

## Seminari *Educació i mitjans de comunicació*

### *Entre l'escola i les pantalles*



### **A. Debat inaugural, 28 de febrer, «Una altra vida a la Xarxa»**

Els nostres alumnes hi són. Què en sabem els professors? I la pedagogia, què hi diu?

#### **Obertura**

Martí Teixidó, president de la Societat Catalana de Pedagogia

La Societat Catalana de Pedagogia posa sobre la taula temes que responen a necessitats de l'educació en la societat actual. Temes que esbossem i que volem analitzar i elaborar amb professionals d'altres entitats i institucions. Amb mestres i professors i educadors, que practiquen la pedagogia; amb investigadors, estudiosos i acadèmics, que aporten fonamentació i apunten alternatives d'acció.

Hem abordat temes com: «Educar la dimensió religiosa humana» (2003), «Narracions i pedagogia» (2006), «Trastorn d'atenció i hiperactivitat» (2013), «Escola catalana. Avui plurilingüe» (2011-2018), «Innovació educativa i sistema

pedagògic a l'escola» (2016)..., sempre amb institucions dedicades als temes i amb un debat cooperatiu i generós per totes bandes.

Abordem el tema de l'educació i els mitjans de comunicació que ja fa temps havíem volgut iniciar. Aquesta realitat de comunicació i les tecnologies de la informació evolucionen tan ràpidament que els principis (psicosocials, d'aprenentatge, de semiòtica de la comunicació) poden ser els mateixos, però les noves oportunitats (mitjans, màquines, tecnologies digitals) ens obliguen a ajustar les propostes pedagògiques.

En aquesta ocasió, el tema té la màxima complexitat i perspectives i, per això, ho hem centrat en el triangle: educació-comunicació-cultura, perquè són tres processos socials que se superposen. Ho fem amb el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), que ja en un dels primers *Quaderns* (2000) ho va tractar i constatava que semblava que allò que l'escola feia amb l'ensenyament cada dia, els mitjans de comunicació ho desfeien al vespre. Comptem amb la participació d'Aula Mèdia, que de 1993 ençà ha anat elaborant recursos i aportant orientació per a l'alfabetització audiovisual.

Els mitjans, inicialment, eren vistos com a suport de la paraula. Apareixen com a mitjans audiovisuals, concepte aportat per la didàctica (BIE/OIE, 1947) que s'ha estès a la publicitat i comunicació. Els mitjans com a llenguatge verboicònic són desenvolupats per la semiòtica comunicativa. Els mitjans com a visió del món i sentit de la vida són estudiats per la mediologia, ciència iniciada per Régis Debray.

La Societat Catalana de Pedagogia, com a societat científica, segueix l'esquema de recerca, desenvolupament i innovació (R+D+I). La recerca (R) són coneixements de les diverses ciències que estudien l'educació, l'aprenentatge, l'alumne, el professor, i que integrem de manera coherent. El desenvolupament (D) és, amb propietat, la pedagogia, i n'elaborem una guia fonamentada per a la pràctica i instruments, així com n'identifiquem recursos actuals posant-hi la intenció pedagògica. La innovació (I) la feu els mestres, professors i educadors incorporant recerca i desenvolupament de forma ajustada a cada context social, cultural i econòmic en el marc de les

finalitats comunes de l'educació decidides políticament, sens perjudici de la diversitat de cosmovisió i sentit de la vida.

En aquesta sessió d'obertura del seminari centrem les perspectives: de comunicació, Núria de José (CPC); de cultura, Ingrid Guardiola (productora cultural, absent per un motiu de força major), i d'educació, Dolors Reig (psicòloga social).

### **Des de la perspectiva dels mitjans de comunicació**

Ponència de Núria de José Gomar,  
periodista. Col·legi de Periodistes de Catalunya (CPC)

#### *El perill de conduir sense carnet. La necessitat de l'educació mediàtica*

Permetries que el teu fill circuli en cotxe sense que prèviament hagués rebut una formació específica que li permetés dominar el codi de circulació i conèixer els perills principals que es pot trobar? Doncs alerta, perquè possiblement som així de permissius quan els deixem circular per les «carreteres» d'Internet.

La xarxa Internet ha estat un magnífic descobriment, l'obertura a possibilitats immenses en tots els terrenys. I, com al seu dia també va passar amb l'automòbil, ha comportat l'aparició de noves amenaces que es poden minimitzar rebent la formació adequada.

En el cas dels mitjans de comunicació, Internet ha aportat dos grans avantatges: un, ha facilitat la bidireccionalitat entre l'emissor i el receptor de la informació i, dos, ha multiplicat les fonts a partir de les quals el periodista pot començar a fer la seva feina, contrastar i explicar notícies. Ara bé, també ha portat amenaces: d'una banda, una crisi del model de monetització de la informació (s'ha estès la idea que la informació és gratuïta), fet que ha contribuït a la precarització de la feina dels periodistes. Si al treball precari, a la feina del periodista, li sumem la necessitat d'oferir informacions a tota velocitat per satisfer l'hàbit de consum compulsiu al qual ens han viciat les xarxes, ens trobem amb una degradació de la qualitat de la informació.

D'altra banda, Internet ha multiplicat fins a l'infinit els emissors d'informació i sovint hi ha qui confon el canal (la Xarxa) amb el periodisme. Internet és un canal de comunicació i els productes periodístics arriben al ciutadà a través de la Xarxa com ho fan a través de la premsa, la ràdio o la televisió. Per tant, el periodisme fa servir Internet, però no tota la informació que hi circula és periodisme, malgrat que el format amb el qual la trobem, de vegades, ens pugui confondre.

#### *Què aporta el periodisme a la Xarxa?*

En un entorn de saturació d'informació, la major part de la qual s'elabora de manera interessada, l'exercici responsable del periodisme pot aportar credibilitat. El mitjà i, cada vegada més, el periodista a títol personal esdevenen a Internet referents enmig del caos. Són marques corporatives o personals, a les quals atribuïm uns valors. La trajectòria del mitjà de comunicació, la formació del periodista i el respecte a un codi deontològic haurien de ser un aval del producte informatiu que consumim respecte de la resta de missatges que circulen per la Xarxa. Els periodistes tenim un compromís social i estem cridats a guanyar-nos el respecte i la credibilitat dels ciutadans cada dia. Convé tenir present que a Catalunya hi ha quatre mil periodistes col·legiats que abracen un codi deontològic propi, però que la col·legiació no és obligatòria per exercir a casa nostra.

#### *Formació o posar portes al camp?*

No conduir mai un cotxe per evitar tenir un accident seria una mesura desproporcionada i, a més, privaria l'individu de moltes oportunitats. Una cosa semblant passa amb l'accés dels joves a Internet. Hi ha molts debats sobre l'edat més convenient per permetre'ls l'accés, especialment mitjançant dispositius mòbils. El cas és que, per més que vulguem vetar-los l'accés, sabem que hi acabaran entrant i sovint serà a una edat en què no es té la maduresa suficient per poder fer front als riscos amb què es trobaran. Per això, actualment, la formació en l'accés i el consum d'informació esdevé una necessitat des d'una edat molt primerenca.

La informació és un pilar bàsic de la llibertat i, per extensió, de la democràcia. Saber per poder triar, en les decisions personals i en les col·lectives. Dominar les eines que

ens han de permetre estar informats correctament és essencial per garantir les llibertats individuals i col·lectives.

Conscients d'aquesta necessitat, el Col·legi de Periodistes de Catalunya, amb el suport de l'Obra Social La Caixa, fa nou anys que va posar en marxa el programa «Premsa a les escoles». La proposta té dos objectius bàsics: un, que els alumnes sàpiguen distingir la credibilitat de qui els està subministrant la informació i, dos, que siguin crítics a l'hora de consumir-la. Enguany, quatre mil alumnes de setanta instituts d'arreu de Catalunya han participat en el programa.

La magnitud del que ens hi juguem és tan gran que des del Col·legi de Periodistes considerem que l'educació mediàtica no ha de dependre de la sensibilitat d'un centre educatiu o d'un docent. Cal que sigui un aprenentatge obligatori per garantir la igualtat de tots els nois i noies a l'hora de formar-se com a ciutadans, independentment de l'entorn d'on vinguin.

*No passem semàfors en vermell encara que no vingui ningú*

Si un adolescent de dotze anys escrivís una carta al director d'un diari de gran tiratge, el més probable és que l'ajudàriem a revisar-la, conscients de la quantitat de potencials lectors que tindria. Quants nois i noies porten actualment a la butxaca dispositius que els permeten publicar continguts que pot llegir molta més gent de la que segurament llegiria un diari?

És evident que necessitem formar-los també com a emissors de continguts. Sovint la formació en aquest àmbit se centra a ensenyar-los les tècniques de producció dels continguts (fer vídeos, fotografies, etc.), però els ensenyem què es pot i què no es pot fer èticament i legalment en aquests àmbits?

La preservació dels drets dels altres, com els que fan referència a l'honor, a la intimitat o a la propietat intel·lectual, es respecten no creuant semàfors en vermell o no anant contra direcció, encara que sigui en situacions en les quals el més probable és que no hi hagi cap policia per multar-nos.

És fonamental que l'escola garanteixi l'aprenentatge d'aspectes com que les fotografies, les imatges en moviment, les músiques o les obres d'art, entre d'altres,

tenen propietari. Això vol dir que qui les ha fet té dret a explotar-les i que se'n reconegui l'autoria. I també que els qui apareixen a les fotografies o als vídeos que fem servir en l'elaboració dels nostres continguts tenen dret a no voler-hi sortir.

L'educació mediàtica és la millor manera, si no l'única, de permetre que els joves circulin per la Xarxa, com a receptors i com a emissors d'informació i continguts, amb seguretat per a ells i per al conjunt de la societat democràtica.

### **Des de la producció cultural i des de la psicologia social**

Paraules de Martí Teixidó

(en absència d'Ingrid Guardiola, productora cultural)

No podem suplir l'absència motivada d'Ingrid Guardiola, que com a productora cultural, ha fet tallers amb joves i alhora té una visió de la cultura dinàmica capaç d'innovar sense perdre els fonaments de la cultura de prestigi. Apuntem tan sols algunes conceptualitzacions que la pedagogia ha d'incorporar i que als docents els pot servir per salvar la distància entre currículum i cultura que sovint es produeix.

Tres vectors de la cultura: comunió, innovació i domini (sociòleg Giner, 1996). La cultura crea lligams, alhora que promou el canvi i està abocada al domini que pot ser destructiu si monopolitza o bé constructiu si democratitza, si fa arribar la cultura a tothom.

### **Algunes idees expressades per Dolors Reig, psicòloga social**

Les tecnologies de la informació i de la comunicació ens han introduït en l'àmbit de la *socionomia*, entesa com una nova manera d'establir i de regir les relacions socials.

Els nostres joves han entrat de ple en aquest món, que podríem anomenar *postPC* i que utilitza les tecnologies mòbils amb molta facilitat.

La informació que s'obté, es comunica i s'utilitza ara és molt «interpersonal» i, en aquest sentit, objecte d'estudi de la psicologia social.

En aquest context, cal destacar la importància de trobar «la teva comunitat», la que et permet optimitzar al màxim la relació, la que t'introdueix en el món de la informació i del coneixement i que, al mateix temps, et deixa ser un subjecte actiu.

En aquest món més obert, amb més possibilitats i amb més reptes, la importància de l'educació és indubtable, hem de ser més mestres o pares que mai. Els nostres adolescents i joves es poden convertir en superherois o en marginats. Cal ajudar-los a ser positius, a anar trobant el seu paper i la seva comunitat, que s'anirà ampliant o modificant al llarg del temps.

L'educació haurà d'anar molt orientada a la formació en el camp de l'ètica i els valors, amb un component important d'educació emocional. Parlar de tots els temes amb els nens. Establir més confiança que mai.

Evidentment, cal estar alerta dels interessos dels diferents agents, les diferents lluites pel domini dels mercats, però no podem deixar de sortir a «la plaça del poble», metàfora del nou model d'espai més obert de comunicació, en entorns fins ara inimaginables, que ofereixen les tecnologies mòbils i les xarxes socials.

### **Intervenció dels professors i professores des de la fila 0**

Eloïsa Valero Antón (Institut Antoni de Martí i Franquès de Tarragona), com a professora d'art, expressa com han abordat amb els alumnes qüestions relacionades amb la publicitat i el consumisme i l'art contemporani: aprofundint en el coneixement d'aquestes temàtiques i en la manera de valorar i produir documents que es mouen per les xarxes.

Francesc Casabella (Institut Consell de Cent de Barcelona), també professor d'art, insisteix que, des de la plàstica (en el seu cas, matèria optativa), es pot educar en el valor estètic de les produccions artístiques, en la semiòtica de la comunicació i en els valors que es transmeten.

Mario Duran (Institut Maria Aurèlia Capmany de Cornellà), també professor del Departament d'Educació Visual i Plàstica, exposa com preparen amb els alumnes l'elaboració de vídeos, i es fixen en els llenguatges paral·lels i en els moviments

cinematogràfics. Així treballen el coneixement i el respecte dels drets d'imatge i dels drets d'autor.

Àngels Doñate (Escola Pia de Catalunya), autora i experta en educació mediàtica, exposa com les tecnologies han fet repensar el paper de l'educador. Insisteix que l'educació mediàtica demana una incorporació de l'anàlisi dels valors que estan implícits en els diferents productes culturals. Fa una referència a la metàfora de la «plaça del poble» dient que està oberta les vint-i-quatre hores del dia i a les entrades i sortides de molts habitants del món. Els alumnes en saben molt d'usos, però no tant de valors. Està ben demostrat que la tecnologia pot ajudar a la convivència i cal afavorir-ho.

Gemma Aparicio, professora del Departament d'Educació Visual i Plàstica de l'Institut Euclides de Pineda de Mar, creu que s'hauria de dedicar més temps a la cultura audiovisual. Fa una referència al treball que han fet amb els alumnes sobre l'autoretrat, què volien explicar d'ells mateixos. Han analitzat com es poden crear relats ficció, amb diferents nivells de veracitat i la importància de les fonts. Defensa la importància de les escoles, especialment per poder intervenir en contextos socials més amplis, com poden ser els museus.

En el debat obert, posterior a les intervencions dels diferents ponents, se subratllen algunes idees: la importància de crear xarxes a partir de la pròpia comunitat per evitar «la bombolla mediàtica» i «engreixar monopolis»; el valor d'adonar-se de com l'anonimat aboca a l'absència de responsabilitat; la necessitat d'educar l'excés d'emocionalitat i d'entrenar en la contenció, i la constatació que els mitjans de comunicació han de ser a l'escola limitant-se al seu paper.

## **1a Jornada del Seminari, 14 de març de 2018**

### **Bloc 1: *Els mitjans de comunicació i el seu impacte en l'audiència***

#### **Resum de la taula de participació**

Moderador i redactor del resum: Xavier Breil, professor de l'Escola Sadako de Barcelona.



Van participar a la taula:

- Jordi Bernabeu, psicòleg social,
- Francesc-Josep Deó i Mònica Terribas, periodistes i comunicadors,
- Jaume Cela, mestre i director escolar.

### **Objectiu i qüestions plantejades**

L'objectiu de la taula era plantejar i debatre qüestions com aquestes:

- Com els mitjans construeixen estereotips i contribueixen a la normalització de conductes?
- Quins són els seus efectes en les activitats i comportaments d'infants i joves?
- Podem convertir l'exposició d'infants i joves a les pantalles en oportunitats de reflexió que parteixin d'una base de coneixement?

La intervenció de cada ponent es va fer a partir de la projecció d'un vídeo, seleccionat pel moderador, i de preguntes que provocaven les reflexions.

El primer ponent va ser Jaume Cela, que és mestre jubilat i escriptor, col·labora de forma habitual en diferents mitjans de comunicació, té una extensa obra literària i, en definitiva, és conegut i reconegut dins el món de l'ensenyament a Catalunya.

A partir d'un vídeo d'una *youtuber* en què critica els valors de les pel·lícules de Disney, Jaume Cela va parlar sobre el poder de seducció i les possibilitats pedagògiques que té el cinema dins una aula per tractar tota mena de continguts i com alhora pot ser vehiculador de valors i ideologies. En aquest sentit, remarcava la necessitat per a qualsevol ciutadà i ciutadana de saber fer-ne una anàlisi crítica i, per tant, l'absoluta necessitat per a l'escola d'ensenyar l'alumnat a fer-la.

En segon lloc va intervenir Jordi Bernabeu, que treballa com a psicòleg al Centre i Seguiment a les Drogodependències del Bages i que està especialitzat en la intervenció amb adolescents i joves, pel que fa a consum de drogues, i també en els usos de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) i les xarxes socials.

Per introduir-lo es va passar l'entradeta d'un *30 minuts* recent sobre l'addicció a les pantalles. Bernabeu no està d'acord amb la tesi ni amb molts detalls del documental, perquè, segons la seva experiència, és molt alarmista. Argumentava que encara és molt difícil provar tot això i que no es poden treure conclusions concloents. Sí que s'ha observat, per exemple, que una conducta continuada d'abús de les pantalles entre els zero i tres anys pot provocar relacions conflictives amb les pantalles a l'adolescència. En canvi, en contra del que sovint es creu, s'ha observat que tenir ordinadors a l'aula més aviat té l'efecte contrari: redueix les conductes de risc fora de l'aula. Bernabeu va concloure que l'addicció a les pantalles existeix, però no és un problema de tenir pantalles, sinó que és un problema que, tal com passa amb l'addicció a les drogues, es deu a problemes personals que hi desemboquen.

La tercera ponent va ser Mònica Terribas, actual conductora d'*El matí de Catalunya Ràdio* i periodista amb una extensa carrera tant en mitjans públics com privats, i que també és professora titular a la Universitat Pompeu Fabra. Va treballar en programes diversos de TV3, com *La vida en un xip*, *Tres pics i repicó*, *Un tomb per la vida* o *Persones humanes*, a més de ser directora de la cadena.

A partir del cas real d'una notícia sobre una cadena de roba, se li va plantejar el fet que, si acceptem com a certa la premissa que, com a consumidors de mitjans, ens influeix el missatge, aleshores és especialment important conèixer qui n'és l'emissor, què l'influeix a ell en la seva elaboració del missatge i fins a quin punt els periodistes reben pressions.

Terribas va parlar sobre les pressions que reben els periodistes per fer la seva feina i com això, lògicament, pot afectar les notícies que rebem i com les rebem. D'altra banda, també va assegurar que, des del seu punt de vista, té molta importància la ficció en el modelatge dels valors i la ideologia dels ciutadans. Explicà que per això, quan va ser directora de TV3, va insistir a fer una sèrie escrita des del punt de vista dels adolescents i també des del punt de vista de les dones, perquè són punts de vista poc representats en els mitjans. Creu que com a espectadors cal preguntar-nos quin model de parella, d'amor romàntic, etc., dona una sèrie o qualsevol altre producte audiovisual que mirem. Perquè, per exemple, afirmava que les «princeses Disney avui les trobem en les *influencers*».

Finalment va intervenir Francesc-Josep Deó, periodista i professor de tecnologia, col·laborador en diferents publicacions pedagògiques i coordinador de la revista digital *AulaMèdia*, una revista dedicada a l'educació mediàtica amb un llarg recorregut en el món de l'anàlisi crítica dels mitjans a l'aula. Deó va llançar la pregunta de per què l'Administració educativa del nostre país no s'ha preocupat mai de l'educació mediàtica. És a causa d'aquest fet que, per exemple, no existeix una matèria d'anàlisi de mitjans, que sí que existeix en altres països europeus.

Va recordar que ja s'ha demostrat que la transversalitat no funciona, que l'única manera d'assegurar una anàlisi crítica de qualitat és assegurar un espai fix i sòlid dins l'organització curricular. Malgrat les normatives europees, les demandes de diferents sectors, etc., el Departament d'Ensenyament segueix sense fer res en aquest aspecte i es preguntava quin n'és el motiu, si és que no interessa que els alumnes tinguin aquesta visió crítica dels mitjans.

**Bloc 2: *Un repàs sociològic. Infants i joves. Els més entusiastes consumidors de comunicació de massa***

Resums de les intervencions de Toni Hervás i M. José Masanet, a càrrec de Carles Cereceda.

**L'alfabetització en comunicació de massa a les escoles i instituts**

***Comunicació de massa, quin és el concepte? La transmissió de significats culturals, dirigida a un gran públic***

Toni Hervás, periodista

*Introducció*

A finals del segle xx, els mitjans de comunicació podien classificar-se en vuit indústries: llibres, Internet, revistes, pel·lícules, diaris, ràdio, enregistraments i televisió. L'explosió de la comunicació digital va obrir nous canals o «mitjans de comunicació».

Cada mitjà especialitza els continguts, artistes creatius, tècnics i models de negoci. Per exemple, Internet inclou blogs, *podcasts*, llocs web i altres. Internet i telèfons mòbils, sovint referenciats col·lectivament com els mitjans digitals, i la ràdio i la televisió, com a mitjans de difusió. Hi ha veus que argumenten que els videojocs s'han convertit en una forma diferent de cultura de massa dels mitjans de comunicació. I les xarxes socials.

### *Educació*

En l'educació, els suports eren els llibres, les revistes i alguna pel·lícula. Amb el tsunami tecnològic de les consoles i els ordinadors, van arribar les aules d'informàtica, però ens trobàvem (i trobem) que el domini tecnològic dels alumnes és superior al del professorat.

A Catalunya estem passant de prohibir els mòbils a l'escola a incorporar-los com un recurs a l'aula. Crec que ha arribat l'hora que els mestres i educadors ofereixin criteris d'ús i de gestió, de maduresa, d'acord amb la seva experiència i sense por a utilitzar els aparells, els canals i els mitjans de comunicació de massa que els nois i noies coneixen i amb què se senten còmodes.

L'alumnat ja arriba a l'escola alfabetitzat en l'ús i, fins i tot, ens poden ensenyar a nosaltres. Mirem de donar-los els criteris per tal que, igual que ja fèiem amb els mitjans de comunicació tradicionals, facin un consum adequat dels nous canals, d'Instagram i del que li succeeixi.

Per què és important el tema dels paràmetres de consum? Doncs perquè aquest consum es produeix pel que anomeno *criteri personal*, però amb la irrupció de noves figures de la comunicació de massa associada als nous canals, els *influencers* hi tenen un paper important. Sabeu qui són? En dono dos exemples:

Wismichu(<https://www.youtube.com/user/wismichu>) i

Dulceida (<https://www.youtube.com/user/aidadomenech>).

Aquests nous emissors obliguen els professionals de la comunicació a adaptar-se a noves realitats, llenguatges, etc., i els docents a entendre també que aquests són referents per a molts dels alumnes.

*Un apunt personal*

Durant els mesos que vaig treballar a l'Escola Pia, vaig constatar que la majoria del professorat tenia una predisposició a aprendre, innovar i tirar endavant projectes, com aquesta iniciativa que vaig trobar en només arribar: <http://www.elperiodico.cat/ca/societat/20160410/mes-mil-joves-debaten-sobre-lus-de-les-xarxes-socials-a-internet-en-escoles-catalanes-5041445>.

Una mica més tard i en contacte amb professionals que adaptaven la seva pedagogia a nous formats com les classes inverses (o *flipped classroom*), amb l'ús de YouTube, o els mòbils per caçar Pokemons amb recorreguts culturals físics per algunes ciutats vam generar experiències com per exemple: «[La educación que usa redes sociales y móviles mejora rendimiento escolares](#)». Aquesta realitat també s'ha obert camí a les mateixes famílies: «[Una de cada cuatro familias utilizan Internet y los dispositivos móviles para educar](#)».

*Periodisme*

Com a periodista de mitjans, considero imprescindible una bona alfabetització i saber com funcionen els mitjans tradicionals, ja que tinc la impressió que en la comunicació de massa la majoria es considera informat o és autodidacta.

La irrupció dels formats digitals i el multicanal, que significa la distribució mitjançant les xarxes socials, ha canviat la dinàmica de treball dels periodistes, i ha tensat encara més la seva capacitat de producció i, per tant, el resultat final.

La immediatesa de les xarxes ha forçat els mitjans a crear grans plataformes digitals on els continguts s'ofereixen en diferents formats i es fan arribar per diferents canals. Això i l'excessiva pressió de «tot allò immediat» fa augmentar dos perills ja existents, que són les errades i la producció forçada de notícies sense el contrast necessari i amb un incompliment més que probable de les normes deontològiques.

La irrupció de veus no periodístiques que expliquen fets o publiquen notícies justifica el paper del periodista i del mitjà com a garantia de la informació i del respecte de les pràctiques deontològiques.

La visió que la societat en general té de la feina periodística és, normalment, parcial i estereotipada. La incomprensió dels processos periodístics s'ha agreujat amb la generalització de les xarxes socials i de canals on qualsevol pot penjar informació de manera immediata.

Quan la informació ens arribava pels mitjans tradicionals, les dinàmiques de generació d'informació ordinàries eren de tres tipus:

1. Les prèvies, que tots els responsables de redacció feien elaborar segons les convocatòries a cobrir durant el dia. Les convocatòries de les administracions, grans empreses, ONG i l'agenda del dia, en què les agències EFE i Europa Press (i ACN) adquirien una gran rellevància.
2. Els temes propis. Redactors especialitzats buscant notícies, parlant amb fonts, seguint instruccions del seu cap i rebent temes prèviament preparats pels gabinets de comunicació. Com més prestigi del mitjà, millors fonts de comunicació i, potser, no per la qualitat del mitjà en si. Aclareixo que les fonts són interessades i, en àmbits com el polític, demanen, a més, una certa identificació amb el projecte. No descobreixo res de l'altre món. Les tertúlies dels mitjans amb periodistes estan plenes d'aquesta diversitat i els productors dels programes que les fan tenen molt clar qui és quota de qui.
3. «El disc sol·licitat». Són els temes que el cap d'informatius o de redacció diu que s'han de fer. Normalment responen a un interès explícit de la propietat del mitjà.

Així doncs, la generació era cosa de pocs i la recepció, cosa de molts.

Ara, amb la irrupció digital, especialment de Twitter, la generació d'informació ha deixat de ser patrimoni de col·lectius reduïts. Si abans la immediatesa només la donava la ràdio, ara Twitter és el diari digital i has d'estar pendent del Twitter, d'unes fonts que ja no et necessiten tant, ja que tenen altaveus immediats.

Ara parlem de negoci. Els mitjans tradicionals que van sobreviure va ser gràcies a dobles redaccions: la convencional i la que penjava continguts en xarxa. La situació econòmica fa que alguns sí que tinguin el doble de personal, però en d'altres la mateixa persona fa el doble de feina.

El redactor que surt al carrer ha de retransmetre via Twitter, penjar fotos, àudios i vídeos per alimentar els comptes del mitjà. Els mòbils i els portàtils li permeten enviar el contingut una mica després a la versió digital.

És el regne “de l’enllaç”. La circulació i repercussió és bàsica. I és que els digitals són bèsties que mengen sense descans i que són també un nou sustentador econòmic gràcies a la publicitat. L’evolució tecnològica dona als mitjans l’oportunitat de sortir del seu àmbit i ser invasius, apostant per formats de vídeo o àudio en el cas dels diaris.

En resum, en el món de la informació és va el doble o el triple de ràpid que abans, ja que hi ha el doble o el triple de pressió i el doble i el triple de feina. I això, exponencialment, fa augmentar els errors.

Sabent, però, com funcionen els mitjans, ara és més fàcil apropar-s’hi. Amb una @ accedeixes a un periodista de l’àrea que t’interessa. Si tens el seu telèfon, pots contactar-hi i enviar-li fotos i vídeos del teu mòbil.

Els mitjans continuen sent un referent i és bo que ho siguin, ja que, tot i la situació, la majoria dels meus companys poden donar garanties deontològiques que altres generadors d’informació a les xarxes no donen.

Per acabar, i tornant al que sí que es pot fer en educació amb els nous canals i l’impacte que podem tenir en la societat, us vull ensenyar això:

<http://www.elperiodico.com/es/mataro/20170628/se-viraliza-un-video-donde-los-profesores-de-la-escola-pia-de-mataro-se-despiden-de-sus-alumnos-6133615>

### ***Infants i joves. Ús i consum dels mitjans de comunicació de massa***

Maria-José Masanet, professora de la UPF

#### *Introducció*

La ponent es presenta i explica que es referirà als projectes amb els quals està treballant, i afegeix que va estar col·laborant amb Joan Ferrés. Explicita que el propòsit és «educar sobre els mitjans i com fer servir els mitjans», i que és una

formació molt instrumental, molt enfocada a l'ús i sense abordar altres elements importants com la deontologia.

Continua explicant que Carlos Scolari, fa tres anys, va plantejar un projecte europeu, titulat «Transmedia Literacy», que busca educar els joves en els mitjans.

L'educació mediàtica de la dècada dels seixanta partia de la base de prevenir els possibles efectes nocius que els mitjans poguessin tenir sobre els adolescents. Buscava donar eines per construir una mirada crítica dels mitjans a les escoles. Es va treballar, per exemple, la creació de continguts aprenent a fer un diari o un programa de ràdio, etc.

### *Preguntes que ens fem*

Després d'aquesta introducció, la ponent es pregunta:

— Què estan fent els joves amb els mitjans?

La resposta l'anem a trobar als instituts, i hi anem i ho mirem. Constatem que fan moltes coses, que fan vídeos, que dissenyen videojocs, que aprenen idiomes per poder jugar amb joves d'altres països. Però molts d'aquests aprenentatges no formen part del currículum oficial ni de la programació formal del centre.

— I com ho han après?

Els adolescents estan produint molts continguts a Internet. Després d'un capítol de *Merlí*, per exemple, al dia següent apareixen moltes històries a Internet escrites per joves inspirades en el capítol o en altres comentaris i opinions que s'hi relacionen.

Penseu que WhatsApp és una eina per construir històries i expandir narratives. Els joves poden escriure històries sobre sèries que miren, i ho poden escriure i ho saben escriure en diferents formats i tenen seguidors, fans joves dels escriptors joves.

— Com han trobat aquestes plataformes, qui els ha ajudat?

Mitjançant les xarxes socials, perquè els adolescents n'utilitzen moltes, tot i que són molt efímeres. Hi ha una fragmentació d'algunes xarxes socials per edats, els



adolescents abandonen Facebook perquè l'usen les mares i els pares i d'altres apareixen i desapareixen.

- Com saben construir les seves identitats a les xarxes socials? Com es protegeixen? Quins continguts construeixen?

Sabem molt poc sobre les competències que tenen els joves. Jo treballava en la sèrie de televisió *Física i Química* i, al seu moment, va ser molt criticada pels seus continguts, però en analitzar-la amb profunditat, vaig observar que tenia molts bons components educatius, però els pares prohibien als seus fills que la veiessin.

Jo els deia que veiessin la sèrie amb els fills i compartissin les impressions i les opinions amb ells, i «si t'avorreix o no t'agrada, no estàs mirant-la per entretenir-te sinó per compartir una estona amb els teus fills i filles». Si no ho fem, ens podem abocar a l'ús individual, que cada membre de la família s'habitui a mirar la seva pantalla en solitari, i llavors ens perdem oportunitats d'educar la diversitat de mirades i l'esperit crític.

#### *El projecte «Transmedia literacy»*

La ponent, arribats a aquest punt, explica que la recerca del projecte «Transmedia literacy» neix de la necessitat de respondre a aquestes preguntes bàsiques:

- Què fan els joves amb els mitjans: mapa de competència transmèdia.
- Com van aprendre a fer-ho?
- Com podem aprofitar aquests sabers dins de l'aula?

La ponent explica la metodologia de l'estudi, en què van participar diverses escoles, que els investigadors del projecte van visitar perquè la recerca era de tall etnogràfic, i el treball de camp es va realitzar en un seguit de tallers participatius on els joves creaven continguts o creaven videojocs. També es van fer entrevistes d'estudiants de cada taller i es va dur a terme a vuit països.

La ponent diu que no considera oportú detallar el processament de les dades, perquè prefereix anar directament als resultats.

#### *Resultats*

De forma molt sintètica, es va observar que la base ideològica i els valors tenen una presència molt minoritària, que les habilitats per a la producció i la *performance* són majoritàries, igual que fer trampes en un videojoc o baixar continguts il·legals d'Internet.

La metodologia d'aprenentatge és tradicional: ho han après fent, dels seus iguals a partir de la imitació, mirant un tutorial de YouTube, a través del joc, amb l'ensenyament i l'avaluació entre iguals.

La ponent projecta, com a exemple, un vídeo fet en un taller de dues hores per unes alumnes i explica que van fer-ho a partir d'una plantilla del programa iMovie.

Umberto Eco deia que tenim uns guions mentals que no sabem que els tenim, i la ponent subratlla que la plantilla d'iMovie és pitjor que el vídeo elaborat per les joves. I és que hi havia una líder al grup que hi tenia afició i sabia fer-ho. Gravava i, al moment, si quedava bé, ja la muntava. Estaven molt emocionades perquè els agradava fer-ho.

La ponent explica que es recorda d'un adolescent que deia que havia après història amb els videojocs.

A continuació, la ponent mostra el resum del projecte en paper i diu que han fet un llibre per a les escoles amb activitats didàctiques i que es podrà descarregar properament des d'Internet.

### *Conclusions*

- No hi ha nadius digitals.
- El panorama és complex i canviant.
- La distribució de competències transmèdia no és regular ni equilibrada.
- Hi ha biaix de gènere. Les dones produeixen vídeos, i els nois, videojocs.
- Els adolescents coneixen molt bé els riscos de les xarxes socials, encara que, paradoxalment, no se'n protegeixen.
- Imiten molt.
- YouTube és un dels seus espais d'aprenentatge.

- Les pantalles només tenen sentit si s’hi veuen reflectits; si no, les abandonen. Com a adults i educadors, mirant les pantalles que miren, sabrem com són.

**B. 2a Jornada.** 15 de març de 2018

**Bloc 3:** *Per una escola comunicativa. Jovent, educació i comunicació en l’era de la globalització*

Martí Teixidó, pedagog

Decroly,<sup>2</sup> metge i pedagog, va associar globalització a infància i a la seva educació. L’ensenyament ha separat els aprenentatges per assignatures segons l’especialització científica del segle XIX. Es pot comprendre, i va funcionar amb els infants i joves més llestos, els seleccionats per fer el batxillerat.

Avui el sistema econòmic ens presenta la globalització com un progrés; d’altra banda, ja és una realitat. I el sistema escolar segueix amb un currículum per assignatures i amb un professor diferent per a cada assignatura a l’educació secundària, la que han de fer tots els joves. És insostenible. Com ens atrevim a parlar de fracàs escolar referint-nos a alumnes d’educació secundària? Abans que els resultats escolars, hem de considerar si estan interessats en la feina que els proposem. Ens correspon a nosaltres fer veure la importància i la necessitat del coneixement i de la cultura en la societat actual. Malament ho podrem fer per assignatures en l’era de la globalització.

Morin,<sup>3</sup> a demanda de la UNESCO va presentar els set coneixements necessaris per a l’educació:

- Les cegueses del coneixement: l’error i la il·lusió.
- Els principis d’un coneixement pertinent.
- Ensenyar la condició humana.
- Ensenyar la identitat terrestre.
- Afrontar les incertituds.

2. Ovide Decroly (1987), *La funció de globalització i altres escrits*, Vic, Eumo (traducció de l’obra original de 1929).

3. Edgar Morin (2000), *Els set coneixements necessaris per a l’educació del futur*, Barcelona, Centre UNESCO de Catalunya (traducció de l’obra original de 1929).

- Ensenyar la comprensió.
- L'ètica del gènere humà.

Ja es pot entendre que aquests coneixements corresponen a la globalització i no s'adquireixen amb assignatures separades, però és ben necessari el coneixement de totes les assignatures amb perspectiva interdisciplinària.

La globalització no és un problema per a l'educació secundària. És una oportunitat excel·lent: realitats que afecten el conjunt del planeta, interrelació contínua entre local i global, totes les realitats complexes han de ser tractades amb perspectiva interdisciplinària, ningú ho sap tot però en equip podem encarar qualsevol realitat. I al mateix temps, disposem de les tecnologies de la informació que permeten accedir, comparar, analitzar, emmagatzemar, reelaborar, criticar, il·lustrar i comunicar.

L'ensenyament no pot seguir fragmentat i concebut com una competició individualista. Cal aprendre junts i de tot, i cadascú hi ha de posar la seva dedicació, el seu esforç individual, i trobar allò que pot fer millor amb les seves aptituds diferenciades. Gràcies al treball d'equip no ha de perdre la perspectiva global, de conjunt, i quan ho necessiti serà capaç d'aproximar-se a qualsevol assumpte. Avui és un canvi radical que han de fer els nostres instituts i col·legis per no haver sabut fer-lo evolutivament, pas a pas, amb la renovació pedagògica sempre necessària.

La joventut és l'edat de construcció de la pròpia personalitat. A partir dels dotze anys l'adolescent que pensa, trenca, pressiona, s'enfronta... No serveix de res frenar, impedir. És energia que cal canalitzar, aplicar-la a una finalitat. El jove hi ha de participar, hi ha de participar en grup. Dels dotze als divuit anys es construeix la personalitat social sobre la base temperamental i el caràcter que s'ha anat perfilant a l'entorn familiar. L'adolescent s'emancipa dels pares i s'atreveix a discrepar dels professors fent grups d'iguals. La institució escolar encara avui no ho té prou en compte en l'aprenentatge.

A Catalunya, Josep Costa-Pau va explorar una pedagogia per a adolescents partint del grup natural, del grup d'amics que poden aprendre junts alhora que van

ajustant la seva personalitat. És l'experiència inicial de Súnion el 1974 com a Institució Cultural Catalana.

A França, Paul Langevin i Henri Wallon van dissenyar un pla d'estudis fonamentat en el desenvolupament emocional dels adolescents posant com a base l'elecció de matèries d'estudi. Va ser el Pla Langevin-Wallon, el 1946, que no es va arribar a aplicar per un canvi de majoria política al govern, però que ha estat un referent inevitable en totes les reformes.

L'ensenyament a l'educació secundària ha de partir d'aquesta constatació i afavorir els vincles d'amistat entre els alumnes, cosa que de ben segur pot afavorir l'aprenentatge col·laboratiu i, en definitiva, també l'aprenentatge personal. Justament aquella part de l'activitat escolar que s'ha de fer a casa es realitzarà millor si els alumnes poden fer-la junts rellevant-se en el paper d'animadors per fer front als moments de mandra natural lligats a un estadi de creixement físic i maduració emocional.

S'ha creat una greu fissura entre aprenentatge, lleure i cultura. Això afecta especialment els adolescents. L'aprenentatge demana esforç i hàbits, però avui serà molt difícil suscitar-los si el lleure de masses i consum crida a la comoditat, la facilitat i la variació contínua. La cultura, en el sentit més consistent de producció humana social, sembla quedar al marge quan justament és la que pot donar profunditat a l'aprenentatge i contingut motivador al lleure. L'ensenyament ha d'encomanar la cultura, interessar pel coneixement intel·lectual i experimental. Si solament apuntem a resultats escolars en termes de qualificació acadèmica, seguim en l'ensenyament tradicional selectiu i classificador que solament interessa als que se'n surten bé i tenen un entorn que els ho valora. Mentrestant, els altres queden seduïts per la crida dels mitjans de comunicació i de consum que els donen gratificacions immediates i més aviat efímeres.

Avui tots els joves de dotze a divuit anys han de seguir un procés educatiu carregat d'ensenyament i aprenentatges per assolir la millor i màxima formació segons les seves capacitats. Cal pensar com tots hi podrien quedar implicats partint d'aptituds i interessos.

Pel que fa a l'institut o el col·legi, ha de ser un espai d'aliança entre joves estudiants i adults professors. Una relació de confiança guiada per la cultura, pel coneixement teòric i pràctic sobretot. L'experiència dels joves de dotze a divuit anys hauria de ser de les que deixen més empremta a la vida; és el renaixement amb consciència de si mateix, dels altres i del món. Aquest període d'educació secundària pot donar oportunitats que canvien les pròpies de l'origen familiar, un accés a la cultura imprescindible que caracteritzarà ja tota la vida.

Per damunt de tot, a l'institut o col·legi cal posar, en primer lloc, l'experiència col·lectiva, sens perjudici del progrés individual que farà cada estudiant.

Quant a la cultura, aquesta els obre al món, a l'univers divers, a la ciència com a coneixement precís però sempre provisional, a les lleis de regularitat de la natura, a l'estudi de les civilitzacions humanes, a les creacions narratives, plàstiques i musicals, a l'expressió mítica de l'experiència humana. La cultura canalitza la llibertat humana orientant impulsos i tendències cap a realitzacions que ens gratifiquen i que poden merèixer el reconeixement social.

La cultura adquirida en la joventut pot orientar tota la vida, és l'aliment humà necessari que ens pot protegir davant la frustració i que permet encarar situacions difícils.

Cal tenir present també la racionalitat romàntica. El jove ha anat deixant l'etapa mítica de la infància. Percep que els adults no ho saben tot, que no ho tenen tot resolt. Cal acompanyar l'activitat de raó crítica, de discutir el valor de moltes construccions i normes socials amb la idealització romàntica de somni de perfecció. Els il·lustrats romàntics alemanys en són un bon referent, enfront de la racionalitat radical dels il·lustrats francesos o l'emocionalitat impulsiva de l'Europa llatina.

Tot ha de passar per la crítica en un ambient de diversitat expressiva sense arribar a l'acidesa dissocial.<sup>4</sup>

---

4. Bart Simpson, de la sèrie de televisió *The Simpson*, és la imatge del noi intel·ligent amb agudesa crítica (potser massa adulta) que arriba a comportaments dissocials. (Caldrà ensenyar-los a llegir, com a metàfora verboicònica, accions que no ens podem permetre en la realitat). Vistos amb molta freqüència, confiant que no generin modelatge, pot dur a una actitud cínica per un excés de crítica àcida de la societat.

En relació amb el pla d'estudis, aquest estableix una estructura amb continguts bàsics i objectius finals i té caràcter prescriptiu per a tothom. El currículum escolar és l'itinerari que els professionals docents projecten per a uns alumnes partint de la seva situació i les seves necessitats, i és possible introduir-hi variants per a alumnes concrets. Les finalitats són comunes per a tots els ciutadans, però el currículum ha de ser diferenciat i els docents l'han de desenvolupar segons els recursos materials i del medi disponibles i també amb la pròpia iniciativa, que és la que dona força a la comunicació del coneixement i suscita interès en els alumnes.

Quant al calendari, els horaris i els espais, cal tenir present que el calendari i els horaris escolars estan pensats per a un ensenyament expositiu de lliçó magistral. Cada hora, una matèria i un professor, quan solament s'anava a l'escola tres hores diàries. Un ensenyament basat en procediments múltiples, on la lliçó magistral pot ocupar estones curtes, on hi ha d'haver activitat aplicada, treball en equip, consulta de documents, projecció de documents... no es pot fer amb un horari tan fraccionat. Cal organitzar situacions d'aprenentatge llargues amb mòduls intensius curts, com llengua estrangera o activitat musical. Algunes matèries o projectes integrats de diverses matèries es podrien fer amb una sessió llarga única setmanal. La fragmentació horària uniforme genera moltes pèrdues de temps, entre cinc i deu minuts per a cada canvi d'espai, i una mobilització general massificada. També al professor li comporta una fatiga afegida canviar de nivell i edat dels alumnes cada hora. Els problemes de disciplina es redueixen clarament quan els alumnes treballen per projectes amb temps més llargs i saben què han de fer sense esperar l'explicació del professor.

En societats anteriors, als dotze anys tots els nois i noies participaven en la vida familiar o social amb feines i responsabilitats. Els nois i noies d'avui, en general més ben alimentats i atesos que els de fa anys, tenen una major energia i activitat potencial que, com que no està canalitzada, pot acabar en avorriment agressiu per un simple excés d'energia biològica habituació modelatge de la violència.

La nostra societat no té ben delimitades les edats de creixement i maduració humana. Ara que de manera generalitzada esperem que tothom pugui arribar prop

dels vuitanta anys, encara sembla més necessari identificar etapes de la vida caracteritzant-les com es feia en la societat romana. De moment, ajustem el període de joventut com el previ a l'edat adulta acordada per la societat política, als divuit anys. De fet, correspon a l'adolescència, dels dotze als divuit anys i tindriem l'adult jove dels divuit als vint-i-quatre anys.

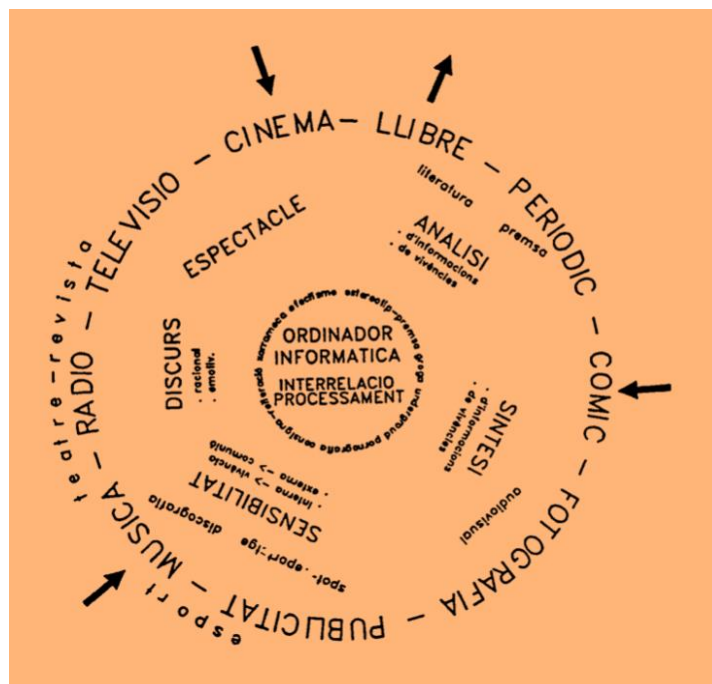
Dels dotze als divuit anys es construeix la personalitat social sobre la base temperamental i el caràcter que s'ha anat perfilant a l'entorn familiar. L'adolescent s'emancipa dels pares i s'atreveix a discrepar dels professors fent grups d'iguals. La institució escolar encara avui no ho té prou en compte en l'aprenentatge.

*Dels mitjans de comunicació i tecnologies de la informació a la cultura*

La figura 1 mostra la roda dels mitjans de comunicació (Teixidó, 1992). Els mitjans de comunicació, mancats de contingut propi beuen de la natura i de la cultura o bé exploten les misèries humanes que sembla que calmen l'angoixa d'importants audiències que no estan en condicions de fer cap esforç mental.

FIGURA 1

*Roda dels mitjans de comunicació segons els seus atributs i funcions*



FONT: Teixidó, 1992.



Comprentent aquesta funció sedant, encara que lamentant que afecti audiències tan extenses, volem centrar-nos en la transmissió de continguts culturals que —n’hi ha bones mostres—<sup>5</sup> es pot fer de manera gratificant també. Proposem veure els mitjans de comunicació en sentit ampli (els de la galàxia Gutenberg, de la galàxia Marconi i de la galàxia del ciberespai) organitzats en una roda de contigüitat. Es pot passar de l’un a l’altre.

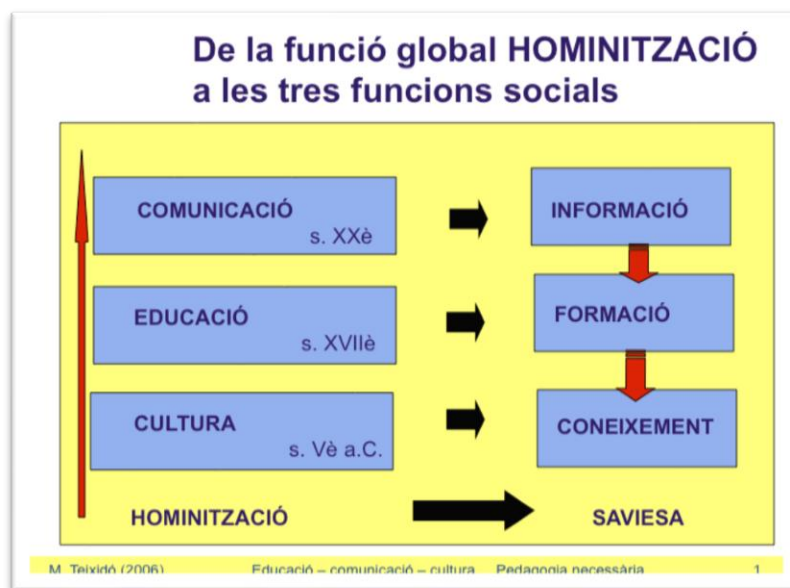
La competència lectora és irrenunciable en la nostra societat, però no tots hi arriben amb la mateixa motivació. A partir del cinema o d’una sèrie de televisió (per exemple, *Orzowei* o *Ebre avall*) es pot animar alguns alumnes a llegir la novel·la. A partir del còmic es pot fer geografia (per exemple, *Tintín*) o bé història (per exemple, *Astèrix*) o llegir en francès o llatí. A partir de la música d’un *rocker* o d’una banda, es troben llibres que expliquen la seva biografia i lletres que poden enganxar alguns alumnes, que caldrà llegir i entendre en anglès. Si tot això ja ho defensàvem fa vint anys, avui, amb la potència de les TIC i els dispositius mòbils d’accés a la Xarxa, la pedagogia ha de dissenyar nous sistemes d’intervenció, d’ensenyament, que els docents han d’aplicar. Hi ha d’haver docents investigadors, però quan un docent pren d’aquí i d’allà per intuïció correm el risc de no consolidar res. En pedagogia, com en medicina o enginyeria, hi ha d’haver una jerarquia tècnica, ja que no es pot fer artesanalment quan s’ha d’arribar a la totalitat de la població.

No hi ha societat del coneixement. Ja és molt que sigui societat de la informació. Massa sovint es mostra solament com a societat massa. Es parla amb molta lleugeresa de *societat del coneixement* com a sinònim de *societat de la informació*. S’incorporen noves expressions amb una certa lleugeresa. Per a una elaboració i un debat científic, cal garantir precisió conceptual. En comunicació científica no podem emprar sinònims com en literatura.

---

5. Televisió de Catalunya n’ha mostrat d’excel·lents: *Quèquicom*, de ciència i tecnologia; *Òpera amb texans*, de música; *Thalassa*, del mar i la gent de mar.

FIGURA 2

*Les tres funcions socials*

FONT: Teixidó, 1992.

Cultura, educació i comunicació han esdevingut tres funcions socials especialitzades<sup>6</sup> (figura 2) que en la humanitat primigènia es feien de manera integrada en un procés d'hominització a través de rituals religiosos conduïts pels savis de la tribu, encara que sempre hi podia haver abusos interessats.

En la nostra civilització occidental, aquestes funcions van prenent forma especialitzada i autònoma. Primer, la cultura amb un pensament independent de la religió; després, l'educació encara molt temps subordinada a la religió, i amb els diaris i la ràdio, definitivament la comunicació de massa fa un camí propi. Cada una d'aquestes funcions o processos deixa un pòsit. Cal notar que la comunicació aporta informació i, si opera amb formació resultant de l'educació, esdevé coneixement. Així per a moltes persones veure la televisió és un passatemps amb recepció d'informació, un comportament de massa que no aporta coneixement. Per a d'altres persones es converteix en coneixement gràcies a la formació personal adquirida. Altra vegada cal reafirmar la necessitat de la pedagogia com a coneixement científic que dona normes d'acció als docents i ha d'acreditar la seva consistència i la seva eficàcia amb diagnòstic i pronòstic pedagògic.

6. Vegem com corresponen a les tres funcions vitals: nutrició, reproducció i relació.

*Informació × formació = coneixement*

Com a conclusió, duem massa anys explicant els canvis de la societat i reclamant la incorporació de les TIC i amb menor grau la incorporació dels mitjans de comunicació de massa, els portadors de contingut (no és casual, tot i que avui han quedat integrats). Ja és temps de sistematitzar la pedagogia: enunciar els principis, ajustar les tensions i veure bé els referents en cada entorn.<sup>7</sup> La cultura de massa forma part d'aquest entorn i cal passar-hi per accedir a la cultura integral.

**Bloc 4:** *Per un pacte social per a l'educació. Jovent, educació i comunicació en l'era de la globalització*

Intervenien a la taula de participació: Ramon Breu, Pere Arcas, Jordi Carmona, Antoni Aguilar i Imma Balcells. *Resum de les intervencions a càrrec de Carles Cereceda.*

**L'educació en comunicació audiovisual a Catalunya, a pas de tortuga**

*Ramon Breu*, professor i col·laborador del Projecte EduCAC del Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

Des de fa anys a Catalunya es detecta un interès decidit per la introducció de l'educació en comunicació audiovisual (ECA) en l'ensenyament formal, però el voluntarisme d'un sector del professorat i d'associacions educatives creades per desenvolupar l'ECA contrasta amb el desinterès de les administracions educatives per donar a l'ECA un lloc d'importància dins dels currículums educatius. En contrast amb les dificultats per introduir l'educació en mitjans, trobem la ràpida difusió que l'ensenyament de les tecnologies de la informació i la comunicació (TIC) han tingut en l'educació. En alguns casos, fins i tot es confon amb l'educació en mitjans, i la primera acabar substituïnt la segona, cosa que suposa deixar de banda tot allò que l'ECA té de reflexió i anàlisi al voltant dels mitjans, atès que l'ensenyament de les TIC està sempre més centrat en un coneixement tècnic.

---

7. Seguim la formulació pedagògica, actualment la més clara, elaborada per Philippe Meirieu.

L'educació formal catalana es resisteix a considerar la comunicació audiovisual com una matèria d'estudi més, equiparable a les ciències socials o a la llengua, i la situa sempre en un àmbit «eteri» dels valors (en el sentit que apareixen a tot arreu i enlloc a la vegada).

És evident que els mitjans públics i privats han de tenir una pràctica d'autoregulació de continguts, però allò que farà possible una ciutadania madura i responsable amb les seves relacions amb els mitjans és l'educació crítica i l'apoderament en l'anàlisi serena i reflexiva dels mitjans.

*Pere Arcas*, guionista i realitzador. Llicenciat en ciències de la informació per la Universitat Autònoma de Barcelona i diplomad en direcció teatral per l'Institut del Teatre de Barcelona.

Unes quantes idees per a reflexionar: hi ha una crisi, i un dels capítols que primer es retallen és el de l'educació. I constato que el món de la comunicació és un negoci.

Vaig deixar de fer televisió perquè em vaig cansar de l'espectacle i vaig engegar un servei d'educació, de formació, pensant també en els docents, perquè hi ha moltes ganes d'aprendre entre els professors.

Ofereixo cursos i formacions i la majoria dels professors arriben amb l'aigua al coll, perquè li han encarregat que faci una pel·lícula amb els alumnes i no sap per on començar.

I és que l'audiovisual és una manera de veure el món, és una manera d'explicar-lo i no passa per ser una assignatura. Pot estar present a moltes assignatures.

Penso que el Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya és qui ha de posar ordre en aquest tema. Els botons no tenen importància, el que és important és saber què vols explicar.

La gran por és la nostra incapacitat per entendre els joves. A TV3 hi havia un programa de Roger de Gràcia amb adolescents i el càsting era triat. Els van demanar quina havia estat la primera vegada quan havien fumat un porro o que se n'havien anat al llit amb una noia, i en aquell moment els pares se'n van assabentar, per la

tele. La comunitat educativa va fer pressió per tancar el programa. I jo demanava que mostressin el programa i preguntessin als adolescents: «És això el que voleu que es mostri de vosaltres a TV3?»; per tant, el programa ens pot ser útil. No defenso aquests tipus de programes, però no podem enfrontar-nos-hi.

En qualsevol cas, venen mals temps per a l'alfabetització mediàtica perquè n'hi diuen *adoctrinament*.

*Jordi Carmona*, llicenciat en biologia i director de l'Escola Garbí.

La tecnologia fa anys que està present entre nosaltres i proporciona eines amb força i de força utilitat.

Hem de formar ciutadans lliures i crítics i això s'aprèn amb la utilització responsable de les eines, de manera que ajudin a formar opinió i a desenvolupar l'esperit crític de l'alumnat. Per tant, l'escola no ha de defugir cap oportunitat que li permeti posar sobre la taula aspectes i situacions perquè els alumnes generin opinió al respecte.

Com a principi, soc partidari de formar en un bon ús de la tecnologia, i la prohibició d'emprar-la a l'escola no hi ajuda.

A la nostra escola participen a l'òrgan de gestió de l'escola i, com diu Tonucci, «escoltem els alumnes i fem el que ens diuen». I fa anys els alumnes de secundària ens van dir que volien fer-ne ús i va aparèixer l'autocontrol i ells van posar-hi les normes.

A l'escola podem acompanyar sense defugir cap responsabilitat, és el que anomeno *pedagogia ocasional*, l'adult ha de deixar parlar els adolescents.

Cal formar ciutadans que siguin productors de continguts i, per això, a l'escola els alumnes poden treballar editant *podcasts* de ràdio, vídeos, emprant eines per fer cròniques del dia a dia, etc. Volem que en sàpiguen fer un bon ús i han de poder generar continguts per a mitjans de comunicació. Els mestres han de saber fer un vídeo i han de saber enregistrar un bon àudio. Com a fonament, l'escola s'ha d'omplir de sentiments, de sensibilitat...: de dansa, teatre, arts plàstiques, esports,

activitats en què els sentiments i les emocions hi siguin molt presents, és com l'antídot a aquest domini tecnològic.

A través dels mitjans de comunicació també s'arriba a la llibertat de saber i sense llibertat no hi ha educació, i els entorns de llibertat requereixen responsabilitat. Sabem poc quin ús en fan els joves, i les xarxes socials ofereixen grans oportunitats d'aprenentatge. Tot això és molt motivador per als joves i també per als adults.

La millor manera de formar l'esperit crític és escoltant. Els hem de confrontar amb tot allò que és inadequat de les xarxes i sense por perquè vegin els riscos d'un mal ús.

Seré trencador. L'educació està al punt de mira perquè al seu darrere hi ha molta ideologia. Els poders no ens permetran que eduquem l'esperit crític, per tant, deixem de centrar-nos en els temaris i enfoquem-nos en allò que és essencial.

*Antoni Aguilar*, llicenciat en filosofia i màster en educació i TIC. Pare d'un fill i una filla i director de l'Escola Pia de Mataró.

Estem en un moment de canvi profund i ràpid, i en l'àmbit familiar, hem de fer el que sempre hem fet: acompanyar els fills i filles, però ara hem de fer-ho en un entorn diferent de l'entorn en què ho feien els meus pares.

No podem deixar de fer allò que ens toca fer, exercir la nostra responsabilitat com a adults referents que som per als nostres fills i filles. M'he quedat preocupat quan en el vídeo que han passat abans, del nen de primària que és famós pel seu canal de YouTube, on ensenya joguines que les marques li ofereixen, la mare deia que el nen farà de *youtuber* fins que ell vulgui deixar de fer-ho. Què vol dir fins que el nen vulgui? I on és la funció reguladora de la mare? On són els límits tan necessaris per a educar?

A casa, per exemple, amb la música, quan els fills posen reggaeton, jo contraataco amb Bruce Springsteen, però com ho puc fer amb l'audiovisual?

Les famílies, en el pitjor dels casos, anem a l'escola i li demanem que facin allò que nosaltres no sabem fer. I, és clar, l'escola no pot educar en l'ús de les tecnologies de

la informació i la comunicació en l'àmbit privat, en l'oci, en l'àmbit familiar. Pot fer-ho en l'àmbit de l'aprenentatge formal, en l'àmbit social i en la responsabilitat del bé comú.

Em preocupa allò que no controlem de l'eina. Tot allò que va en paral·lel, per exemple, la publicitat implícita perquè condiciona els seus hàbits. Publicitat de juguesques mentre es juga a la consola, per exemple.

En conclusió, els pares i les mares hem de fer de pares i mares i acompanyar els nostres fills i filles en la tecnologia, conscients de l'ús que en fem perquè el que més educa és el model.

*Imma Balcells*, arquitecta i mare de quatre filles.

La nostra funció, davant de les tecnologies de la informació i la comunicació, és posar-hi límits i vetllar perquè els nostres fills aprenguin a fer-ne un bon ús i, constato que nosaltres, els pares, som els primers que no en fem un bon ús.

Com a adult has de tenir esperit crític amb l'ús que fas de les tecnologies i, per exemple, no compartir les notícies que ens arriben al mòbil si no estan contrastades o no pots contrastar-les. Als nostres fills la publicitat els arriba a una pantalla privada a la qual no tenim accés compartit.

Avui ser crític és molt complex i és complex donar eines als nostres fills i han de veure que els pares i mares també som crítics i generadors de continguts.