nostre objectiu és que aquesta classe o aquest curs pugui fer de periodista també davant i amb altres alumnes, que donin a conèixer la revista i que sigui un projecte de centre. Que pugui haver d'intercanvi de comunicació entre la redacció i la resta de classes i també que això els permeti entendre com funciona una redacció, què hi ha, què necessita, etc.

### **D'on són les escoles amb les que heu treballat? i quin tipus de centres són?**

A.R.: Tenim llocs on tenim més centres i evidentment on n'hi ha menys. Llavors potser davant d'un públic/privat que em comentaves, en els tallers, públic/privat més o menys et diré que públic/concertat més que privat, 50-50. En el cas de la Revista Escolar Digital, hi ha un 50-50 més o menys, entre escoles públiques i concertades: bastant equiparat. L'alumnat és molt diferent però no només pel tipus de centre, també pels territoris, si és un centre petit o molt gran, etc. Hi ha un centre a Bolívia, un a Múrcia i un a Vic i no es poden comparar entre ells, són molt diferents.

L.B.: En general, sí que és veritat que és més fàcil accedir als centres concertats perquè evidentment l'import del que disposen és superior. Però la idea és que ningú es quedi fora i s'esforcen molt per intentar adaptar els pressupostos del centre que tenim davant, és a dir en centres que no poden accedir ni als tallers, que tenen un preu més simbòlic, ni a res. Però s'estan fent beques.

La idea és que busquem, anem a aquest territori, si hi ha una empresa en aquest territori que pot aportar diners per fer participar a tal escola o institut. Bé, seguim intentant arribar a tot arreu que no ens quedi un projecte de centres concertats centres privats i prou.

### **Com arribeu als centres educatius?**

A.R.: L'acció comercial, el primer contacte amb els centres el vam fer fa més de 3 anys. Vam anunciar els tallers i molts d'aquells centres van voler seguir amb la RED. En el seu moment això es va fer amb un directori i ara mateix es fa a través de bases de dades que ja tenim i newsletter, etc.

És molt difícil arribar als centres, estan molt enfeïnats i tothom els truca, tenen mil correus i mil trucades. Estan cansats i sobretot ara que ja es pensa de cara al curs vinent... Enguany hem començat a fer les sessions informatives per als centres, tu pots inscriure't a la que t'interessi i també està enfocat a trobar centres nous per Espanya però amb sentit, perquè ara tenim centres bolets i així costa fer xarxa. Això sí sempre ha estat molt encertat sempre serà una urgència no suposaria parlar amb altra gent ens enviem correus i trucades i ja sé que ja s'han cansat sobretot ara que comença el tema de renovació general que és com trobar un procés molt llarg.

A més, aquest any hem tingut una miqueta la sensació que patiríem molt i, en canvi, han incrementat els tallers. Crec que molts centres que no han pogut sortir a fer activitats fora, han dit, que entri algú extern, que canviï una miqueta la mirada dels alumnes. També s'han fet sessions informatives online per centres educatius i simplement es fan un cop l'any i tothom es pot inscriure. És una prova que no havíem fet abans, però té la voluntat una mica d'anar ampliant la xarxa també a centres a Espanya però fer-ho de manera conscient perquè ara tenim centres repartits pel territori, centres bolets, que dificulta una mica el

seguiment presencial perquè si tens el centre a La Rioja i un altre a Córdoba, has de fer dos viatges només per un centre. Amb aquestes xerrades la idea és crear xarxes a les diferents comunitats, regions.

J.B.: També, una altra manera és anar a buscar una xarxa de centres com estem fent a Lleida o Premià de Mar. A l'Ajuntament li agrada el projecte, perquè hi ha una competència que s'assoleix. Per tant, com que volen dedicar-hi esforços i estan disposats a becar l'alumnat, s'ha creat una activitat extraescolar a les escoles en diferents centres.

### **Creieu que hi hauria alguna manera d'arribar a més centres?**

L.B.: Seria ideal estar subvencionats per l'Ajuntament a tot arreu, que no depengui del pressupost de l'escola, que acostumen a ser molt ajustats. Però per començar, nosaltres vam anar a picar portes directament. Ara que tenim el projecte més gran, que ja té cara i ulls la idea és poder començar amb els Ajuntaments, intentar crear una xarxa en la línia de treballar perquè subvencionin.

### **Amb el projecte de la Revista Escolar Digital, com es fa el seguiment, durant tot el curs?**

J.B.: Sempre tenen un periodista professional que els fa seguiment, revisem tot el que es publica, no tant per les faltes, sinó pel contingut, que sigui una feina periodística de qualitat, amb una mirada crítica. Cal que escriguin i de fet, comencen a escriure d'una manera que no estaven acostumats però a la vegada amb una mirada de, ostres aquest tema l'has enfocat d'aquesta manera però si haguéssis parlat d'això altre,... que tinguin una mirada no tan simplista i a tot arreu on puguin arribar ells sols, és millor que si els hi anem dient. Més enllà del seu tan simplista que món podria arribar sols és millor que.

La manera de fer s'adapta a tots els nivells, des de quart de primària, amb diferents ritmes. A més, hi ha grups que treballen molt bé, d'altres molt malament i a vegades a dins d'un mateix grup, hi ha gent que treballa molt bé i altra molt malament. De fet, no és que treballin malament sinó que ho fan a diferents ritmes. A l'escola pública i també a la concertada, hi ha diferents necessitats i a cada centre et trobes que has d'adaptar al pla de treball amb un grup que pugui treballar molt i seguir el ritme dels altres i amb un altre que vagi bé que pugui treballar al seu ritme sense haver de perseguir-los perquè vagin més ràpid. Ja es planteja i potser és poc realista però l'objectiu és intentar-ho i anar aprenent, amb prova error. S'adapta constantment, també, i és un projecte molt embrionari.

L.B.: La figura del periodista que els segueix, fa el seguiment dels articles online i també hi ha anades a l'Institut. Va de tant en tant a l'Institut. En principi tres cops l'any com a mínim i tutories amb els alumnes. Això també dóna un valor afegit al que fem perquè al final és un periodista que està entrant a l'aula i que està explicat directament perquè al teu article li passa algo o com el podries millorar. Fem introducció als gèneres periodístics i també valoració del que es va fent.

També hem après que a vegades tenim la concepció que als infants i adolescents els hem de donar les coses molt mastegades i ens passa que quan tenen més llibertat és quan hi ha propostes més sorprenents, tant pels temes com pels enfocaments,... per exemple, les

preguntes que van fer a l'alcaldeessa de Barcelona, Ada Colau, ni nosaltres - periodistes - ni els professors vam tenir cap incidència, és a dir, totes les preguntes van sortir dels propis alumnes.

Segurament tenen ímputs de l'escola i de casa però ells mateixos van decidir preguntar sobre les superilles, la delinqüència, el parc públic, educació sexoafectiva,... el projecte actual vol demostrar que els alumnes poden escriure i dirigir la revista i que no cal precisament marcar el contingut per part dels adults. Hem d'estar al seu costat i acompanyar-los però ens han demanat autonomia i amb aquesta llibertat, estan aprenent molt. Està classificat així: la notícia, el punt de vista, l'entrevista, el tema del trimestre i Junior Report GO, que són les sortides que fem i espai creatiu, un espai lliure per als alumnes, si volen publicar alguna cosa que no entra en cap altra categoria. Signem sempre amb el nom del centre que l'ha fet i s'hi poden trobar tots els articles seleccionats seleccionats.

### **Com valoreu la feina del periodista a dins de l'aula?**

L.B.: Jo crec que és molt positiu per a l'alumnat i també pels periodistes. Els últims anys la imatge del periodista s'ha vist molt desvaloritzada. Hi ha una corrent de periodistes "activistes" que consideren que s'ha de ser un periodista de dretes o d'esquerres. Parlant amb l'alumnat, es pot explicar que els mitjans tenen una ideologia definida i els periodistes poden tenir-la però sovint publiquen en consonància a la línia editorial del mitjà pel que treballen.

J.B.: També serveix per explicar que un periodista, a vegades, pot no fer bé la seva feina, es pot equivocar, però potser ho ha fet "malament" amb una intencionalitat política clara, que no pot quedar amagada. És una oportunitat per apropar els periodistes als alumnes i per tant, a la societat, som éssers humans i no hem de desconfiar dels periodistes però hem de desconfiar del que ens diuen si no està ben contrastat. Jo crec que donar aquesta visió del periodista és important.

### **Com és la implicació del professorat?**

L.B.: Quan un centre té un profe motivat, és quan les coses funcionen. A no ser que tinguis un alumnat molt motivat. Centres on hi ha un profe motivat, tot surt rodó: s'implica, els fa conscients de l'aprenentatge per donar un sentit, de què serveix aquest projecte i ens ajuda molt. És un 25 per cent de tots els que tenim. Un 25 de profes motivats sumant un 15% d'alumnes motivats i l'altre hem de tirar del carro, molt. Llavors jo crec que és la clau de l'èxit. Que hi hagi una persona, que pugui fer l'acompanyament, nosaltres podem fer un acompanyament però no és personalitzat ni diari, si tenen un referent que està allà i els hi dona sentit, és quan funciona.

### **Quina creieu que hauria de ser la situació "ideal" de l'educació mediàtica a les escoles i instituts?**

A.R.: Està clar que perquè sigui per a tothom, hauria d'estar al currículum. És una necessitat perquè tots els infants consumeixen mitjans i el Departament d'Educació hauria d'apostar per educar en aquest sentit i fer una assignatura. Però no sembla que hagi de passar. Mentrestant, nosaltres seguirem entrant a totes les aules que puguem. Sabem que hauria



de ser una responsabilitat de l'administració pública, perquè fos accessible i no només això, sinó obligatori per a tothom.

L.B.: Nosaltres ho fem com podem, gràcies a aquest projecte, si des del poder polític s'interessen per escoltar les i plantejar les dificultats i necessitats, crec que l'educació mediàtica hauria de ser un puntal. S'hauria de ser molt més insistent i que es fes pressió allà. Però és complicat. I si es fa, que es faci bé, no pot ser que la manera d'entrar l'educació mediàtica als centres sigui fent només un blog o explicant què és una notícia. Cal que hi hagi contingut de qualitat i des de ben petits; si es comença a l'ESO ja anem tard. A més, tant el contingut com els valors i la manera de funcionar de l'educació mediàtica pot ser útil per a moltes altres assignatures, com deia abans el Josep, i per a la vida en general: contrastar la informació, tenir pensament i esperit crític, ser curiosos i curioses, anar a l'arrel de les coses,... sens dubte són aspectes que democratitzarien la societat si tots els apliquéssim en la nostra manera de fer.

Ens trobem amb nens i nenes de 6è de primària i més petits que tenen una quantitat increïble d'informació, però no saben distingir què és informació, què és opinió, ni quin tipus de discursos estan escoltant. És realment molt preocupant perquè hi ha discursos de l'extrema dreta, masclistes, racistes,... i que a l'ESO ja els tenen totalment integrats. Després no saben argumentar-te allò que defensen, simplement repeteixen discursos que diuen els youtubers o famosos que segueixen.

J.B.: També cal destacar que hi ha docents que, quan anem als centres, ens donen les gràcies per parlar sobre l'eix dreta – esquerra, emmarcat en els mitjans de comunicació però no només en aquest sentit. També parlem de temes que, a ells i elles, com a professors, els fa respecte tocar. Aquests últims anys, amb el tema del procés, s'han deixat de tractar molts temes d'actualitat – que són una bona manera de parlar de mitjans, de periodisme i d'educació mediàtica – a les aules, per por a represàlies. I això és molt greu. Hi ha professors que directament ens han agraït que en parléssim perquè se'n moren de ganes però no ho fan per por o per respecte al que pugui passar.

L'educació mediàtica, no només és pel consum dels mitjans. En el fons, el que es treballa és el pensament i l'esperit crític. És un valor que hauria de ser transversal, que l'escola i l'educació en general apostés per aquest valor. Però sembla que no està a l'ordre del dia.