

Treball de Fi de Grau

Títol

L'educació mediàtica, una assignatura pendent a Catalunya

Autoria

Sandra Jiménez Durán

Professorat tutor

Nereida Carrillo Pérez

Grau

Comunicació Audiovisual	
Periodisme	X
Publicitat i Relacions Públiques	

Tipus de TFG

Projecte	
Recerca	X

Data

1 de juny de 2022	X
29 de juliol de 2022	

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:	L'educació mediàtica, una assignatura pendent a Catalunya		
Castellà:	La educación mediática, una asignatura pendiente en Cataluña		
Anglès:	Media education, a pending subject in Catalonia		
Autoria:	Sandra Jiménez Durán		
Professorat tutor:	Nereida Carrillo Pérez		
Curs:	2021/22	Grau:	Comunicació Audiovisual
			Periodisme
			Publicitat i Relacions Públiques

Paraules clau (mínim 3)

Català:	Educació mediàtica, formació, educació secundària, educació infantil i primària, Catalunya, esperit crític
Castellà:	Educación mediática, formación, educación secundaria, educación infantil y primaria, Cataluña, espíritu crítico
Anglès:	Media education, training, secondary education, early childhood and primary education, Catalonia, critical spirit

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:	Aquest treball pretén fer una anàlisi panoràmica de la situació de l'educació mediàtica a Catalunya i la seva inclusió als centres d'educació secundària. L'estudi consta d'un marc teòric i d'un estudi de cas de l'educació mediàtica a Catalunya. Aquest s'ha fet amb un inventari de les entitats que treballen en educació mediàtica, un grup de discussió i entrevistes en profunditat amb experts en la temàtica. Com a resultat, es proposa un decàleg on s'exposen els reptes de futur que hi ha a
----------------	--

	Catalunya relacionats amb l'educació mediàtica i quin camí cal seguir perquè s'inclogui al currículum educatiu de manera sistemàtica.
Castellà:	Este trabajo pretende analizar panorámicamente la situación de la educación mediática en Cataluña y su inclusión en los institutos. El estudio consta de un marco teórico y de un estudio de caso de la educación mediática. Se ha hecho con un inventario de las entidades que trabajan en educación mediática, un grupo de discusión y entrevistas en profundidad con expertos en el tema. Como resultado se propone un decálogo que expone los retos de futuro que hay en Cataluña relacionados con la educación mediática y qué camino hay que seguir para que se incluya en el currículo académico sistemáticamente.
Anglès:	This study intends to analyze in a panoramic view the situation of media literacy in Catalonia and its inclusion in secondary schools. The present work is made up of a theoretical framework and a case study of media education in Catalonia. This has been made with an institutions inventory, a focus group and many interviews with experts in this field. As a result, it is suggested a Decalogue that shows the challenges for the future that there are in Catalonia in relation to media literacy and which direction has to be followed until it gets included in the school curriculums in a systematics way.

ÍNDIX DE CONTIGUTS

1. INTRODUCCIÓ	4
1.1. Objecte d'estudi i objectius	5
2. GLOSSARI	6
3. MARC TEÒRIC	8
3.1. Europa: context	8
3.2. Per què cal formar-se en educació mediàtica?	10
3.3. L'educació mediàtica a Catalunya i a Espanya	19
3.3.1. Educació mediàtica als instituts catalans	23
3.3.1.1. Projectes desenvolupats a Catalunya i a Espanya	25
3.3.1.1.1. EduMedia Test	25
3.3.1.1.2. Erasmus +	26
3.4. Formació del professorat	27
3.4.1. Formació del professorat a Catalunya	29
3.4.1.1. Escoles d'estiu d'Educació en Comunicació	29
3.4.1.2. Mentors Digitals	30
3.4.1.3. E-Twinning	31
4. METODOLOGIA	31
4.1. Grup de discussió	34
4.1.1. Participants	34
4.2. Entrevistes	36
5. ANÀLISI DE RESULTATS	38
5.1. Inventari d'entitats	38
5.1.1. Associació de Mestres Rosa Sensat	41
5.1.2. EduCAC	41
5.1.3. Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals	43
5.1.4. Digital Film Productions	44
5.1.5. DocsBarcelona	45

5.1.6.	Drac Màgic	47
5.1.7.	elParlante	49
5.1.8.	Equip de recerca en infància, adolescència, drets dels infants i la seva qualitat de vida.....	51
5.1.9.	Fundació Ferrer i Guàrdia.....	52
5.1.10.	Fundació Montblanc per a la promoció de la Dona	53
5.1.11.	Revista Estris	54
5.1.12.	Periodisme Plural: Revista XQ	55
5.1.13.	Fundesplai	56
5.1.14.	Junior Report.....	58
5.1.15.	Learn to Check.....	60
5.1.16.	Universitat Pompeu Fabra	61
5.1.17.	Verificat.....	63
5.1.18.	Col·legi de Periodistes de Catalunya	64
5.1.19.	Plataforma per a l'Educació Mediàtica	66
5.2.	Entrevistes i Grup de discussió	68
5.2.1.	L'educació mediàtica com a necessitat social	68
5.2.2.	Fugir de la transversalitat i apostar per l'obligatorietat	71
5.2.3.	Verificació digital	72
5.2.4.	Educació mediàtica, des d'infantil i fins als adults	74
5.2.5.	Sinèrgia de professions en la formació	76
5.2.6.	Formació del professorat, qüestió de voluntarietat.....	77
5.2.7.	Rol de les entitats ciutadanes dedicades a l'educació mediàtica.....	79
5.2.8.	Futur	81
5.2.8.1.	Competència digital	81
5.2.8.2.	Administració: mentors digitals i voluntat política	82
5.2.8.3.	... Cap a una visió realista.....	84
5.2.8.4.	Aprenentatge intergeneracional	85
6.	CONCLUSIONS.....	87
7.	BIBLIOGRAFIA	94

8. ANNEXOS.....	107
8.1. Grups de recerca.....	107
8.1.1. Medium.....	107
8.1.2. Àgora	108
8.2. Projectes d'educació mediàtica desenvolupats a Espanya	110
8.2.1. Desenreda	110
8.2.2. (In)Fórmate.....	111
8.2.3. La Llave Maestra de la Comunicación	112
8.3. Enquesta “Plataformes catalanes EM i AMI”	113
8.4. Preguntes plantejades al grup de discussió i a les entrevistes	116
8.5. Transcripció del grup de discussió	117
8.6. Transcripció d'entrevistes	137
8.6.1. Miquel Àngel Prats Fernández	137
8.6.2. Cristina Pulido	142
8.6.3. Maria José Masanet.....	147
8.7. Quins aspectes d'educació mediàtica es poden ensenyar a cada etapa formativa?	159
8.7.1. Educació infantil	159
8.7.2. Educació primària	160
8.7.3. Educació secundària.....	162
8.8. Persones de contacte de cada entitat	164

1. INTRODUCCIÓ

El periodisme i l'educació sempre han estat les meves vocacions. A classe sempre era la més preguntaire. Tots els meus companys es conformaven amb les explicacions que exposaven els professors, però jo no parava de preguntar fins que trobava la raó que justificava cada informació. Quan aprenia qualsevol concepte nou, arribava a casa i la traslladava a la meva família i als meus amics. Ara, amb vint-i-un anys, continuo igual. M'encanta saber, preguntar, estar informada de tot el que passa al meu voltant i sobretot, explicar-ho.

Tot i que sempre volia informar-me de tot, en cap etapa escolar obligatòria vaig sentir que s'expliqués com formar-se per informar o informar-se, ni el funcionament dels mitjans de comunicació i les xarxes socials, ni com retransmetre notícies. Tampoc se'm va ensenyar a diferenciar informacions falses i verídiques, ni se'm va proporcionar cap mètode ni eina que ajudessin a combatre la desinformació. I és que, menys de la meitat dels estudiants de secundària d'Espanya, un **46%**, ha rebut una formació sobre com reconèixer si la informació que consulta a Internet és falsa (OECD, 2021).

Actualment la desinformació i la infoxicació estan a l'ordre del dia. Diàriament ens trobem amb centenars d'informacions impossibles de digerir, comprendre i analitzar. Això evidencia que l'educació mediàtica s'ha de posar en pràctica com a una part més de la formació de l'alumnat. Així es potenciarà el creixement i la formació d'una ciutadania crítica amb els continguts que llegeix i a valorar la seva credibilitat.

Aquest treball és important en els àmbits social, cultural i educatiu. Es tracta una temàtica que hauria d'estar instaurada en el currículum escolar de secundària i que ara s'ha posat sobre la taula tant a la LOMLOE, amb l'esborrany de la nova llei d'educació (Omedes, 2021); com a les instàncies europees, amb el *Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation* (Comissió Europea, 2018), l'informe d'experts per combatre la desinformació. Així doncs, cal saber què s'està fent i com avançar.

1.1. OBJECTE D'ESTUDI I OBJECTIUS

Es pretén fer una **anàlisi panoràmica sobre la situació de l'educació mediàtica a Catalunya i la seva inclusió als centres d'educació secundària**: què diu la llei, què s'inclou al currículum, quines polítiques públiques s'estan fent, quines entitats hi treballen, com s'hi està implantant a l'aula per part dels docents i quines són les propostes de futur per part d'experts en la matèria. És a dir, en quin punt es troba la instauració de l'educació mediàtica cap a on s'hi ha d'anar perquè s'acabi instaurant definitivament en les aules.

L'**objectiu** del treball és conscienciar sobre la necessitat d'instaurar l'educació mediàtica en les escoles de secundària. També es pretén exposar, a partir de veus expertes en la temàtica, com podria afegir-se l'educació mediàtica en els currículums acadèmics i quins camins s'haurien de seguir per fer-ho.

Es plantegen diferents **preguntes inicials** que pretenen aconseguir resposta un cop finalitzi la recerca. Per respondre-les de manera precisa i desenvolupada, es considerarà l'aportació professional de personal expert en l'àmbit de l'educació en mitjans de comunicació i d'educació mediàtica. Les qüestions a resoldre engloben temàtiques com el motiu pel qual s'ha d'estudiar l'educació mediàtica a les aules, la metodologia i el període acadèmic en què s'ha de fer, la competència digital docent i les mesures que cal prendre de cara al futur.

2. GLOSSARI

A continuació s'exposa la definició dels conceptes bàsics d'aquest estudi: **alfabetització mediàtica, educació mediàtica, alfabetització digital i alfabetització informacional**. Els conceptes no són independents, sinó que s'interrelacionen entre ells.

L'**alfabetització mediàtica** pretén promoure i millorar la participació del jovent en la vida política i social (Kahne; Lee; Feezell, 2013), augmentar la consciència sobre les formes de missatges mediàtics que trobem en la nostra vida diària, ajudar als ciutadans a reconèixer com els mitjans filtren les seves creences, i influeixen en les eleccions personals. Ha d'apoderar a la ciutadania i fomentar un pensament crític i habilitats creatives de resolució de problemes per convertir-los en assessors i productors de la informació.

L'**educació mediàtica** consisteix en el procés d'ensenyar i aprendre sobre els mitjans de comunicació i l'alfabetització mediàtica seria el resultat que se n'obté: és a dir, el coneixement, les habilitats i les competències necessàries per fer servir, interpretar i analitzar els mitjans. Aquesta alfabetització exigeix una actitud crítica, anàlisi, avaluació i reflexió que proporcionen una mentalitat crítica que permet identificar continguts falsos i/o manipulats. Això s'aconsegueix, doncs, a través de l'estudi de l'educació mediàtica (Buckingham, 2005: 20).

L'**alfabetització informacional** és la capacitat de pensar críticament i d'emetre opinions raonades i justificades sobre qualsevol informació que es llegeixi o s'utilitzi. Fa referència a la informació en tots els seus vessants: la impresa, els continguts digitals, les imatges i la informació expressada oralment. Ajuda a entendre els aspectes ètics i legals que tenen relació amb l'ús de la informació; és a dir: la privacitat, la protecció de dades, la llibertat d'informació, les dades d'accés obert i la propietat intel·lectual (Sales D, 2020).

L'**alfabetització digital** ensenya els conceptes i les habilitats bàsiques de la informàtica perquè la ciutadania introdueixi la tecnologia en la vida quotidiana. Per tant, és un procés imprescindible per ser competent en l'ús de les tecnologies digitals (UNIR, 2019).

Encara que les definicions fan referència als mitjans de comunicació, també poden incloure's les **xarxes socials** i **internet**. Les dades justifiquen aquesta afirmació: actualment es dediquen de mitjana 181,6 minuts diaris al consum d'internet (Orús, 2021) i gairebé dues hores al de xarxes socials (Mena, 2021). Si a això sumem que tal com s'ha exposat a la introducció del treball, pràcticament la meitat de la població adolescent no és capaç de diferenciar entre continguts verídics i continguts falsos, la necessitat de formar en xarxes socials i internet s'incrementa encara més.

A causa de l'auge que ha experimentat l'ús de les xarxes socials i la quantitat d'informació que circula per aquestes, han fet que es considerin els **mitjans de difusió i comunicació més rellevants** de l'actualitat. Això implica un replantejament de l'ecosistema digital i de mitjans, així com la posició de les xarxes socials com a actor clau en la circulació de la informació (Espuny, 2021).

Cal destacar que quan es parla de **mitjans de comunicació** es fa referència als convencionals: premsa, ràdio, televisió, revistes... En cas de fer al·lusió també a les **xarxes socials**, s'especificarà.

3. MARC TEÒRIC

3.1. EUROPA: CONTEXT

França és el país pioner en parlar sobre **alfabetització mediàtica** i incloure-la als currículums educatius. L'any 1922 es va celebrar la primera conferència nacional dels departaments regionals d'educació cinematogràfica, els *Offices Régionaux du Cinema Éducateurs*, on va proposar-se per primera vegada incloure educació sobre cinema a les universitats amb una formació prèvia del professorat. L'any 1976 l'educació mediàtica va incloure's com a una assignatura més en el currículum d'educació secundària (Fedorov, 2011: 8), tot i que actualment no hi és.

L'any **1982**, la **Declaració de Grünwald** (Pérez Rodríguez, 2007) va establir que calia ser crítics amb les tecnologies i que per fer-ho, l'educació i la comunicació havien d'anar relacionades.

En l'àmbit europeu, la Comissió Europea l'any 2009 va presentar la **Recomendación 2009/625/CE sobre Alfabetización mediática en el entorno digital** (Unió Europea, 2009), la qual va portar a la creació de la **Directiva 2010/13/UE, de serveis de comunicació audiovisual** (Unió Europea, 2010), l'any 2010. La recomanació impulsava als països de la Unió Europea a introduir en els seus sistemes educatius tant l'educació mediàtica com les competències digitals. Pel que fa a la Directiva, fins al 2010 mai no s'havia fet cap que admetés “*la necessitat d'incorporar el desenvolupament de les capacitats creatives i crítiques dels ciutadans envers els mitjans*” en l'educació formal. Tot i això, aquesta Directiva no només se centrava en l'educació, sinó que també incloïa la participació d'institucions com les autoritats reguladores, la família, la indústria mediàtica i la professió.

Les dues grans perspectives sobre l'alfabetització mediàtica són les de la **Unió Europea** i la **UNESCO**.

Per la **Unió Europea**, l'alfabetització mediàtica se centra en la **capacitat d'accés a la informació**, la **capacitat crítica de l'usuari** i la **interacció amb els mitjans de comunicació**; mentre que la **UNESCO** afegeix el terme "**informació**"; estudiant així l'**alfabetització mediàtica i informacional**. Aquesta, doncs, no només se centra en la informació i en la capacitat crítica dels usuaris, sinó que també en la seva **qualitat**. Segons la perspectiva de la Unió Europea, l'usuari ha de tenir una capacitat d'enteniment crític per saber prendre decisions, independentment de l'edat. La UNESCO, per la seva banda, estableix que la **qualitat** de la informació a la qual accedim és la que determinarà les nostres percepcions.

El model de la Unió Europea defensa la composició d'una **ciutadania crítica** per poder prendre decisions idònies havent revisat i analitzat totes les informacions que trobem als mitjans. Exposa que sense una reflexió crítica, totes les actuacions violentes i destructives acabaran interferint a l'esfera pública. Tot i no tenir un objectiu tan específic, posa el focus d'atenció en l'**accés a la informació**, la **capacitat crítica** dels usuaris i en els **mitjans de comunicació** per ajudar-los a contrarestar els efectes de la desinformació i de la difusió de notícies falses. Es dona en les diferents plataformes de difusió, ràdio i premsa i en tots els canals de distribució de la informació; tant els tradicionals com els que engloben internet (European Comission, s.f.).

El model de la UNESCO no només posa el focus d'atenció en els usuaris, també considera les **fonts d'informació**. La sobre informació a què estem sotmesos actualment fa que sigui fàcil dubtar sobre els nostres drets *en línia*, sobre els que tenim *fora de línia*; i sobre els problemes ètics al votant de l'accés i l'ús de la informació. La perspectiva de la UNESCO considera aquesta dimensió ètica i de drets i exposa com vincular l'educació mediàtica amb la societat per fer-la més justa i igualitària; a diferència de la visió de la UE, que té un enfocament més general (UNESCO, s.f.).

El programa **European Media Literacy Education Study** estudia com està implementada l'educació mediàtica en els estats membres de la UE. Per fer-ho diferencia entre els diferents tipus d'educació (formal, informal i no formal). En aquest

estudi interessa la formal, que és la que comprenen tots aquells centres oficialment reconeguts com a educatius pel Govern. Els criteris principals per valorar si aquesta compleix amb l'aplicació de l'educació mediàtica són comprovar que hi ha polítiques establertes, que es mencionin als currículums explícitament, si existeix una assignatura concreta que tracti el tema, i si l'assignatura és obligatòria o opcional.

L'educació mediàtica és una assignatura obligatòria en el currículum d'ensenyament de països com Suècia, Irlanda, Finlàndia, Dinamarca, Canadà i els Estats Units; però a **Catalunya i a Espanya encara no**¹.

3.2. PER QUÈ CAL FORMAR-SE EN EDUCACIÓ MEDIÀTICA?

En un context en què les **tecnologies de la informació i la comunicació** són hegemòniques en la societat és necessari que s'instauri la formació de l'alumnat en els mitjans de comunicació. El jovent, sobretot a partir de l'adolescència, incrementa l'ús de les plataformes digitals, de les xarxes socials i dels mitjans de comunicació i normalment sense ser conscients de l'exposició a la desinformació i notícies falses a què estan sotmesos. De fet, un 58,3% del col·lectiu adolescent assegura confiar *bastant* en internet (Fernández, 2020).

La presència i l'increment en l'ús dels mitjans de comunicació ha canviat la manera de conèixer la realitat: els mitjans no la reflecteixen, però sí que la representen (Aguaded; Guerra, 2012: 23-25). És fonamental que des de les institucions educatives es fomenti l'educació en aquesta **realitat transformada** i que els receptors no actuïn de manera passiva en la lectura dels mitjans (Martínez, 2008: 81).

Per això, una de les aspiracions bàsiques de l'educació efectiva per combatre l'analfabetisme en l'era digital és la de **proporcionar als estudiants oportunitats** per aprendre no només com comunicar-se de manera efectiva, sinó també **com respondre de forma crítica i informada** a la desinformació (Snyder, 2004: 264-264). A través de l'educació mediàtica l'alumnat podrà **esdevenir crític** amb els continguts

¹Consulteu l'**apartat 2.4** per saber-ne més.

que consumeixi als mitjans de comunicació i a les xarxes socials i valorar la seva credibilitat mitjançant un criteri propi, fet que contribuirà a **disminuir els riscos de manipulació** i de **desinformació**.

Silverblatt (2007) exposa que l'educació mediàtica serveix per **comprendre el procés i el propòsit de la comunicació**, per ser **autoconscients**, per entendre i saber **interpretar els missatges** i per poder **identificar l'audiència objectiva**. A això cal afegir la teoria de Masterman (1994), que al primer capítol del seu llibre *La enseñanza de los medios de comunicación* exposa set raons que justifiquen per què l'educació mediàtica s'ha d'implantar de manera prioritària en els currículums escolars, de les quals es destaquen sis.

1. La saturació dels mitjans en la societat actual

Segons l'Informe del Marco General de los medios en España (2021), només un **9,7%** de la població espanyola d'entre 14 i 19 anys va consumir **premsa escrita** l'any 2020 i un **24,4%** va consumir revistes en paper. En el cas de la **ràdio**, la penetració en aquesta franja de la població va ser d'un **45,3%**. La **televisió** i la **internet** van ser els mitjans prioritaris; pel que fa a la primera, va tenir una penetració del **78,9%**, mentre que la d'Internet va ser encara superior, un **95,8%**. Les plataformes menys consumides per la població jove van ser els suplementos (3,9%) i el cinema (5,8%).

Tal com assegura Masterman (1994: 17), el consum dels mitjans ha crescut. L'any 2000 es dedicaven 344,8 minuts diaris al consum dels mitjans, mentre que l'any 2000 van dedicar-se **493 minuts diaris**.

Figura 1. Taula comparativa entre el consum (en minuts) diari dels mitjans de comunicació. Anys 2000-2020.

Mitjà	2000	2020
Internet	5,5	181,6
Televisió	222,4	208,9
Ràdio	94,8	93,6

Prensa	15,20	7,0
Suplements	2,3	0,3
Revistes	4,6	1,3
Cinema	-	0,6

***Font:** elaboració pròpia a partir de dades extretes del gràfic Promedio de tiempo diario destinado al consumo de medios de comunicación en España en 2020, por tipo, de Statista (2021)*

Tot i l'increment en minuts diaris al consum de mitjans de comunicació en termes generals, dels mitjans prioritaris només ha incrementat de manera notòria la **internet**. De fet, avui en dia accedir a la xarxa és gairebé més fàcil que mai. Segons l'estudi *Llars amb accés a Internet* de l'Institut d'Estadística de Catalunya, un **97% de llars catalanes van tenir accés a la xarxa l'any 2020**, mentre que en el conjunt d'Espanya aquesta dada baixa a un 95% (IDESCAT, 2020).

Això juntament amb els minuts que es passen de mitjana consumint internet, justifiquen la **infoxicació** a què estem exposats en l'actualitat. La diversitat de mitjans pels quals els usuaris reben informacions juntament amb la sobrecàrrega de la informació que pot aconseguir-se a internet ocasionen que l'usuari estigui saturat d'informació constantment. La quantitat d'informació, però, no és sinònim de **qualitat**, sinó que pot provocar la confusió entre la veracitat dels missatges i la seva realitat (Gómez, 2016).

En relació amb la confiança en la xarxa, tot i que abans s'ha exposat el percentatge d'adolescents que confia *bastant* en Internet (58,3%), un 6,4% hi confia plenament i un 35,3 ho fa *poc* (Fernández, 2020). Pel que fa a les estadístiques de la població general -sense separar per edats-, els resultats són similars: un 54,8% confia *bastant* en els continguts que troba a la xarxa, enfront un 40,7 que hi confia poc (Fernández, 2020).

2. La influència ideològica dels mitjans

Els mitjans de comunicació són capaços de crear i canviar les nostres percepcions i idees, són **empreses de conscienciació** que generen tant informació del món com maneres de veure'l i entendre'l (Masterman, 1994; 18).

Els mitjans diuen què és important mitjançant allò que presenten i allò que ometen. Tenen el poder per fixar les prioritats i oferir les seves versions sobre els fets, però també per **projectar els esdeveniments com a autèntics i naturals** (Masterman, 1994: 19-21).

Els mitjans de comunicació amb més influència en l'educació de la societat són la **televisió** i la **internet** (Osmar, 2017), en tant que són els que arriben a públics més amplis, tal com s'ha exposat a la *Taula 1*. De fet, l'alfabetització mediàtica inicialment va néixer arran del sorgiment de la televisió i com a resposta a la possible influència negativa que podia tenir -juntament amb altres mitjans de comunicació- (Potter, 2005).

En aquest sentit, el teòric de comunicació **George Gerbner** va investigar sobre els efectes que tenen en els nens els continguts que s'emeten en televisió. Segons la seva **teoria de cultiu**, amb l'aparició dels mitjans de comunicació de masses les funcions de la família en la socialització primària havien quedat substituïdes pels mitjans. Un dels seus resultats exposava que amb vuit anys un infant havia visionat 8.000 morts en televisió i això havia afectat el desenvolupament de la seva personalitat. L'experiment va portar-li a concloure que és **necessari exigir als mitjans que vetllin pel contingut que s'emet** i que han d'emetre amb una **dimensió ètica i educativa** clara (Pulido, 2020).

En relació amb la teoria de Gebner i tal com menciona Blasco (2021), l'alfabetització mediàtica va néixer amb l'objectiu d'identificar els efectes de la televisió en els infants i d'interpretar de manera crítica els mitjans des de l'aula.

3. La fabricació i la manipulació de la informació.

A **Catalunya**, l'any 2019 un **66,7%** dels adolescents entre 10 i 15 anys disposaven de telèfon mòbil, segons les dades de l'Institut d'Estadística de Catalunya en els resultats d'*Ús de l'ordinador, d'Internet i disponibilitat de mòbil dels nens de 10 a 15 anys* (IDESCAT, 2019). A l'**estat espanyol**, però, un **70% de la població d'entre 10 i 15 anys disposa de telèfon mòbil**, segons els resultats de l'*Enquesta sobre equipament i ús de tecnologies d'informació i comunicació en les llars 2021* elaborada per l'Institut Nacional d'Estadística (INE, 2020). I ja no és només el fet de disposar d'un telèfon mòbil, sinó de l'ús que se'n fa: dos de cada tres adolescents (68%) admeten que el fan servir molt més del que el feien servir fa dos anys (Michavila; Abad, 2021:12).

A Espanya menys de la meitat dels estudiants de quinze anys (46%) ha rebut formació sobre com reconèixer si la informació que consulta en internet és falsa, enfront del 54% que sí, segons un informe de l'OECD (2021). La conseqüència d'aquesta manca de formació és que un 50% d'estudiants de secundària no saben detectar una notícia falsa (Universidad Carlos III de Madrid, 2021). De fet, durant el 2021 dos de cada tres adolescents (21%), han difós notícies falses pensant que eren certes (Michavila; Abad, 2021:25). En aquest sentit, Loppacher (2021) apunta que el que cal és, sobretot, educar la població jove, ja que "són el col·lectiu més exposat a les notícies falses a causa dels mitjans que acostumen a triar per informar-se" (Loppacher, 2021).

A això cal afegir que un 72,8% del professorat d'arreu d'Espanya no ha rebut formació sobre l'alfabetització mediàtica i informacional (Torres de Mello, 2021); és a dir, queda clar que les mancances dels centres educatius i de la preparació en l'àmbit de la cultura audiovisual i de l'educació mediàtica són molt escasses actualment (Marzal-Felici, 2021).

La **desinformació** entre la ciutadania ha incrementat des que va esclatar la pandèmia de la Covid-19 arran de l'increment del consum audiovisual i de l'activitat a les xarxes socials (Baeza; Pita, 2021). I és que, des de la pandèmia de la Covid-19 les pantalles s'han convertit en el principal element d'oci i passatemps de la ciutadania.

L'entreteniment a través dels telèfons intel·ligents, els ordinadors i les tauletes s'aconsegueix amb un únic clic i obre les portes a un món de continguts il·limitats. De fet, per cada hora que es destina a les pantalles, 25 minuts es dediquen a l'oci i les xarxes socials (Michavila; Abad, 2021:15).

Tot i que la pandèmia ha fet créixer exponencialment la desinformació, l'actual guerra entre Rússia i Ucraïna ho ha agreujat. Des que Rússia va atacar Ucraïna el 24 de febrer del 2022 s'han difós a Internet imatges i vídeos falsos dient que estaven relacionats amb la invasió, així com que havien passat en el moment precís en què s'estava compartint. Malgrat aquestes afirmacions, molts dels continguts publicats ni eren actuals ni s'havien gravat a Rússia ni a Ucraïna. El mitjà Maldita.es, especialitzat en la verificació d'informació, ja ha desmentit la veracitat de noranta notícies difoses sobre la guerra. Amb aquesta situació, és encara més urgent assegurar que la ciutadania adquireixi competències que li permetin identificar quins continguts són falsos; entre les quals cal destacar el **pensament crític**, que és la competència fonamental per a combatre la desinformació.

Precisament en el context de les notícies falses, Masterman (1994:23) inclou el concepte dels “**periodistes polítics**”, aquells que reben informacions que no han estat verificades ni acreditades i, així i tot, la difonen alhora que amaguen aquella informació que **sí que interessa saber** a l'audiència.

En aquest àmbit cal destacar el paper que hi juguen les xarxes socials, que estan plenes de continguts de diferents temàtiques: des de personals fins a polítics. Hi ha un gran nombre de continguts que produeixen -tant de manera oberta com encoberta- els governs i les companyies de relacions públiques mitjançant contractes amb actors polítics i comercials. Això porta que una gran quantitat de creadors de contingut puguin difondre informacions manipulades sense exposar a la seva audiència que se'ls està pagant per fer-ho. A conseqüència d'aquesta situació, la desinformació pot eclipsar fàcilment el paper del periodisme (Ireton; Posetti, 2020).

4. L'educació audiovisual i la **democràcia**

D'acord amb les tipologies proposades per Hallin i Mancini (2004), el **periodisme espanyol segueix un model pluralista polaritzat caracteritzat per un paral·lelisme politicomediàtic**. Aquest implica una capacitat limitada per mediatitzar la política i, per tant, la seva cobertura informativa s'hauria de fer seguint criteris professionals i sense cap subordinació als interessos dels actors polítics.

Els mitjans de comunicació han penetrat en els **processos democràtics** fonamentals. Les eleccions generals no són esdeveniments sobre els quals els mitjans de comunicació informen, sinó que ara són esdeveniments dels mitjans. Totes les activitats relacionades amb les eleccions s'organitzen considerant les **prioritats de cada mitjà de comunicació** (Masterman, 1994: 26). En aquesta mateixa línia també cal considerar l'aportació de Strömbräck (2008). Segons ell, la mediatització actual de la política es basa en el fet que els mitjans de comunicació han anat guanyant influència en l'esfera pública fins a situar-se en el punt central a l'hora de regular la comunicació política i avaluar la situació d'una determinada societat.

Com en el segon punt exposat, la **televisió** torna a ser el mitjà líder en aquest sector: és el mitjà d'informació i de comunicació més important, els **eslògans compten més que els raonaments** i les **decisions polítiques importants** es prenen majoritàriament arran de les informacions que es troben als mitjans de comunicació. En aquest context, educar en mitjans de comunicació és essencial perquè els individus puguin **exercir els seus drets democràtics** i per poder defensar-se dels excessos de manipulació dels mitjans amb finalitats i interessos polítics (Masterman, 1994: 28).

Ara, els dirigents polítics requereixen els mitjans de comunicació per poder transmetre els seus missatges als ciutadans -tot considerant les prioritats ideològiques de cada mitjà-, però els mitjans de comunicació també necessiten la presència dels polítics per tal d'obtenir notícies (Carrés, 2015).

5. La importància de la creixent **comunicació** i la **informació visual**

A les escoles predomina la comunicació amb text. Fora d'aquestes, els mitjans de comunicació amb més influència i difusió són els visuals i les xarxes, per això cal que les escoles reconeguin i **potenciïn la comunicació visual**.

Segons el **Libro blanco de la información 2017** (Asociación de Medios de Información, 2017), el 56,8% de la població d'Espanya consumeix la informació a través de les xarxes socials: un 93% per televisió, un 84,3% a través de diaris digitals, un 56,1% en ràdio i un 53,2% amb la premsa clàssica. El mateix estudi presenta les **xarxes socials**, que tenen una **penetració del 86%** en la població espanyola (Fernández, 2021), com a “potencials competidores de la premsa”.

De fet, les xarxes són el principal mitjà pel qual s'informa la població jove (destaquen Instagram i Twitter), ja que la possibilitat de cercar per temàtiques (a través dels *hashtags*), ajuda a trobar resultats i informacions més ràpidament. Tres de cada quatre adolescents (74%) utilitza les xarxes socials per informar-se de l'actualitat, mentre que només un de cada dos (50%) recorre als mitjans de comunicació tradicionals per mantenir-se informat de les notícies (Michavila; Abad, 2021: 31 – 32).

Segons el llibre de l'Associació de Mitjans d'Informació i Carat, les xarxes socials són el mitjà on el **consum d'informació és més superficial**: un **57,8%** de la població només llegeix els titulars i alguna notícia d'interès; al contrari que la **televisió** i la **ràdio**. En aquests mitjans, gairebé la meitat de la població espanyola tendeix a informar-se amb les peces senceres, un 46,8 i un 44,1%, respectivament (AMI, 2017). A aquestes dades cal afegir que l'any 2020 els diaris (tant en paper com en digital), només van tenir una penetració del 18,4% entre la població d'arreu d'Espanya (AIMC, 2020).

La informació que arriba al jovent és la que circula per les xarxes socials. Gràcies a les cerques temàtiques i a l'alta capacitat de processat informatiu, els joves tenen la sensació que poden aconseguir qualsevol resultat sense sentir cap sobrecàrrega informativa. Tot i això, la manca d'experiència i la quantitat tan elevada de temps

d'exposició a les pantalles els fa ser el públic més vulnerable a les notícies falses (Michavila; Abad, 2021: 31 – 32).

Segons Ferrándiz (2021), “el desenvolupament del digital ha portat a terrenys en què el realisme i el verisme d'una imatge generada per mitjans artificials pot confondre els espectadors”. Avui en dia no és necessari saber fer servir les tecnologies per a manipular informacions: **difondre una imatge a les xarxes socials de manera descontextualitzada pot tenir el mateix efecte que difondre'n una manipulada**. Una fotografia sense context també pot fer creure una realitat que no té per què fer referència a la qual correspon (Ferrándiz, 2021).

6. Educar pel futur

Les escoles encara formen alumnes que durant tota la seva vida destinaran o bé una confiança injustificada en els mitjans de comunicació o bé una desconfiança absoluta. En ambdós casos considera que suposa una **pèrdua incalculable** en termes de **salut democràtica**, tant per la **societat** com pels mateixos **mitjans de comunicació i periodistes**, que consideren la seva tasca com a un servei als interessos del públic i requereixen una **audiència** ben informada i amb **coneixement crític**. (Masterman, 1993: 30 - 32).

D'altra banda, tal com exposen Carrillo i Montagut (2021: 239), la **desinformació és un problema que no desapareixerà en els pròxims anys**. En aquest sentit, “cal dotar la ciutadania de competències, coneixements i habilitats perquè pugui introduir-se en la **verificació digital**” (Carrillo; Montagut, 2021, 239), ja que actualment la ciutadania també accedeix a les fonts d'informació a través dels telèfons mòbils i les xarxes socials. Sobre aquesta mateixa qüestió, Carrillo i Montagut (2021: 239), assenyalen que és important que els periodistes i professionals de la comunicació acompanyin a la ciutadania en l'aprenentatge de les competències de verificació digital.

És una oportunitat per a la transparència de la professió, per recuperar un crèdit i una confiança de la societat que estan minats i també per enfortir un lligam en

un moment clau en què volem que els mitjans de comunicació i el periodisme no depenguin tant de la publicitat i els anunciants sinó més del finançament i la complicitat de les comunitats de ciutadans (Carrillo; Montagut, 2021, 239).

En relació amb el futur, a Catalunya existeix el **Pla d'Educació Digital 2020 - 2023**, que pretén desenvolupar i millorar l'ensenyament de les competències digitals que avui en dia es fan servir diàriament, tant en l'alumnat com en el professorat i en els mateixos centres educatius. El Pla pretén assegurar-se que l'alumnat sigui competent en l'àmbit digital un cop hagi acabat l'ESO i augmentar la quantitat de professors que entenguin la competència digital com un aspecte clau en l'educació.

En l'àmbit europeu, el **Digital Education Action Plan 2021 – 2027** (Comissió Europea, 2021) és una iniciativa de la Unió Europea que pretén potenciar l'adaptació dels sistemes d'educació dels països membres de la UE a l'era digital. El Pla pretén aconseguir una educació digital europea de qualitat, inclusiva i accessible a llarg termini, presenta reptes derivats de la pandèmia de la Covid-19 (ja que ha multiplicat l'ús de les TIC en l'educació) i inclou oportunitats per millorar la qualitat i la quantitat de l'ensenyament en matèria de tecnologies digitals.

A més, defensa que per tal de **millorar i accelerar la transformació digital**, cal potenciar i enfortir les **competències i capacitats digitals** bàsiques des d'edats primerenques, l'alfabetització digital i la lluita contra la desinformació.

3.3. L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA A CATALUNYA I A ESPANYA

Els principals organismes europeus donen a l'alfabetització i l'educació mediàtica i la importància que requereixen. A Espanya i Catalunya, tot i que existeixen recomanacions sobre com aplicar-la als programes escolars, encara no està instaurada completament en els centres educatius. Malgrat això, existeixen diversos **grups de recerca** que investiguen en l'àmbit de l'educació mediàtica².

²Consulteu l'**Annex 7.1** per saber-ne més.

La **Llei orgànica 8/2013, per a la millora de la qualitat educativa** dicta que l'educació en mitjans de comunicació s'ha d'ensenyar a les escoles des dels primers cursos i que el professorat ha d'introduir coneixements audiovisuals per evitar l'analfabetisme informatiu i digital. La **Llei 22/2005, de la comunicació audiovisual de Catalunya** exposa que s'ha d'aprofundir en l'ensenyament, entre d'altres, de les TIC i va relacionada amb l'Estatut d'Autonomia, que decreta que és funció del poder públic facilitar l'accés i el coneixement de les TIC.

El **Departament d'Educació** compta amb diferents programes d'innovació tecnològica. Entre aquests es troben els relacionats amb les **Tecnologies digitals per a l'aprenentatge** (Generalitat de Catalunya, 2019), aplicables en l'educació des de l'etapa infantil i fins al batxillerat. Aquest programa d'innovació pretén afavorir que l'alumnat català assoleixi la competència digital a través de l'ús de les tecnologies digitals i mòbils i que es coneguin totes les vies d'integració de les tecnologies digitals als centres educatius.

Quant a la **legislació espanyola**, la **Llei Orgànica 3/2020 d'Educació** estableix que s'ha de considerar i tenir en compte la transició digital que s'està produint en la societat i que, conseqüentment, afecta l'educació. La llei inclou l'atenció al desenvolupament de la competència digital dels estudiants de totes les etapes escolars.

El **Ministeri d'Educació** va enviar a les comunitats autònomes el **Projecte de real decret pel qual s'estableix l'ordenació i els ensenyaments mínims de l'Educació Secundària Obligatòria** (2021); és a dir, els esborranys dels currículums educatius de primària i de l'ESO per tal d'aprovar-los i aplicar-los durant els cursos vinents, d'acord amb la LOMLOE. D'aquesta manera, tot i que no hi ha voluntat d'instaurar sistemàticament l'educació mediàtica, els currículums acadèmics sí que inclouen algunes competències que formen part d'aquesta educació.

El sisè article parla sobre els principis pedagògics, i en aquest s'estableix que, entre d'altres, la comunicació audiovisual i la competència digital es treballaran a totes les

assignatures. En el setè article de l'esborrany s'expliquen els objectius. La finalitat e) exposa que durant l'ESO s'han de desenvolupar les competències bàsiques en l'ús de les fonts d'informació i en les tecnologies per adquirir coneixements sobre el seu ús i funcionament i, així mateix, per avançar en una reflexió crítica (Ministeri d'Educació, 2021: 6).

Segons els articles 8 i 9 i l'Annex IV de l'esborrany, a partir del curs 2022-2023, entre primer i tercer d'ESO es cursaran 140 hores de l'assignatura **Tecnologia i Digitalització**, mentre que a quart d'ESO podrà triar-se l'assignatura **Digitalització** com a optativa (Ministeri d'Educació, 2021: 7-8 i 267).

L'assignatura Digitalització dona resposta a la necessitat d'adaptació a la forma en què la societat s'informa, es relaciona i produeix coneixement, ajudant a l'alumnat a satisfer necessitats que s'han anat establint de manera progressiva en la vida de les persones i en el funcionament de la societat i cultura digital (Ministeri d'Educació, 2021: 54).

Pel que fa a **Tecnologia i Digitalització** (Ministeri d'Educació, 2021: 256), es basa a comprendre els canvis que hi ha hagut en la societat amb la digitalització i assolir coneixements tals com l'ús crític, responsable i sostenible de la tecnologia o l'adquisició de valors en favor de la igualtat i el respecte entre iguals. Així mateix, pretén promoure la cooperació i fomentar un aprenentatge permanent.

L'assignatura està organitzada en cinc parts: Procés de resolució de problemes; Comunicació i difusió d'idees; Pensament computacional, programació i robòtica; Digitalització de l'entorn personal d'aprenentatge i Tecnologia sostenible. D'aquestes cinc, però, només fan referència indirectament a l'educació i l'alfabetització mediàtiques dues: **comunicació i difusió d'idees i digitalització de l'entorn personal d'aprenentatge**.

L'última assignatura que tracta aspectes d'educació mediàtica és **Llengua castellana i literatura** (Ministeri d'Educació, 2021: 152), s'estableixen diferents competències específiques. En aquest cas interessen:

- **CE 2.** Ser capaços d'entendre i interpretar textos -en qualsevol format-, extreure la informació més important i determinar la intenció i punt de vista de l'emissor per tal de valorar la seva fiabilitat [...] i crear coneixement (Ministeri d'Educació, 2021: 179).
- **CE 6.** Seleccionar i contrastar informació provinent de diferents fonts avaluant la seva fiabilitat i pertinença en funció dels objectius de lectura i evitant els riscos de manipulació i desinformació i integrant-la i transformant-la en coneixement per comunicar-la, adoptant un punt de vista crític i personal alhora que respectuós amb la propietat intel·lectual (Ministeri d'Educació, 2021: 181).

El criteri d'avaluació 2.2 dels quatre cursos de secundària (Ministeri d'Educació, 2021: 185 i 190) determina que l'alumnat ha de ser capaç de valorar la forma i el contingut dels textos, avaluar la seva qualitat, fiabilitat, la idoneïtat del canal que s'ha fet servir i l'eficàcia dels procediments comunicatius que s'han fet servir.

Paral·lelament, el maig del 2021 cent professors (cinquanta de l'àmbit de l'educació i cinquanta del de la comunicació) van signar el manifest **La educomunicación en España, un reto urgente para la sociedad digital**. Suposa una iniciativa per impulsar el desenvolupament de l'alfabetització mediàtica a Espanya mitjançant diverses mesures (Marzal-Felici, 2021):

- Creació de graus i dobles graus en **Educació i Comunicació**.
- Revisió dels **Màsters Universitaris en Formació del Professorat**, per incloure assignatures sobre educació mediàtica i per tal de millorar i potenciar l'ús de les tecnologies educatives actuals.
- Als **graus universitaris de ciències de la comunicació** cal incloure continguts sobre educació mediàtica de manera obligatòria.

- Les **administracions educatives** han de donar suport a la formació continuada del professorat, de les famílies i de la ciutadania en general.

3.3.1. EDUCACIÓ MEDIÀTICA ALS INSTITUTS CATALANS

A **Catalunya** hi ha **1.105 instituts**, dels quals 587 són públics i 518 són privats, segons l'Institut d'Estadística de Catalunya (2019). D'acord amb el *Currículum d'Educació Secundària Obligatoria* de la Generalitat de Catalunya (2019) i amb les Competències bàsiques en l'àmbit digital, és tan fonamental el domini instrumental de les tecnologies digital com l'aprenentatge de valors i metodologies relacionades amb l'entorn digital.

Segons el currículum, en l'educació secundària es fomenten la reflexió crítica i l'ús responsable i ètic de les tecnologies digitals mitjançant una divisió en quatre eixos:

1. **Instruments i aplicacions.** La capacitat d'utilitzar amb autonomia i de manera eficient els dispositius digitals.
2. **Tractament de la informació i organització dels entorns de treball i aprenentatge.** Capacitats relacionades amb la cerca i selecció d'informació, la seva transformació en coneixement i l'organització dels entorns personals digitals d'aprenentatge on emmagatzemar i treballar la informació.
3. **Comunicació interpersonal i col·laboració.** Capacitats de comunicar i treballar de forma col·laborativa i a través de la xarxa.
4. **Ciutadania, hàbits, civisme i identitat digital.** Preparar l'alumne per tal que esdevingui un ciutadà competent i responsable en l'ús dels recursos digitals.

En l'estudi **Anàlisi d'iniciatives d'alfabetització mediàtica entre centres escolars i mitjans** (González, 2020) s'han identificat 172 centres educatius a Catalunya que ofereixen iniciatives d'educació mediàtica. D'aquests, 139 col·laboren amb mitjans de comunicació locals en la producció de contingut i trenta-cinc actuen amb televisions, diaris, de manera complementària a les activitats curriculars.

Hi ha 46 centres que ofereixen iniciatives d'educació mediàtica a educació infantil, 82 a primària, 27 a secundària, 3 en un centre de màxima complexitat i

un en un centre d'educació especial. D'aquests, 109 provenen d'un institut o col·legi públic, mentre que els 6 restants formen part d'una escola concertada. En termes geogràfics, a Barcelona hi ha 98 escoles que les ofereixen, a Tarragona n'hi ha dinou, a Girona, 12, i a Lleida, 10³.

La majoria dels centres (86,9%) tenen contacte amb un mitjà local audiovisual, de premsa escrita o digital per educar l'alumnat en mitjans o per buscar ajut tècnic, de producció o acompanyament; mentre que el 13% restant només fan activitats d'aula.

En relació amb els centres que organitzen activitats fora de l'aula, l'estudi determina que vuitanta-dos fan experiències radiofòniques, vint-i-una televisives i cinquanta-un ho fan amb mitjans de premsa escrita⁴.

Hi ha 21 iniciatives que són pròpiament de caràcter escolar [...]. D'aquestes, 14 tenen el seu propi diari o revista escolar, que publiquen digitalment en un bloc o al web de l'escola, i 9 fan servir els seus estudis de ràdio al centre (González, 2020; 97).

Figura 2. Taula de la freqüència amb què els centres educatius desenvolupen pràctiques d'educació mediàtica.

Freqüència	Quantitat de centres
Diàriament	8
Setmanalment	30
Trimestralment	9
No està establert	28

Font: elaboració pròpia a partir de dades extretes de l'estudi *Anàlisi d'iniciatives d'alfabetització mediàtica entre centres escolars i mitjans*, per Clàudia González Deumal (2020)

³No totes les províncies tenen el mateix nombre de centres educatius: a Barcelona n'hi ha 489, a Girona, 347; a Tarragona, 343 i a Lleida, 260.

⁴En premsa es consideren les publicacions de l'alumnat al portal web de l'escola.

3.3.1.1. PROJECTES DESENVOLUPATS A CATALUNYA I A ESPANYA⁵

A Catalunya existeixen diverses iniciatives per treballar l'educació mediàtica en els centres de secundària. A continuació es mostra una exposició de les dues més rellevants⁶.

3.3.1.1.1. EDUMEDIA TEST

El projecte EduMediaTest forma part del programa *Media Literacy for All* i és finançat parcialment per la Unió Europea. L'ha desenvolupat el CAC en col·laboració amb la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona i amb els organismes reguladors de l'audiovisual i/o institucions dedicades a l'educació mediàtica de Catalunya, Croàcia, Eslovàquia, França, Grècia, Irlanda i Portugal.

Aquest recurs consisteix a avaluar telemàticament les competències mediàtiques dels estudiants de 14 a 18 anys i en què el docent exposi propostes formatives interactives per corregir les mancances i ampliar el coneixement de l'alumnat. Per portar a terme aquest projecte, l'alumnat ha d'analitzar vídeos i imatges i haurà de buscar informació a internet. El programa està dissenyat perquè el portin a terme els docents dins de les hores lectives com una activitat docent més.

L'EduMediaTest es divideix en dues parts. A la primera, que és l'avaluació, els alumnes han de fer un qüestionari interactiu de quaranta-tres preguntes. En aquest s'avalua la capacitat dels estudiants per crear missatges comprensibles, determinar la credibilitat de les notícies, detectar els possibles interessos de les fonts que s'utilitzen i la seva capacitat per adonar-se dels estereotips. Així mateix, pretén fomentar i impulsar als alumnes a mantenir una actitud responsable amb els drets d'autor.

En la segona part, la formació que ha d'impartir el professor, el programa EduMedia Test ofereix diferents propostes d'activitats de formació en educació mediàtica. Aquestes estan dissenyades segons els resultats que s'hagin obtingut als qüestionaris

⁵Consulteu l'**Annex 7.2** per veure els projectes desenvolupats a la resta de Comunitats Autònomes d'Espanya.

⁶Consulteu l'**apartat 4** per saber-ne més.

previs i a partir d'un dossier de material que es prepara en funció de les mancances que hagi presentat l'alumnat.

Gairebé nou mil alumnes han fet servir aquesta proposta i validat la fiabilitat estadística per fer un diagnòstic general d'un grup classe sobre quins coneixements tenen i quins els falta adquirir en relació amb la competència mediàtica. Cal dir que les competències es divideixen en sis: tecnologia, recepció, producció i difusió, llenguatge, ideologia i estètica.

Amb la informació aportada pels estudiants s'ha pogut comprovar que la competència que tenen més desenvolupada és la tecnològica, ja que és on majoritàriament aconseguixen millors resultats. D'altra banda, les dimensions on s'han mostrat pitjors notes són les de producció i llenguatge.

3.3.1.1.2. ERASMUS +

És el programa de la Unió Europea (UE) que finança projectes de mobilitat i cooperació transfronterera relacionats amb l'aprenentatge en els àmbits de l'educació, la formació, la joventut i l'esport. Una de les seves prioritats és la **transformació digital**. L'actual Erasmus+ té vigència fins al 2027.

Els projectes desenvolupats des d'Erasmus+ pretenen aconseguir una participació més activa en el procés de transformació digital, tant per part del professorat com de l'alumnat. De fet, Erasmus+ està directament vinculat amb el ja esmentat Pla d'Acció d'Educació Digital (2021-2027), ja que contribueix a formar un sistema educatiu cada cop més digitalitzat i dona suport a les accions que milloren les competències digitals.

L'**eTwinning**⁷ és la comunitat dels centres escolars europeus. És una plataforma cofinançada per Erasmus+ que comparteixen els equips educatius dels centres escolars europeus participants del programa i a través de la qual poden comunicar-se, col·laborar o desplegar projectes conjunts, per exemple.

⁷Consulteu la pàgina 30 per saber-ne més.

Des de la plataforma europea d'Erasmus+ anualment s'entrega el **segell de Centre e-Twinning** als centres que defensen i posen a la pràctica els valors d'e-Twinning, entre els quals hi ha l'educació mediàtica. De la mateixa manera existeixen les **e-Twinning Schools**, que són els centres premiats per participar de manera activa en el projecte e-Twinning, sigui amb iniciatives pròpies o amb la difusió de projectes que estiguin centrats especialment en temàtiques com la seguretat a la xarxa. Els reconeixements que van atorgar-se durant el curs 2021-2022 són vàlids fins al 2022, és a dir, la propera convocatòria es farà en el curs 2023-2024.

A Espanya hi ha 17.611 centres adscrits a l'e-Twinning, dels quals, **1.522 estan a Catalunya**. Pel que fa als centres premiats de l'última convocatòria, hi van haver 2.935. D'aquests, 111 són espanyols; dels quals 20 són catalans. Cal destacar, però, que d'aquesta vintena, nou premis van ser per centres de primària⁸ i onze per centres de secundària⁹.

3.4. FORMACIÓ DEL PROFESSORAT

La formació dels docents en alfabetització mediàtica i la implicació dels mitjans de comunicació, de les empreses tecnològiques i dels governs en la formació en aquest àmbit és fonamental per combatre la **desinformació**. En aquesta era de major connectivitat, és molt important saber com accedir a informació real i important i entendre-la (Bosada, 2021).

Precisament la UNESCO, l'any 2011, va elaborar un **Currículum per formar al professorat en alfabetització mediàtica** (Comissió Europea, 2021), inscrit en el programa *Media Literacy for All*. En aquest document es pretenen unificar dues disciplines que acostumaven a estar separades, l'educació i els mitjans de

⁸ CEIP Barrufet (Sant Boi de Llobregat), Col·legi Regina Carmelí (Rubí), Col·legi El Carme (Lleida), Escola Guerau de Liost (Les Franqueses del Vallès), Escola Abat Oliba (Cornellà de Llobregat), Escola Antoni Brusi (Barcelona), Escola Cal·lípolis (La Pineda), Escola Salvador Espriu (Montgat) i Escola Salvador Sanromà (Llinars del Vallès).

⁹ INS Banús (Cerdanyola), Escola Diocesana de Navàs (Navàs), IES Joan Mercader (Igualada), IES de l'Ebre (Tortosa), INS Jonqueres (Sabadell), INS Escola Daniel Mangrané (Tortosa), INS Joan Amigó i Callau (L'Espluga de Francolí), INS Olivar Gran (Figueres), INS Torre Vicens (Lleida), Institut Jaume Callis (Vic) i Institut La Plana (Vic).

comunicació. Arran d'aquesta unificació, el professorat podrà adquirir els coneixements necessaris sobre educació mediàtica i posteriorment tindrà les capacitats per formar l'alumnat en la matèria.

En el mateix sentit existeixen l'**European Framework for the Digital Competence of Educators** -DigCompEdu- (Comissió Europea, 2021) i el **Marco Común de Competencia Digital Docente** (INTEF, 2017). El primer el va editar la Comissió Europea l'any 2017 i defineix el marc europeu per la competència digital dels professors.

El DigCompEdu exposa què vol dir ser digitalment competent per al professorat de totes les etapes educatives (incloses l'educació no formal, l'educació especial i l'educació professional). El document no se centra en les habilitats tècniques i els coneixements instructius, sinó en competències: explica com utilitzar les tecnologies digitals per innovar en l'educació i mantenir-la actualitzada a les necessitats del moment. Es divideix en sis àrees de coneixement centrades en les tasques professionals dels educadors:

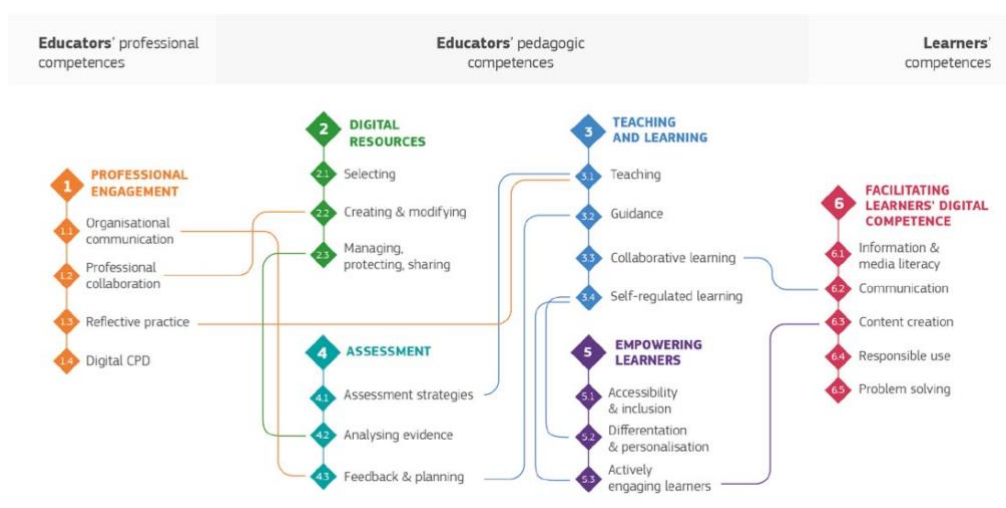


Figura 3. Esquema de les competències i les àrees de coneixement que s'exposen a l'*European Framework for the Digital Competence of Educators*
Font: DigCompEdu

El **Marco Común de Competencia Digital Docente**, d'altra banda, el va editar el Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del Profesorado del

Ministerio de Educación, Cultura y Deporte l'any 2017 i exposa les bases per al desenvolupament de la competència digital docent.

El manual **Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo** (Ireton; Posetti, 2020), per la seva banda, el va publicar la UNESCO amb la intenció de proporcionar al professorat i als estudiants de periodisme informació i lliçons per ajudar-los a combatre els problemes que comporten les notícies falses.

Arran de la pandèmia de la COVID-19, quan va evidenciar-se la rapidesa amb què es difonen les notícies falses, la Unió Europea va publicar **Detectar y combatir desinformación** (Unió Europea, 2021), que consta d'una presentació i un fullet d'instruccions. És un kit d'eines dirigit al professorat de secundària que té el propòsit d'ajudar-los a explicar al seu alumnat com distingir entre les notícies falses i les verídiques a Internet.

3.4.1. FORMACIÓ DEL PROFESSORAT A CATALUNYA¹⁰

3.4.1.1. ESCOLES D'ESTIU D'EDUCACIÓ EN COMUNICACIÓ

Entre els anys 2005 i 2008, **Aulamèdia**, amb la col·laboració del Departament d'Educació, va organitzar tres **Escoles d'Estiu d'Educació en Comunicació**, on cada any van haver-hi més de sis-cents professors matriculats.

Les escoles es van plantejar com espais d'aprenentatge i per abordar els nous reptes que tenia l'educació: aprofundir en la formació en comunicació. De la mateixa manera, van crear-se per posar a disposició del professorat nous recursos necessaris en la seva tasca educativa. Algunes d'aquestes eines es referien al treball per a l'expressió comunicativa i la producció escolar creativa, altres per potenciar l'ètica, l'anàlisi crítica i les capacitats expositives i de raonament; i altres per saber com treure profit -amb finalitat educativa- dels productes audiovisuals.

¹⁰Cal considerar les iniciatives d'institucions que es dediquen a l'educació mediàtica. Consulteu l'**apartat 4** per saber-ne més.

Aquestes escoles comptaven amb cursos adaptats a les diferents etapes d'educació obligatòria, així com internivell. En el primer any va fer-se un seminari (Educar en Comunicació) que pretenia mostrar propostes d'organització i estratègies pedagògiques per implementar l'educació mediàtica a les aules. Aquest seminari, però, no només tenia aspectes teòrics, sinó que també es mostraven experiències d'exemples.

La segona edició, que va fer-se l'any 2007, va posar el focus en ensenyar al professorat sobre la imatge fixa, el llenguatge audiovisual, el cinema, i els mitjans de comunicació i Internet, així com formació específica i pràctica sobre videojocs, producció de ràdio, televisió creativa i edublogs.

La tercera i última edició de l'Escola d'Estiu en Comunicació es va fer el 2008. A més de les categories d'infantil, secundària i d'internivell, van sumar-se els cursos telemàtics (que formaven part dels internivell). Els cursos d'educació infantil i primària estaven especialitzats en la lectura de les imatges visuals i en la introducció al cinema. De fet, el cinema i el llenguatge audiovisual també van ser les temàtiques principals dels cursos adreçats al professorat de secundària. En els cursos d'internivell va tornar a oferir-se el seminari sobre propostes i experiències d'educació en comunicació, així com un seminari per examinar la publicitat a les aules. Finalment, els cursos telemàtics oferien formació sobre com introduir la ràdio dintre de l'aula, d'aprenentatge d'edició de vídeo i de disseny de recursos audiovisuals amb la web 2.0.

3.4.1.2. MENTORS DIGITALS

Aquest programa és una de les principals actuacions del Pla d'Educació Digital de Catalunya 2020-2023. Amb aquesta iniciativa es pretén impulsar la digitalització dels centres educatius catalans. La figura del mentor digital acompanya, implementa i avalua l'estratègia digital als instituts. Precisament amb l'acompanyament dels mentors els professors podran desenvolupar competències digitals en el marc del projecte educatiu del centre i se'ls acompanyarà en l'elaboració de l'estratègia digital de centre, així com en una formació interna per assolir la competència digital.

3.4.1.3. E-TWINNING

El Departament d'Educació ofereix anualment cursos de quinze hores dirigits a mestres interessats a començar un projecte e-Twinning.

El Servicio Nacional de Apoyo, mitjançant l'Institut Nacional de Tecnología para la Educación y la Formación, també ofereix cursos de formació en línia relacionats amb l'e-Twinning i amb la innovació en l'àmbit de l'educació. En aquest sentit, un dels aspectes en què es forma al professorat és en com incloure les TIC en les aules i com fer-les servir de manera educativa i ètica. Aquests cursos, a més, ofereixen l'opció de visualitzar-los -en obert- un cop s'han realitzat per tal de poder reaprofitar la informació per formar-se en altres aspectes d'innovació pedagògica.

A banda de la formació en línia també es pot assistir -presencialment- als **Esdeveniments de Formació e-Twinning**. Se celebren anualment i s'ofereixen places pels cursos e-Twinning que s'organitzen a diferents països de la comunitat Erasmus+.

4. METODOLOGIA

L'elaboració d'aquest treball s'ha dividit en dues fases. La primera consisteix en la **revisió de la literatura científica i els documents oficials** per a l'elaboració del **marc teòric**. La segona ha consistit a fer en l'estudi de cas de l'educació mediàtica a Catalunya a través d'un inventari d'entitats, un grup de discussió a experts i expertes en la matèria i entrevistes en profunditat.

Tal com s'ha exposat, la primera part de l'anàlisi dels resultats consta de l'**exposició** de les diferents **entitats** catalanes que treballen en educació mediàtica.

El llistat de les entitats que actuen en aquest àmbit s'ha aconseguit gràcies a la Plataforma per a l'Educació Mediàtica de Catalunya. En el seu directori s'exposen tots els membres que la conformen i, per tant, totes les entitats i correus de contacte que hi ha actives actualment. Aquesta llista, actualitzada per últim cop el mes de novembre

de 2020, s'ha contrastat mitjançant el contacte amb cada entitat per saber si encara estava en actiu, havia desaparegut o si s'havia creat alguna de nova. Les entitats i plataformes en qüestió són:

Figura 4. Taula de les entitats catalanes que treballen en educació mediàtica.

Nom de l'entitat			
Aliança Educació 360	Associació Catalana de Ràdio	Associació Casa de la Premsa	Associació de Mestres Rosa Sensat
Associació de Programes Educatius Open Europe	Centre UNESCO de Catalunya	Col·legi d'Educatrices i Educadors Socials de Catalunya	Col·legi Oficial de Bibliotecaris-Documentalistes de Catalunya
Col·legi de Pedagogs de Catalunya	Col·legi professional de l'audiovisual de Catalunya	COMSOC	Consell Escolar de Catalunya
Consorti d'Educació de Barcelona	Consell de l'Audiovisual de Catalunya	Coordinadora de Televisions Públiques i Locals	Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals
Digital Film Productions	DocsBarcelona	Drac Màgic	El Parlante
Equip de recerca en infància, adolescència, drets dels infants i la seva qualitat de vida	Federació de Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya	Fundació Ferrer i Guàrdia	Fundació MediaBus
Fundació Montblanc per a la promoció de la Dona	Fundació Pere Tarrés - Revista Estris	Fundació Periodisme Plural	Fundesplai
Junior Report	Learn to Check	Minushu	Secondnews Educació Digital

EduCAC	TASCA	Universitat Pompeu Fabra	Verificat
Young Soul Studios	Col·legi de Periodistes de Catalunya		

Font: elaboració pròpia

Per aconseguir la informació sobre les entitats s'ha elaborat un **qüestionari** (consultable en aquest [Google Forms](#)) i s'ha enviat per correu a les persones de contacte de cada organització. L'enquesta¹¹ està dividida en cinc blocs:

- **Bloc I.** Aspectes bàsics de presentació de cada entitat: nom, any de fundació, el nombre de persones que hi treballen i la professió...
- **Bloc II.** Objectius, el públic a què es dirigeix la plataforma, línies d'actuació i suport que fan servir per difondre's.
- **Bloc III.** Projectes que han desenvolupat i col·laboració amb més entitats.
- **Bloc IV.** Participació amb instituts.
- **Bloc V.** Visió i plans de futur de cada entitat.

Amb això es pretén obtenir una visió actualitzada de les entitats que treballen l'educació mediàtica a Catalunya.

La segona part de l'anàlisi consta d'un **grup de discussió i d'entrevistes en profunditat** amb set experts en educació mediàtica. Amb això es pretén identificar les temàtiques claus i els posicionaments dels experts respecte d'aquests aspectes. En tots dos casos s'ha seguit una metodologia d'anàlisi qualitativa.

Al debat han participat docents de secundària i d'universitat que advoquen per la inclusió de l'educació mediàtica als currículums acadèmics, una pedagoga i periodistes. Tots es dediquen, entre altres professions, a l'estudi de l'educació mediàtica en algun dels seus vessants i/o han treballat d'alguna manera.

¹¹Consulteu l'**Annex 7.3** per veure les preguntes plantejades a l'enquesta.

Finalment, amb les conclusions d'aquests apartats, s'elabora un decàleg on s'exposa quin camí s'ha de seguir perquè l'educació mediàtica s'implanti d'una manera sistemàtica i eficient en el currículum educatiu a Catalunya.

4.1. GRUP DE DISCUSSIÓ

Es va fer el 21 de març de 2022 a les 18h a través d'una reunió per Zoom. Van plantejar-se qüestions genèriques sobre la matèria i que poguessin generar debat per obtenir la participació de tots els membres.

El debat va començar tractant el motiu pel qual s'ha d'introduir l'educació mediàtica, la metodologia i la manera en què s'ha de fer. A continuació va debatre's l'etapa escolar on s'ha de començar a estudiar els mitjans de comunicació, si en aquest estudi també s'haurien d'incloure les xarxes socials i la verificació digital, el col·lectiu professional al qual haurien de pertànyer els professors d'aquesta matèria i sobre la formació de ha de rebre el professorat. Finalment, va parlar-se sobre la funció de les entitats que treballen en educació mediàtica les mesures que proposen els experts de cara al futur¹².

4.1.1. PARTICIPANTS

RAMÓN BREU I PAÑELLA. Professor jubilat de secundària d'història i d'educació en comunicació audiovisual, formador del professorat i escriptor. Graduat en Història Contemporània (Universitat de Barcelona) i en Sociologia (Institut Catòlic d'Estudis Socials de Barcelona), va crear el portal educatiu Cinescola l'any 2004 i l'Enciclopèdia Digital d'Educació en Comunicació l'any 2009. Ofereix cursos dirigits al professorat i ha col·laborat en diaris i publicacions educatives com *Aula de Secundària* o *Diari de l'Educació*, alhora que ha escrit llibres sobre cinema, narrativa i ficció.

¹²Consulteu l'**Annex 7.3** per veure les preguntes del grup de discussió i les entrevistes i l'**Annex 7.5** consulteu la transcripció del grup de discussió.

La seva elecció com a participant del debat es justifica amb la seva trajectòria professional i experiència en la matèria, s'ha considerat que podria aportar una visió molt àmplia i crítica de la temàtica, així com enriquidora. La seva veu es considera important en tant que algunes de les seves obres formen part de la bibliografia d'aquest estudi.

MARC BLASCO DUATIS. Graduat en Publicitat i Relacions Públiques per la Universitat de Girona i en Ciències de la Comunicació (Universitat Oberta de Catalunya). Actualment, treballa com a mestre d'universitat i de secundària.

Entre les seves línies de recerca es troben el transmèdia aplicat en l'àmbit de la comunicació política, l'impacte de les noves tecnologies en l'àmbit educatiu i l'alfabetització mediàtica. Dintre d'aquests àmbits d'estudi ha publicat diferents articles, capítols de llibres i obres col·lectives.

Blasco ha estat triat com a membre del debat per la seva experiència i professionalitat en la matèria, de la mateixa manera que per la proximitat, la confiança i la predisposició que va mostrar des del primer moment en què se li va demanar la col·laboració amb l'estudi.

NÚRIA DE JOSÉ GOMAR. Llicenciada en Periodisme per la Universitat Autònoma de Barcelona. És vicedegana del Col·legi de Periodistes de Catalunya i responsable d'Actualitat a La Xarxa (Xarxa Audiovisual Local). Va ser directora de Continguts de COMRàdio, i de Ràdio Premià de Mar.

La seva elecció s'ha fet considerant el seu rol al Col·legi de Periodistes de Catalunya, ja que aquesta institució s'inclou en l'objecte d'estudi del treball. Amb la seva participació es pretén conèixer el punt de vista tant d'ella com a periodista i comunicadora, com del Col·legi de Periodistes en tant que treballa entre altres, en educació mediàtica.

CRISTINA MERCADER I **JUAN**. Professora a la Facultat de Pedagogia de la UAB i professora Lector Serra Hunter. Graduada en Educació Primària, té un Màster en Planificació i Gestió de l'Educació i un en Investigació en Educació. Participa en investigacions enfocades a la millora de les organitzacions educatives, les tecnologies digitals per a l'educació i l'avaluació per a l'aprenentatge. També és membre de diverses comissions de treball que tenen com a objectiu desenvolupar i aplicar la competència digital docent. Treballa com a professora d'universitat a l'assignatura Comunicació i Interacció Educativa, on és titular de la part dedicada a l'ús de tecnologies de la comunicació i de l'educació mediàtica.

Per la seva experiència amb les TIC, l'avaluació del professorat i l'*e-competence*, es considera que la seva participació en el debat serà enriquidora i que aportarà un punt de vista diferent de la resta, ja que la seva especialització involucra més la formació del professorat, que la de l'alumnat.

4.2. ENTREVISTES¹³

Els professionals exposats a continuació **no han format part del grup de discussió** per incompatibilitat entre els horaris laborals i la data proposada per la sessió de debat. Tot i això, es presenten i es justifica la seva col·laboració al treball en tant que s'han fet entrevistes individualitzades amb ells i també han col·laborat amb la formació posterior de conclusions.

Les preguntes plantejades van ser les mateixes que al debat col·lectiu per així conèixer més punts de vista i perspectives a l'hora d'extreure conclusions.

MIQUEL ÀNGEL PRATS FERNÁNDEZ. Professor titular de Tecnologia Educativa i investigador responsable de la línia eduTIC del Grup de recerca Pedagogia, Societat, Innovació i TIC de la Universitat Ramon Llull. Col·labora al Projecte Edu21, que fomenta i lluita per la millora de l'educació mitjançant el debat i la reflexió pedagògica i l'impuls i divulgació de projectes d'innovació.

¹³Consulteu l'**Annex 7.6** per veure la transcripció de les entrevistes.

Llicenciat en Pedagogia, Psicopedagogia i magisteri, ha impartit diferents assignatures relacionades amb la Comunicació Audiovisual, la Tecnologia Educativa, el Coneixement i l'ús didàctic d'Internet i les TIC. Ha rebut diferents premis per la seva excel·lència en el treball de les tecnologies digitals i la innovació en l'educació.

La seva participació en aquest estudi es justifica amb la seva àmplia trajectòria professional en tecnologies digitals, així com en la seva insistència i dedicació a innovar en l'educació, sobretot considerant el col·lectiu dels docents.

MARIA JOSÉ MASANET JORDÀ. És doctora en Comunicació Social, professora i investigadora a la Universitat Pompeu Fabra i professora Lectora Serra Húnter a la Universitat de Barcelona. Ha participat com a investigadora a projectes relacionats amb l'educació mediàtica i en la relació dels joves amb els mitjans de comunicació. Entre les seves línies de recerca es troben l'educació mediàtica, les narratives transmèdia, l'adolescència i la joventut, entre altres.

La seva elecció s'ha fet precisament pel seu coneixement sobre la relació entre el jovent i els mitjans de comunicació.

CRISTINA PULIDO RODRÍGUEZ. És coordinadora acadèmica del Màster Internacional de Comunicació i Educació i membre de l'equip d'investigació del Gabinet de Comunicació, ambdues posicions a la UAB. Graduada en Educació Social i en Comunicació Audiovisual i Doctora en Comunicació, Art i Educació (, també és professora Serra Hunter del Departament de Periodisme i Ciències de la Comunicació de la UAB. Les seves línies d'investigació van directament relacionada amb l'alfabetització mediàtica i el periodisme de qualitat, la prevenció de l'assetjament en línia, l'impacte social i els *social media*.

Tot i que en la seva elecció ha tingut un pes important la seva trajectòria en la matèria, el motiu ha estat més personal. Pulido va ser la professora que va impartir l'assignatura optativa Comunicació, Educació i Alfabetització Mediàtica a 3r de

Periodisme, on jo vaig matricular-me. Amb ella vaig endinsar-me en aquesta temàtica i vaig veure que era la sortida professional per la qual m'agradaria optar.

Totes les entrevistes van fer-se en línia amb la plataforma Zoom entre els mesos de març i abril. D'altra banda, el 31 de gener del 2022 es va fer una trucada telefònica amb la Davínia Ligeró Tormo, Tècnica Àrea d'Estudis i Recerca en Consell de l'Audiovisual de Catalunya i treballadora del programa EduCAC, per conèixer informació més detallada sobre les funcions i el paper de la Plataforma per a l'Educació Mediàtica.

5. ANÀLISI DE RESULTATS

5.1. INVENTARI D'ENTITATS

Per conèixer com treballen les entitats catalanes en educació mediàtica s'ha elaborat un qüestionari i s'ha facilitat per correu a les **trenta-vuit entitats que treballen en aquest camp**. De totes les entitats s'ha aconseguit contactar amb **vint-i-vuit**¹⁴, és a dir, amb un 73,68%; mentre que amb les **deu restants** (26,31%), no s'ha pogut parlar¹⁵.

Sis entitats (15,7%) **no han respost l'enquesta**, mentre que les **vint-i-dues** (57,89%) sí que ho han fet. Les sis entitats que no han contestat el qüestionari són TASCA, Minushu, el Consell Escolar de Catalunya, el Consorci d'Educació de Barcelona, l'Associació Catalana de Ràdio i la Coordinadora de Televisions Públiques i Locals.

¹⁴Associació Casa de la Premsa, Associació de Mestres Rosa Sensat, Col·legi d'Educadors Socials de Catalunya, EduCAC, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Digital Films Produccions, DocsBarcelona, Drac Màgic, El Parlante, Equip de recerca en infància, adolescència, drets dels infants i la seva qualitat de vida, Federació de Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya, Fundació Montblanc per a la promoció de la Dona, Revista Estris, Periodisme Plural, Fundesplai, Junior Report, Learn To Check, Universitat Pompeu Fabra, Verificat, Col·legi de Periodistes de Catalunya i Plataforma per a l'Educació Mediàtica, TASCA, Minushu, Consell Escolar de Catalunya, Consorci d'Educació de Barcelona, l'Associació Catalana de Ràdio i la Coordinadora de Televisions Públiques i Locals.

¹⁵**No s'han inclòs en el cos de l'estudi** perquè no s'ha obtingut resposta després d'haver contactat per correu amb ells en diverses ocasions: Aliança Educació 360, Associació de Programes Educatius Open Europe, UNESCO Catalunya, Col·legi Oficial de Bibliotecaris i Documentalistes de Catalunya, Col·legi de Pedagogs de Catalunya, Col·legi Professional de l'Audiovisual de Catalunya, COMSOC, Fundació MediaBus, Secondnews Educació Digital i Young Soul Studios.

Minushu ha tancat arran de la pandèmia de la Covid-19, mentre que l'Associació Catalana de Ràdio, la Coordinadora de Televisions Públiques i Locals i TASCA han informat que no poden respondre l'enquesta, ja que no es dediquen directament a l'educació mediàtica, sinó que només col·laboren amb l'EduCAC en la creació i la producció de continguts. D'altra banda, el Consorci d'Educació i el Consell Escolar no han contestat l'enquesta, però sí que van comunicar-me que em posés en contacte amb el Departament d'Educació a través de la seva bústia de correu, ja que ells podrien donar-me les dades necessàries, però aquest no va respondre cap correu ni trucada.

En l'estudi **no s'han considerat** les vint-i-dues respostes, sinó **dinou**¹⁶: Casa de la Premsa, Col·legi d'Educadors i Educadores Socials de Catalunya i la Federació de Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya han quedat excloses perquè tot i formar part de la Plataforma per a l'Educació Mediàtica, **no es dediquen a aquest àmbit**.

Abans d'entrar en cadascuna d'aquesta vintena d'entitats, convé resumir alguns trets generals per contextualitzar la informació que s'ofereix als apartats individuals.

Deu de les entitats referents en educació mediàtica a Catalunya van néixer fa cinc anys, dues van fer-ho fa menys de quinze anys i deu més van fer-ho fa més de vint: entre aquestes, dues tenen més de cinquanta anys.

¹⁶**Resum de les entitats objecte d'estudi:** Associació de Mestres Rosa Sensat, EduCAC, Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals, Digital Films Produccions, DocsBarcelona, Drac Màgic, ElParlante, Equip de recerca en infància, adolescència, drets dels infants i la seva qualitat de vida, Fundació Ferrer i Guàrdia, Fundació Montblanc per a la Promoció de la Dona, Revista Estris, Periodisme Pural (Revista XQ), Fundesplai, Junior Report, Learn To Check, Universitat Pompeu Fabra, Verificat, Col·legi de Periodistes de Catalunya i Plataforma per a l'Educació Mediàtica.

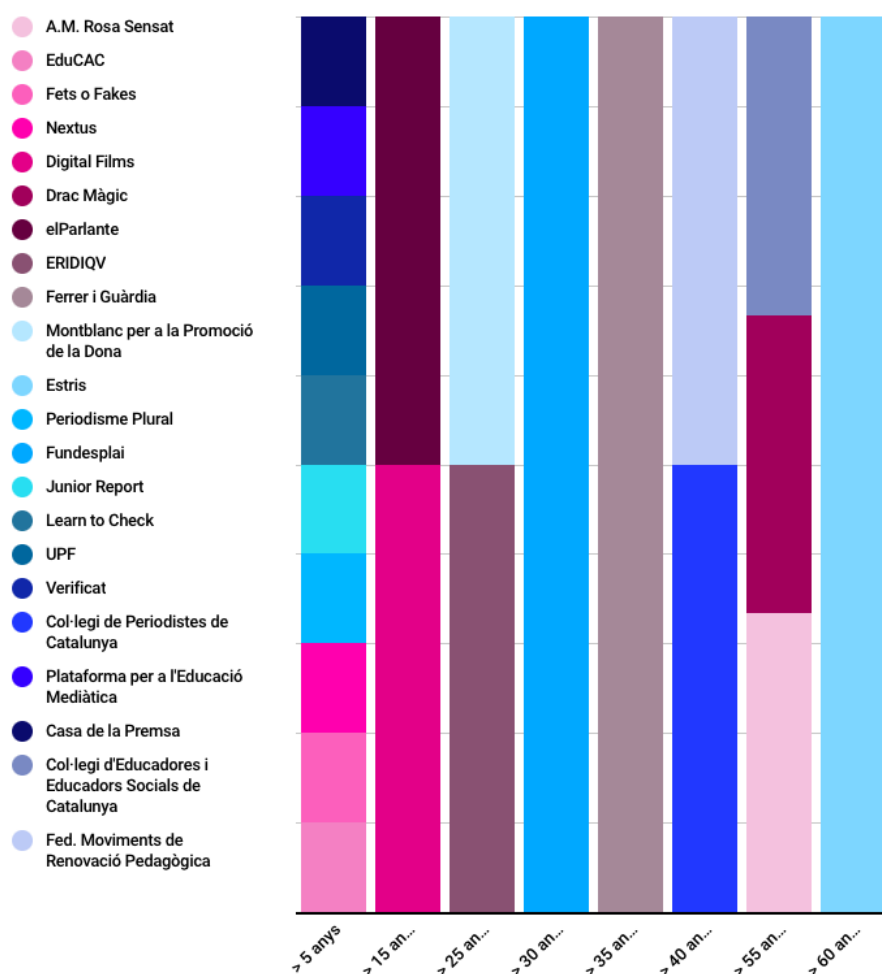


Figura 5. [Gràfica](#) que mostra els anys en actiu de cada entitat analitzada.

Font: pròpia a través d'Infogram.

Només hi ha set plataformes on treballen més de deu empleats, però cap afirma que es dediquin exclusivament a continguts d'educació mediàtica; a més, els empleats hi col·laboren de manera esporàdica i a temps parcial.

De les vint-i-dues entitats contactades, la gran majoria (setze) elaboren projectes i materials que giren entorn de l'educació mediàtica, mentre que sis es dediquen a la recerca i la investigació. Tot i això, n'hi ha algunes que es dediquen tant a la recerca com a la creació de projectes, com l'eduCAC o el Col·legi de Periodistes de Catalunya. D'altra banda, hi ha dues entitats que, d'acord amb la seva aportació a l'educació mediàtica, només formen part de la Plataforma per a l'Educació Mediàtica i del Consell Assessor del CAC.

5.1.1. ASSOCIACIÓ DE MESTRES ROSA SENSAT¹⁷

L'Associació de Mestres Rosa Sensat va néixer l'any 1965. Actualment, hi treballen vint professionals, però tenen més de mil socis. Tots els treballadors es dediquen a la docència, des d'infantil i fins a secundària. L'objectiu de l'associació és, precisament, oferir formació a mestres i professors.

L'Associació Rosa Sensat no té com a línia principal l'educació mediàtica, però ha programat alguns cursos i publicat alguns llibres sobre aquesta temàtica, com és el cas de *Deconstruint els mèdia a l'aula; Del reality a les fake news*, de Ramón Breu (2019), o l'exemplar de la Revista Perspectiva Escolar [núm.398](#), *Pensament crític* (2018), per exemple. Els cursos no s'han fet a escoles ni instituts, només a escoles d'estiu, tardor i hivern, però tenen plantejat organitzar-ne més en un futur.

Compta amb el Grup de Recerca i Innovació en el Currículum de les Ciències Socials, on un conjunt de docents de secundària i d'universitat pretenen millorar l'ensenyament i l'aprenentatge de les ciències socials a través de la innovació de les metodologies educatives.

5.1.2. EduCAC¹⁸

L'eduCAC sorgeix arran del conveni de col·laboració que l'any 2017 van signar el **Consell de l'Audiovisual de Catalunya** i el **Departament d'Ensenyament de la Generalitat** per dur a terme activitats conjuntes entre escoles catalanes i mitjans de comunicació audiovisuals. Aquest acord compleix amb el que dicta l'**Audiovisual Media Service Directive** (Comissió Europea, 2010): prendre mesures per desenvolupar les competències en alfabetització mediàtica.

L'eduCAC es va iniciar durant el curs 2018-2019. És el programa d'alfabetització mediàtica que ofereix a les escoles, instituts i famílies recursos educatius per aprendre a fer un ús crític i responsable dels mitjans de comunicació.

¹⁷Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

¹⁸La informació s'ha extret tant de la resposta a l'enquesta, com de la pàgina web de l'EduCAC.

EduCAC ofereix **materials didàctics** per treballar l'educació mediàtica en hores de classe i sota la supervisió del professorat. Les activitats, que estan plantejades per a alumnes d'entre 8 i 16 anys, es divideixen en dotze unitats didàctiques, quatre projectes per practicar les competències adquirides, tres itineraris per treballar els valors mitjançant l'audiovisual i tres tutorials sobre preproducció, producció i postproducció. Tots aquests materials tracten temàtiques sobre informació, entreteniment, publicitat i bones pràctiques amb els dispositius.

L'EduCAC ofereix **sessions de formació per al professorat i una guia** en tots els materials que ofereix. Aquestes guies ensenyen com treballar els continguts, quant han de durar les sessions, quins haurien de ser els criteris d'avaluació... tot i que també ofereixen enllaços a recursos externs per fer les classes més dinàmiques. Entre aquests hi ha notícies de mitjans de comunicació, anuncis, pel·lícules o vídeos de YouTube, per exemple (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2018).

En el mateix sentit, el passat novembre de 2021 l'EduCAC va presentar *Tens poc temps?* (eduCAC, 2021), un seguit de materials que serveixen per fer sessions més curtes sobre educació mediàtica a les aules. Amb aquestes propostes breus, l'EduCAC va apostar per impartir sessions d'educació mediàtica més curtes pels moments en què no es disposen les hores necessàries. A més, també es presenten mapes conceptuals per tal que l'alumnat pugui reconèixer, localitzar i aprendre el contingut de les unitats més ràpidament.

Els **Premis eduCAC** els atorga anualment, des del curs 2003-2004, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya amb l'objectiu de potenciar i estendre l'educació en comunicació als col·legis i instituts, així com reconèixer a aquells centres i docents que la imparteixen.

La participació està oberta a tots els centres de Catalunya en tres categories diferents: centres educatius, professorat i treballs de recerca de l'alumnat de batxillerat. Els treballs es retribueixen amb disset premis de 1.000 i 500 euros.

5.1.3. CORPORACIÓ CATALANA DE MITJANS AUDIOVISUALS¹⁹

Fets o Fakes és un equip transversal de periodistes que es dediquen a la verificació de les notícies i de qualsevol mena d'informació. L'equip defensa que la verificació d'informació és la principal eina contra la desinformació i la manipulació que pateix la ciutadania arran del periodisme. El seu objectiu principal és contribuir a desactivar notícies falses, rumors i desinformacions que afectin l'àmbit mediàtic català.

L'equip de *Fets o Fakes* el van formar l'1 de gener de 2019 sis periodistes dels serveis informatius de Catalunya Ràdio. Treballen de manera autònoma però col·laborant amb la resta de departaments de l'emissora, ja que cap dels sis s'hi dedica a aquest programa a temps complet.

Tal com el nom de l'emissora indica, l'àmbit de cobertura dels seus projectes és Catalunya, tot i que no tenen un públic concret, sinó que es dirigeixen a l'audiència de Catalunya Ràdio en general. Tot i això, han col·laborat puntualment amb diversos instituts de Barcelona i amb la Universitat Ramon Llull. El 2019 van impartir una xerrada de dues hores a alumnes de 2n d'ESO sobre notícies falses, la seva difusió i la importància de conèixer-les per detectar-les i tenir eines per no ser-ne víctima.

Des de *Fets o Fakes*, pretenen que es dediquin recursos i personal a aquest àmbit des de la corporació pública, contribuint a convertir l'educació mediàtica en un puntal del currículum educatiu a Catalunya. De fet, pretenen convertir l'educació mediàtica en un dels eixos principals de la CCMA després que es renovin els càrrecs. Malgrat la seva voluntat, admeten que aquesta possibilitat està molt lluny de ser assolida i només és una vocació promoguda des de baix.

El *Fets o fakes* no té com a missió principal l'educació mediàtica, però sí que té una clara vocació de col·laboració amb altres actors que sí que tenen aquest com a eix de la seva activitat. Per això intenten estar a disposició de qui ens demana una

¹⁹Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

col·laboració en aquest sentit, així com establir contactes amb plataformes d'educació mediàtica com *Learn to Check* o com el Consell de l'Audiovisual de Catalunya per impulsar projectes d'educació mediàtica.

5.1.4. **DIGITAL FILM PRODUCCIONS**²⁰

Digital Films és una productora audiovisual que té com a especialització l'educació i l'audiovisual. Va fundar-se l'any 2011 i hi treballen quatre persones expertes en sociologia i comunicació audiovisual.

Sobre el seu objectiu, a través de la relació entre la producció de l'audiovisual i la cultura educativa pretenen fomentar l'alfabetització mediàtica. Elaboren continguts audiovisuals (com documentals, videoclips o anuncis) i continguts educatius multiformes que tenen com a base el cinema i la cultura visual.

Les seves activitats es dirigeixen tant a professors com a tots els col·lectius escolars, des de primària i fins als cicles formatius. Alguns dels projectes que han elaborat amb centres escolars han estat **formacions de cinema**, les quals han organitzat tant individualment com mitjançant col·laboracions amb l'Ajuntament de Barcelona o La Caixa; i **tallers extraescolars**, que han organitzat de la mà de La Caixa, i Educaixa o bé de manera individual.

Els [tallers](#) més destacats són:

- **Participa Méliès**, en col·laboració amb La Caixa. És un concurs de curtmetratges on els alumnes han de fer el seu propi curtmetratge i tot el procés de producció i realització que suposa.
- **Tallers de cinema** a les escoles o a cursos organitzats per ells. Pretenen ensenyar com funciona el món de la creació audiovisual mitjançant la creació de documentals on es fa servir material professional de cinema digital. D'aquesta manera es potencia l'aprenentatge a través de la pràctica.

²⁰La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta.

Els detalls dels tallers s'han tret de la pàgina web de l'entitat, ja que ells mateixos van dir-me que allà estava millor explicat.

- **Primer Cinema**, en col·laboració amb La Caixa. Projecte educatiu d'iniciació a l'audiovisual a través del cinema mut. Mitjançant el llenguatge visual s'aprenen els elements essencials que intervenen en l'audiovisual. L'alumnat ha de crear curtmetratge després d'assistir a formacions tant metodològiques com teòriques i pràctiques.
- **Formació del professorat**, en col·laboració amb La Caixa. Són tant formacions teòriques com pràctiques que doten al professorat de recursos per traslladar els coneixements de l'educació mediàtica al seu grup classe.

De cara al futur pretenen ampliar tant la seva àrea geogràfica com la seva oferta de tallers, així com fidelitzar més el seu públic per poder continuar expandint i augmentant la consciència sobre la necessitat de formar-se en educació mediàtica.

5.1.5. **DOCSBARCELONA**²¹

DocsBarcelona és un projecte global entorn del món documental que inclou un festival, mercat professional, xarxes de sales d'exhibició i formació al voltant d'aquest món. Compten amb diverses seccions, dues de les quals relacionades directament amb l'objecte d'estudi de treball: la de Formació i la d'Educació.

Pel que fa a la primera, segueix la metodologia "*aprendre fent*". Defensen que el coneixement teòric és la base per aprendre sobre l'audiovisual, però que per tal de poder adquirir-lo de veritat s'ha de practicar i experimentar constantment.

Des d'aquesta secció organitzen i ofereixen diferents cursos relacionats amb el cinema, el documental i el periodisme. Alguns dels [cursos](#) que ofereixen són els següents:

- **Taller de recerca i gestió de drets**. Pretén aprofundir en el món de la recerca i els drets d'ús.

²¹La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta. Els detalls dels tallers s'han tret de la pàgina web de l'entitat, ja que ells mateixos van dir-me que allà estava millor explicat.

- **Mòbildoc.** Ensenya a fer servir el mòbil com a una eina de captació de la realitat. Es fan classes teòriques, exercicis pràctics i anàlisis posteriors als exercicis.
- **El meu primer documental.** Té com a objectiu ensenyar tot el procés de creació i producció d'un documental.
- **Videoperiodisme.** Pretén ensenyar la polivalència que es requereix als periodistes. Se'ls faciliten les tècniques i coneixements per tal que puguin treballar en qualsevol branca, però es posa èmfasi en el periodisme televisiu.
- **Renovació del llenguatge audiovisual a TV.** Curs de formació continuada dirigit a personal dels serveis informatius. Pretén aprofundir en noves tècniques narratives i treure el màxim partit de les que ja coneixen per millorar l'elaboració dels informatius.
- **Pitching – Presentació de projectes.** Pretén ensenyar a presentar projectes audiovisuals breus en públic.

Pel que fa a la branca d'Educació, tenen la plataforma **Nextus**. Va formar-se el 30 de setembre de 2021. Hi treballen gairebé una trentena de professionals: nou directament i vint de manera indirecta i a temps parcial. En aquesta entitat hi ha cineastes, mestres, pedagogs, productors, programadors, i personal de màrqueting.

En relació amb el seu àmbit de cobertura, actuen a Catalunya i a tota la resta de l'estat espanyol, a Alemanya i a Grècia; tot i que pretenen créixer i tenir presència a escala mundial. De fet, durant l'any 2022 començaran a fer col·laboracions amb empreses de França, Portugal i Irlanda. El seu canal de difusió principal és la mateixa pàgina web de la plataforma, tot i que admeten que les xarxes socials de Twitter i Instagram els ajuden a augmentar la seva presència a Internet i a donar-se a conèixer.

L'objectiu de Nextus és contribuir a la transformació del model d'aprenentatge mitjançant una educació oberta i transversal a través dels documentals. Pretenen fomentar l'esperit crític amb formes d'aprenentatge basades en els aspectes pràctics del món del documental.

Els continguts educatius els dirigeixen tant a alumnat de secundària i batxillerat com a alumnes de cicles formatius i universitats. En aquest sentit, els eixos temàtics que defensen fins al moment són les ciències socials i els idiomes i la seva aplicació als aspectes del documental; mentre que el 2022 també cobriran l'àmbit científic.

En relació amb la seva presència als centres educatius, sempre ha estat amb públics i concertats. L'any 2018 van col·laborar amb vuit instituts, el 2019 amb vint-i-tres i calculen que el 2022 estaran a trenta-cinc. Els centres en qüestió es trobaven a la província de Barcelona, a la Bisbal d'Empordà, a Munich (Alemanya) i a Salònica (Grècia). De fet, sis docents formen part del seu equip pedagògic.

Pel que fa al futur, pretenen ampliar l'abast de la plataforma a escala mundial, ampliar els seus continguts i les seves funcionalitats, així com poder abastar més àmbits de coneixement. A més, pretenen continuar girant entorn del paradigma de l'educació mediàtica a través del cinema documental i emfasitzar que l'educació en comunicació és necessària en l'època actual.

5.1.6. DRAC MÀGIC²²

Drac Màgic és una cooperativa social que neix el 1971. Es dedica a estudiar i a difondre la cultura audiovisual i les maneres d'utilitzar-la mitjançant activitats educatives, socials i culturals. A través d'aquestes pretenen generar un pensament crític al voltant de les imatges per contribuir a construir una societat responsable, participativa i amb capacitat crítica. Actualment, hi treballen vint-i-dos professionals dels àmbits de la pedagogia, la comunicació, el cinema i la docència.

Tots els seus projectes, pel que fa al sentit educatiu, tenen com a públic des de l'alumnat d'educació infantil fins a la població adulta i la gent gran. Quant als projectes, els divideixen en diferents categories: xarxes de participació, comissariat d'exposicions, gestió tècnica, programació i producció de cicles de cinema,

²²La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta.

La informació ampliada de Construir Mirades s'han tret de la pàgina web de l'entitat, ja que ells mateixos van dir-me que allà estava millor explicat.

col·laboracions a mitjans de comunicació, convocatòries de creació audiovisual, processos participatius, activitats per a públics joves i activitats infantils. De la mateixa manera, també destaquen la distribuïdora **Pack Màgic** i el seu projecte [Construir mirades](#); el qual han portat a terme amb instituts de Barcelona, Santa Coloma de Gramenet i Òdena.

Alguns dels centres amb què han participat són l'Institut Icària (Barcelona), l'Institut Ferran Tallada (Barcelona), l'Escola Mestre Morera (Barcelona), l'Institut Ernest Lluch (Barcelona) i l'Institut Barri Besòs (Barcelona). Així mateix, també han col·laborat amb l'Ajuntament de Barcelona, el Museu d'Història de Barcelona, la Filmoteca de Catalunya, l'Agència Catalana de Cooperació al Desenvolupament, el Memorial Democràtic i el Departament d'Educació, entre d'altres.

Les activitats que organitzen pretenen iniciar-los en la cultura audiovisual a través de propostes lúdiques i creatives, així com fer-los protagonistes mitjançant el joc i la iniciativa dels infants. D'aquesta manera coneixen els orígens del cinema, els elements fonamentals de l'audiovisual i comencen a reflexionar sobre aspectes com el feminisme i l'ecologia. Així mateix, pel que fa als públics més adults, tenen l'objectiu d'ensenyar-los a crear peces audiovisuals i a fomentar el seu interès cap al cinema i a valorar el patrimoni cinematogràfic català. Totes les activitats es realitzen sempre entorn dels seus valors socials, per exemple: compten amb un taller de creació audiovisual on el jovent ha d'enregistrar una peça audiovisual referent a les lluites per a la transformació social fetes des del feminisme.

En relació amb el projecte **Construir mirades**, és un recurs educatiu que pretén formar en llenguatges audiovisuals i difondre la cultura i la tradició cinematogràfica a través d'una mirada feminista. Compta amb propostes d'activitats a l'aula per tots els cicles educatius, des d'infantil i fins a educació d'adults i de col·lectius professionals (educadors).

Pel que fa al futur i a les seves propostes per afavorir la inclusió de l'educació mediàtica al currículum acadèmic, Drac Màgic pretén, sobretot, ampliar els projectes

de formació del professorat i insistir en la necessitat que aquests siguin capaços d'educar l'alumnat partint d'una base sòlida.

5.1.7. EL PARLANTE²³

elParlante neix l'any 2009 arran de la necessitat de treballar l'alfabetització mediàtica i amb l'objectiu de fomentar el sentit crític davant els discursos dels mitjans de comunicació de masses. De la mateixa manera, va crear-se com a solució a la necessitat de crear relats mediàtics alternatius per parlar de les diferents realitats possibles, invisibilitzades pels relats hegemònics. D'aquesta manera, posen l'accent en aquells ciutadans i ciutadanes els drets dels quals puguin estar vulnerats.

Avui en dia hi treballen quatre persones especialitzades en la comunicació social, el periodisme i els mitjans audiovisuals i el teatre d'intervenció social. Les activitats que proposen es dirigeixen a l'alumnat des de primària fins als cicles formatius, tot i que també es dirigeixen a la gent gran i a les administracions públiques i organitzen tallers en espais d'educació no formal.

Les seves línies d'actuació se centren en l'ús del debat col·lectiu i l'anàlisi de continguts audiovisuals que es presenten als mitjans de comunicació, les xarxes socials i plataformes d'entreteniment.

Pel que fa als projectes que han desenvolupat relacionats amb l'educació mediàtica, destaquen [Educomunicación para la ciudadanía activa: formación online en tiempos pandémicos](#) i [Desmuntamites](#).

El primer és una formació teòrica i pràctica per conèixer les connexions entre el món educatiu, el social, l'artístic i el cultural. La formació pretén exposar què és l'educomunicació des d'una mirada interdisciplinària i a través d'alguns membres que hi treballen. És a dir, a través de la figura dels educomunicadors l'objectiu és dissenyar

²³La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta. Els detalls dels projectes s'han tret de la pàgina web de l'entitat, ja que ells mateixos van dir-me que allà estava millor explicat.

projectes i iniciatives per reduir les desigualtats i millorar la cohesió social a l'interior de les escoles.

Desmuntamites és un projecte d'educació intercultural realitzat a l'aula de classe amb alumnes de 4t d'ESO, en el marc del projecte de recerca en cinema. A través de la crítica mediàtica, i en un procés de creació col·lectiva i participativa, el grup participant elabora un guió de curtmetratge per eliminar estereotips, prejudicis i rumors sobre la diversitat ètnica i cultural a Barcelona.

Tal com s'ha mencionat, elParlante ha col·laborat amb diferents instituts per potenciar l'educació mediàtica. Pel que fa a les col·laboracions més destacades d'aquest últim any:

Amb l'**Institut Vall d'Hebron** (Barcelona) han dut a terme el projecte [Sincronitza't](#), un projecte per a la cocreació i la participació. L'alumnat es recolza en la metodologia del documental participatiu, en les TIC i en el teatre social per afavorir l'apoderament, el benestar i el sentit de pertinença dels joves immigrants nous. D'aquesta manera, enriqueixen la seva trajectòria educativa i la seva identitat personal.

Amb l'**Institut Joan Fuster** han fet el projecte [Filminuts Interculturals](#). Dividits per grups, els alumnes havien de crear una pel·lícula d'un minut sobre una temàtica relacionada amb la interculturalitat. Per crear els documentals havien d'assistir a formacions sobre discriminació, rumors, racisme, etcètera, i a d'altres sobre com crear un guió, un *storyboard* o com gravar i editar un clip, per exemple.

Amb l'**Institut Menéndez y Pelayo**, l'**Escola Federic Mistral** i l'**Escola Nabí** han desenvolupat el projecte [Desmuntatòpics](#), una estratègia d'educomunicació que es basa a fer una lectura dels mitjans de comunicació i posteriorment reflexionar i debatre sobre quins prejudicis i estereotips associats a la diversitat cultural fan servir els mitjans de comunicació i com els presenten.

Pel que fa al futur de l'entitat en relació amb l'educació mediàtica, pretenen desplegar projectes amb més centres educatius i convocar més formacions dirigides a professorat.

5.1.8. EQUIP DE RECERCA EN INFÀNCIA, ADOLESCÈNCIA, DRETS DELS INFANTS I LA SEVA QUALITAT DE VIDA²⁴

Aquest equip de recerca de la Universitat de Girona funciona des de 1997 i està compost per cinc membres, tots ells de l'àmbit de la psicologia. Es dediquen a estudiar el benestar i la qualitat de vida dels infants i dels adolescents.

El seu abast territorial és principalment Catalunya (i Girona en concret), però han fet estudis tant a tot el territori català com a escala internacional: a diferents països d'Europa i Amèrica Llatina.

Pel que fa als estudis i les activitats que realitzen, tots tenen com a camp d'estudi l'alumnat d'educació primària i el d'educació secundària. En aquest sentit, el seu àmbit d'actuació de referència és l'ús responsable de les xarxes socials i de les tecnologies de la informació i de la comunicació en col·lectius d'infants, joves, adolescents i famílies.

Des del grup de recerca, destaquen sis estudis referents a l'educació mediàtica:

- **Estudi internacional amb Childwatch International**, sobre l'ús dels mitjans audiovisuals en cinc països diferents.
- Projecte de recerca amb el CAC (2007): estudi sobre les **expectatives dels adolescents sobre la televisió a Catalunya**.
- Projectes I+D Ministeri on s'estudia l'ús de les TIC.
- Dos ajuts del consell social de la UdG per a fer dos cicles de tallers sobre l'ús responsable de les TIC durant el 2020 i el 2021.

²⁴Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

- Estudi de l'impacte de la Covid-19 en el benestar d'infants de 10 a 12 anys amb qüestions relatives a l'ús de les TIC.

En relació amb els projectes desenvolupats amb centres escolars, fins ara han fet **tallers sobre l'ús dels mitjans** i han recollit dades sobre l'impacte de la pandèmia en els joves i com els ha afectat el consum de mitjans. Aquestes formacions s'han fet en centres escolars de diferents comarques gironines: a Figueres, Vilajuïga, Caldes de Malavella i Castelló d'Empúries.

En un futur pretenen oferir més tallers en centres d'educació secundària, així com oferir-ne també dirigits al professorat i a les famílies. També tenen com a objectiu expandir més el seu abast geogràfic, tant en l'àmbit nacional com en l'internacional. En aquest últim cas, tenen pendent de resolució diferents projectes europeus i estan fent la preparació per participar al programa Erasmus+.

5.1.9. FUNDACIÓ FERRER I GUÀRDIA²⁵

Aquesta entitat va fundar-se l'any 1987 i té com a finalitat afavorir l'emancipació de les persones joves, col·lectiu a qui es dirigeixen. Avui en dia hi treballen vint-i-sis persones, totes elles dedicades als àmbits de l'educació, la sociologia i les ciències polítiques.

La seva línia de recerca més específica gira entorn de la bretxa digital, sobretot des de la perspectiva de la capacitat digital. Precisament, treballen indirectament en la Carta dels Drets Digitals per tal de defensar la reducció de la bretxa digital. Els projectes que han desenvolupat com a entitat giren majoritàriament entorn de les aptituds digitals de la població:

El març de 2021 van participar en el **II Congrés de Competències Digitals de Catalunya**: van incidir en la temàtica de la bretxa digital des de les tres dimensions que té (accés, ús i aprofitament). L'entitat va recordar la necessitat de fer polítiques

²⁵Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

de desigualtats digitals per tal d'eliminar-les i que tothom pugui accedir-hi i, sobretot, treure profit. Finalment, van posar en relleu en la importància de formar de manera urgent a la gent gran, les persones amb discapacitat i les dones.

Un altre dels projectes destacats en què han treballat és **Acompanya TIC**. Consisteix en un seminari -organitzat per ells- amb l'objectiu d'analitzar quines mesures d'acompanyament a les TIC va rebre la població infantil i l'adolescent durant la pandèmia, i si aquestes incloïen la reducció de la bretxa digital. La recerca es va fer mitjançant l'estudi dels programes i les recomanacions que s'han fet des de l'administració pública.

1.000 likes i És de Conya són dues obres de teatre creades per la Fundació Ferrer i Guàrdia i Nus Cooperativa. Tenen com a propòsit que el públic reflexioni sobre la violència de gènere, la socialització del gènere i el ciberassetjament escolar, entre altres qüestions. Aquesta reflexió s'estimula en primera persona, en tant que el públic -joves de secundària- té l'oportunitat de pujar a l'escenari i substituir els actors en diferents escenes. Ambdós projectes suposen les participacions que han fet des de la Fundació Ferrer i Guàrdia amb instituts. Mitjançant les dues obres de teatre han arribat a prop de vuit-cents alumnes.

5.1.10. FUNDACIÓ MONTBLANC PER A LA PROMOCIÓ DE LA DONA²⁶

La Fundació Montblanc per a la promoció de la dona va crear-se l'any 1998 amb l'objectiu de promoure el desenvolupament humà, fent èmfasi en la protecció de la infància i la joventut, així com en la figura de la dona. Els seus eixos temàtics d'actuació es basen en l'assetjament escolar, l'educació per al desenvolupament i l'educació en valors.

Hi treballen sis persones de manera fixa, més els membres que hi participen a través d'un voluntariat. L'àmbit professional dels treballadors engloba des del dret, l'economia, la política i la biologia, fins a l'enginyeria, la comunicació i el disseny gràfic.

²⁶La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta, però la informació sobre els objectius del projecte s'ha tret de la pàgina web de la fundació.

Malgrat que el seu públic principal no és l'alumnat de secundària, en matèria d'alfabetització mediàtica sí que s'acosten sobretot al jovent. Això ho fan mitjançant les seves xarxes socials i el seu canal de Youtube, on comparteixen els projectes que desenvolupen. De fet, pel que fa a les seves actuacions en relació amb l'educació mediàtica, han elaborat el projecte [Nosaltres](#), una web serie.

És un projecte educatiu i audiovisual creat per fer reflexionar als adolescents sobre temàtiques com el racisme, l'assetjament escolar, les conseqüències de fer un mal ús les xarxes socials, la visió i els prejudicis sobre el gènere femení en l'adolescència i el paper de les famílies i de les amistats en les vides dels joves.

Amb aquest projecte la Fundació aposta per educar des d'una perspectiva interactiva i visual i apropar-se als centres educatius, en tant que tot el material poden utilitzar-lo de manera gratuïta per treballar a l'aula. Precisament aquesta és una de les intencions de futur de la plataforma, oferir un ventall més ampli d'eines que serveixen de suport per educar el jovent en aspectes tant mediàtics com socials i de valors.

5.1.11. REVISTA ESTRIS²⁷

La Revista Estris va crear-se l'any 1965 de la mà del Moviment de Centres d'Esplai Cristians Catalans de la Fundació Pere Tarrés i actualment és la publicació de referència en l'educació de lleure a Catalunya.

Aquesta revista l'editen vint-i-cinc comunicadors, periodistes, educadors i pedagogs amb el propòsit d'exposar eines per a l'educació infantil i juvenil en els àmbits d'educació de lleure. D'aquesta manera, la revista es dirigeix a professors, monitors i voluntaris de l'educació de lleure, la social i l'animació sociocultural, tot i que l'audiència majoritària són els joves (que compleixen les característiques d'educadors).

²⁷Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

Tot i que no es dediquen exclusivament a l'educació mediàtica, sí que la consideren entre els seus àmbits d'interès. En aquest sentit, han publicat dos números de la revista que giren entorn de l'educació en mitjans, l'[Estris 215](#) i l'[Estris 212](#).

Pel que fa a la primera, ofereix un manual sobre com utilitzar YouTube, recomanacions d'aplicacions i pàgines web que ajuden a detectar continguts falsos, pel·lícules i documentals per a treballar l'educació mediàtica i destaca com potenciar l'ús del vídeo en entorns d'esplai.

La segona, per la seva banda, exposa com fer servir les xarxes socials en entorns d'esplai o al CAU. També hi ha un manual sobre com fer una bona comunicació a les xarxes socials i quines fonts d'informació i canals s'han de fer servir per informar com a entitat.

Malgrat que només han publicat dos números que tracten l'educació mediàtica, en molts dels seus exemplars inclouen **fitxes d'activitats, recomanacions o matisos i consells sobre l'educació en comunicació**. Això ho fan potenciant l'ús de les xarxes socials i de la tecnologia, tot i que sempre posant en relleu l'educació informal i de lleure. De fet, pel que fa a les seves mesures de cara al futur, pretenen continuar potenciant l'educació en mitjans incorporant més números sobre aquesta temàtica i més seguidament.

5.1.12. PERIODISME PLURAL: REVISTA XQ²⁸

La Fundació Periodisme Plural va néixer l'any 2012, mentre que la Revista XQ el 2017. La Fundació defensa que la realitat es resumeix en defensar els drets humans, entre els quals destaquen el dret a la informació veraç i plural. Tenen com a objectiu crear eines útils per defensar el dret a la informació; en tant que, segons la seva ideologia, el periodisme hauria de ser una tasca sense ànim de lucre i amb ànim de servei a la ciutadania.

²⁸Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

A la revista hi treballen set periodistes i elaboren continguts amb un abast geogràfic que comprèn tota Catalunya, Espanya i Amèrica Llatina. En aquest sentit, les seves publicacions es dirigeixen des de primària i fins a la formació de persones grans.

La revista XQ es tracta d'una publicació setmanal on s'explica el perquè de l'actualitat: els usuaris poden triar el seu nivell de comprensió lectura i comprovar els seus coneixements. Es difon directament mitjançant un butlletí d'informació dirigit a vuit mil centres educatius i mitjançant altres mitjans, com el Diari de l'Educació, també editat per la Fundació Periodisme Plural. Amb aquesta reivindiquen un periodisme independent, crític i lliure i fomenten la informació i el debat públic com a elements vitals de la ciutadania, així com la seva formació i la seva capacitat per poder ser crítics amb allò que consumeixen.

No treballen directament amb els centres educatius, sinó que aquests la fan servir com a **eina pedagògica per potenciar el seu esperit crític i reflexiu**. De fet, pretenen enfortir el vincle amb els centres educatius per, per exemple, poder fer activitats directament a les aules i de manera presencial.

5.1.13. FUNDESPLAI²⁹

Fundesplai és el nom amb què es coneix la Fundació Catalana de l'Esplai i totes les entitats que la conformen. És una iniciativa sense afany de lucre que es dedica a l'educació de joves i infants, a enfortir les entitats de lleure i educació informal, i a promoure una ciutadania amb voluntat transformadora i inclusió social, entre d'altres.

Va fundar-se l'any 1996 i actualment hi ha un nombre molt elevat de treballadors i voluntaris: al voltant de tres mil i de mil, respectivament. Pel que fa als seus eixos d'actuació, principalment treballen amb esplais i activitats extraescolars.

²⁹La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta. Els detalls sobre les seves activitats d'educació mediàtica s'han tret de la pàgina web de Fundesplai, ja que ells mateixos van dir-me que allà estava tot millor explicat.

De fet, a les escoles ofereixen extraescolars, tallers, xerrades i formacions durant el migdia -l'hora del menjador dels infants-, colònies i treballs de síntesi i activitats en anglès, entre d'altres. Amb aquestes activitats han arribat a 1.427 escoles i, en conseqüència, a més d'un miler d'alumnes. Concretament, l'any 2021 van tancar la temporada amb 261.740 participants en totes les seves activitats.

En relació amb les activitats que ofereixen sobre educació mediàtica, destaquen les tres següents:

- **Estiu de colònies amb el Periódico:** consisteix en unes colònies de set dies per a alumnes d'entre 7 i 12 anys. La temàtica principal de les colònies és el periodisme: els infants es converteixen en reporters i periodistes d'investigació per aprendre tècniques de vídeo, fotografia i xarxes socials, alhora que hauran de buscar informació i escriure peces periodístiques sobre un succés que tingui lloc als voltants de la casa de colònies. Amb aquesta activitat Fundesplai i El Periódico pretenen fomentar i despertar l'esperit crític dels infants, la seva motivació i independència i el treball en equip, així com introduir-los en el món del periodisme a través de les seves tasques principals: l'elaboració de notícies i la cerca d'informació.
- **Campus de Periodisme de l'ARA i Fundesplai:** de la mateixa manera que amb el programa anterior, són unes colònies per a joves d'entre 11 i 18 anys on la temàtica principal és el periodisme. L'objectiu d'aquest campus és potenciar l'esperit autònom i crític dels participants i ensenyar les nocions bàsiques del periodisme, així com la importància que té en la societat.
- **Programa Red Conecta:** són activitats d'educació digital i ús responsable de les tecnologies de la informació i de la comunicació. Es fan projectes d'apoderament digital de la ciutadania, d'inclusió social a través de les TIC i de prevenció de riscos a Internet.

Tot i que es dirigeix a la població en general, posa el focus d'atenció en el jovent d'entre 13 i 30 anys. Una persona dinamitzadora -especialitzada en tecnologia- guia i

ensenya als participants en l'aprenentatge de l'ús de les TIC mitjançant activitats i grups de discussió. Entre les línies d'actuació del programa Red Conecta hi ha l'alfabetització digital, la qual es promou amb el curs **Ordenador Práctico**, que ensenya a fer servir un ordinador i quins són els diferents sistemes operatius.

- **EduClips**: és un projecte on es fusionen el món audiovisual i el musical. Promou l'ús del català en el dia a dia del jovent i l'aprenentatge sobre la creació de videoclips i documentals. El taller consta de la creació d'una cançó i d'un videoclip en català de la mà dels joves participants, amb l'ajuda de cantants de rap professionals.

En aquesta iniciativa han participat cinc esplais, La Barretina (Sant Boi de Llobregat), Guadalhorce (Terrassa), el GISC (el Prat de Llobregat), l'esplai Druida i l'esplai La Tortuga, ambdós a Barcelona.

5.1.14. JUNIOR REPORT³⁰

Junior Report és un diari digital, nascut el 2017, que s'adreça a un públic majoritàriament jove i adolescent. Aquesta publicació setmanalment informa sobre un tema d'actualitat de manera didàctica, interactiva i innovadora, per tal que el públic pugui apropar-se i sentir-se còmode amb el producte, alhora que assoleixi els coneixements que s'estan traslladant i fomenti el seu esperit crític.

Cada informació s'ofereix en diferents càpsules, les quals permeten observar i entendre la realitat des de diferents mirades. El diari es publica a La Vanguardia en català i en castellà, tot i que també disposa d'una secció de continguts en anglès.

La missió de Junior Report és fomentar l'esperit crític dels més joves i aportar-los coneixements suficients per a poder decidir quina informació consumeixen, la manera en què l'entenen i com actuar en conseqüència.

³⁰ La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta. Els detalls sobre els projectes s'han tret de la pàgina web de Junior Report.

Paral·lel a aquesta secció, Junior Report ofereix projectes, tallers i recursos didàctics que poden utilitzar-se a les aules per treballar l'actualitat global. De la mateixa manera que amb l'apartat de notícies, l'objectiu és integrar als adolescents i fer-los partícips del món que els envolta, així com conscienciar-los sobre la necessitat d'informar-se.

Tot l'univers de Junior Report girà entorn de l'educació en mitjans de comunicació, però pel que fa als seus projectes, compten amb tres més a banda del diari setmanal exposat:

- **Junior Report Aula.** Són unes unitats didàctiques formades amb notícies d'actualitat global. Mensualment, es presenta una temàtica nova amb articles, diapositives i fitxes d'activitats (amb les solucions), tant per alumnat com per professor.
- **Tallers d'educació mediàtica.** Són sessions pràctiques i dinàmiques on s'explica la metodologia de treball dels periodistes i el rol dels mitjans de comunicació, així com a detectar informacions falses. S'imparteixen en cursos de primària, secundària i batxillerat i sempre adaptant-se a les capacitats i edats dels alumnes.
- **Revista Escolar Digital (RED).** Consisteix en la creació d'una revista escolar a càrrec dels estudiants. Des de Junior Report s'organitza un pla de treball amb recursos, temàtiques i activitats perquè l'alumnat tingui varietat de contingut per triar, sempre basant-se en temes d'actualitat i en el seu centre educatiu. En aquest projecte els redactors interactuen amb revistes escolars d'altres centres i ciutats per fer publicacions conjuntes.

Junior Report col·labora amb gairebé un centenar de centres educatius, ja ha desenvolupat quatre-cents dotze tallers i ha arribat a vuit mil sis-cents setanta-vuit alumnes. De fet, l'any 2021 els tallers d'educació mediàtica de Junior Report van guanyar el segell de qualitat del Consell d'Innovació Pedagògica, una xarxa formada

per diverses entitats que tenen com a objectiu crear, fomentar i coordinar experiències educatives a Barcelona.

5.1.15. LEARN TO CHECK³¹

La plataforma Learn to Check va néixer l'any 2020 amb la finalitat de formar la ciutadania en verificació digital i apoderar-la pel consum i la producció crítica de la informació en tot l'estat espanyol. D'aquesta manera, les seves línies d'actuació es basen principalment en les competències digitals, la verificació digital i la desinformació.

Actualment, funcionen amb quatre persones de manera habitual i dues de més esporàdica, tot i que en cap cas representa la feina principal dels integrants, sinó que només fan col·laboracions. Tots els participants d'aquesta entitat són periodistes o llicenciats en comunicació audiovisual, professió que combinen amb la docència universitària.

Pel que fa a les activitats que han organitzat, les dirigeixen a un col·lectiu molt ampli: centres d'educació primària, secundària i batxillerat; alumnat de cicles formatius i altres grups interessats, com són la gent gran, els mateixos periodistes i docents i les famílies. Per donar-se a conèixer fan servir tant les xarxes socials, com els butlletins, participen en congressos i conferències i tenen presència a alguns mitjans de comunicació.

Sobre els projectes d'educació mediàtica en què han participat, alguns són col·laboracions amb altres entitats i d'altres són iniciatives pròpies. Amb relació als projectes conjunts, són, d'una banda, una Formació als American Spaces; la qual van fer en col·laboració amb el Consolat dels EUA a Barcelona i l'ambaixada dels EUA a Madrid i consistia en uns tallers explicatius sobre les utilitats de l'educació mediàtica. L'altre projecte amb què han col·laborat és un Escape Fake, que van organitzar en

³¹ Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

col·laboració amb Fundació Mobile World Capital, Fundació Exit i Fundació Banc de Sabadell.

L'**Escape Fake** és un programa formatiu i d'innovació social sobre verificació digital que es dirigeix al jovent d'entre 16 i 21 anys. Aquesta iniciativa pretén dotar el jovent de les eines necessàries perquè sàpiguin informar-se de manera crítica i conscient. Consisteix en un *escape room* temàtic on els joves han de superar reptes basats en la desinformació i la verificació digital.

D'altra banda, els projectes propis que han realitzat es divideixen en trenta-tres tallers per estudiants d'institut, dotze sessions d'entrenament per professors, cinc entrenaments per col·lectius professionals (empreses, periodistes...) i vint-i-un entrenaments per adults (famílies i gent gran), divuit participacions en conferències i congressos; així com que també disposen de jocs virtuals sobre notícies falses i desinformació. Així mateix, estan treballant en la publicació d'unitats didàctiques i llibres monogràfics sobre desinformació i educació amb les editorials Santillana, Edebé i Flamboyant dirigits a alumnat d'ESO i Batxillerat.

Pel que fa al seu abast en l'àmbit educatiu, durant el primer any han arribat a més de 1.800 persones i han obtingut més de 48.000 visualitzacions als seus continguts educatius i, de fet, els més visitats han estat els vídeos i els videojocs.

En termes de futur, pretenen ampliar la quantitat de projectes, els tipus de públics i els tallers temàtics, així com continuar fent col·laboracions institucionals per prendre consciència sobre la necessitat d'incloure l'educació mediàtica al currículum acadèmic.

5.1.16. UNIVERSITAT POMPEU FABRA³²

El Grup de recerca JOVIS.com (Joventut, Societat i Comunicació) és el grup de la Universitat Pompeu Fabra dedicat a aspectes com -entre d'altres- l'educació

³²La informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

mediàtica. Va iniciar-se l'any 2017 i actualment hi treballen quinze investigadors, tots ells dedicats als àmbits de l'educació, la sociologia, l'antropologia o la comunicació. Els seus projectes, així com el grup de recerca, tenen com a objectiu comprendre la realitat de la joventut i transferir els resultats per tenir impacte social i facilitar el canvi educatiu. Precisament pel propòsit en què es basen, els seus projectes es dirigeixen a alumnat d'educació secundària, de batxillerat i estudiants de cicles formatius.

L'educació mediàtica és només una de les línies de recerca del grup, però en tots els projectes s'hi incideix d'una manera o altra, sempre de manera transversal. Específicament, JOVIS treballa les dimensions de la competència mediàtica i de quines maneres pot avaluar-se: estableixen indicadors, fan enquestes de mesurament d'audiència... També treballen l'audiovisual com a metodologia participativa per fomentar l'apoderament dels joves i la dimensió crítica de les xarxes socials en relació amb la construcció de la identitat. Això últim ho centren especialment en la figura de les dones a Instagram.

Pel que fa als projectes d'educació mediàtica on han participat, diferencien quatre:

- **Edumedia Test**³³
- Tesi doctoral sobre competències mediàtiques dels educadors
- Metodologia participativa audiovisual per apoderar els joves en risc d'exclusió social
- Metodologia participativa audiovisual per erradicar imaginaris sexistes.

De la mateixa manera, tenen pendent d'adjudicació un el projecte Plan Nacional I+D, el qual s'aplicaria en vuit instituts de Barcelona, tots ells públics o concertats. En l'àmbit europeu, tenen un projecte en fase inicial, del qual podran obtenir més dades enguany.

Quant a la visió de futur de l'entitat, en referència a l'educació mediàtica pretenen expandir la metodologia participativa audiovisual a diferents ciutats espanyoles i

³³Torneu a la pàgina 24 per saber-ne més.

arribar a tenir presència a escala internacional. En aquest sentit, algunes de les accions que pretenen impulsar per afavorir la difusió i l'aprenentatge de l'educació mediàtica són la creació d'un llibre blanc i de diverses recomanacions en referència a la temàtica i la convocatòria de diferents jornades amb els agents socials implicats.

5.1.17. VERIFICAT³⁴

Verificat és una plataforma sense ànim de lucre catalana, va crear-se el mes d'abril del 2019. Compta amb onze treballadors, tots ells periodistes. El seu objectiu principal és lluitar contra la desinformació mitjançant la verificació de dades i activitats educatives.

Fins ara han fet activitats dirigides per alumnat de secundària i de batxillerat, així com a educacions superiors i d'adults; en tant que també han fet projectes per gent gran, per usuaris de biblioteques i per professionals de la docència i de les administracions. D'aquesta manera, dissenyen productes pedagògics adaptant-los a l'edat del públic receptor.

Pel que fa als projectes que han desenvolupat, es divideixen en: dos tallers a les biblioteques comarcals, els quals compten amb el suport de la Generalitat; tres tallers anomenats **Les mentides amenacen la salut**, dirigits a la gent gran i realitzats a biblioteques públiques de Barcelona amb el suport de l'Ajuntament; quatre tallers per lluitar contra les notícies falses sobre migració i odi, els quals han fet a tres instituts públics de Barcelona, també amb el suport de l'Ajuntament; i cinc sessions del projecte **Desfake: Les mentides alimenten l'odi**, dut a terme a escoles i professorat de Catalunya, amb el suport de la Generalitat.

Precisament aquest últim projecte és amb el qual s'adrecen més als centres educatius. Així, els centres on, fins al moment, han col·laborat són l'Institut Llor (Barcelona), dos instituts públics de Sant Cugat i dues escoles concertades de Barcelona i del Penedès;

³⁴Tota la informació s'ha extret de la resposta a l'enquesta.

mentre que aquest 2022 els faran a l'Institut El Til·ler (Barcelona) i a l'Institut l'Alzina (Barcelona).

En relació amb els plans de futur que tenen amb l'educació mediàtica com a focus, pretenen crear una plataforma amb recursos per professorat, així com ampliar el seu impacte social. També tenen previst incorporar més formadors per tallers i ampliar la seva oferta de cursos. Pel que fa al projecte Desfake, volen arribar a expandir-lo per totes les escoles de Catalunya.

5.1.18. COL·LEGI DE PERIODISTES DE CATALUNYA³⁵

El Col·legi de Periodistes de Catalunya és l'entitat catalana que agrupa bona part dels periodistes que exerceixen la seva professió. El Col·legi va formar-se l'any 1985 i s'encarrega d'informar sobre tota l'actualitat del periodisme per tal de mantenir la ciutadania informada sobre com evoluciona la professió. De la mateixa manera, també lluita pels drets i les condicions laborals dels periodistes. Al Col·legi treballen quinze persones, de les quals només dues es dediquen a l'educació mediàtica.

Compta amb diferents grups de treball -creats pels col·legiats i col·legiades- que serveixen per mantenir una acció continuada sobre diferents aspectes de la professió periodística. Entre aquestes línies d'actuació, el Col·legi de Periodistes advoca per la formació de l'alumnat i en mitjans de comunicació i és per això que, entre les seves activitats, n'organitza algunes dirigides als centres d'educació i que tenen com a eix temàtic principal el consum crític de la informació i l'ètica en la producció de continguts, així com les notícies falses.

El programa **Prensa a les Escoles** va néixer l'any 2009 de la mà del Col·legi de Periodistes de Catalunya i l'Obra Social "La Caixa" a través d'EduCaixa. Durant el mes de març de 2020 va celebrar-se l'onzena edició del programa, que té com a

³⁵La informació exposada s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta, però la informació sobre els tallers dirigits a gent gran també s'ha ampliat gràcies a la participació de la Núria de José Gomar, al grup de discussió.

propòsit reflexionar sobre les noves formes de comunicació i sobre el consum informatiu, així com ajudar a detectar la informació veraç i contrastada.

Prensa a les Escoles consta d'un seguit de xerrades als centres de secundària de Catalunya. L'any 2019 van arribar a 70 instituts i a més de 3.600 alumnes, mentre que el 2021 a quaranta escoles i a sis biblioteques diferents.

Les imparteixen una vintena de periodistes col·legiats de totes les demarcacions catalanes per tal de traslladar a l'alumnat la seva experiència com a periodistes i coneixements bàsics sobre l'ofici. De la mateixa manera, els periodistes tenen com a objectiu fer entendre a l'alumnat la importància i la funció social que recau en els mitjans de comunicació actualment.

Durant el taller es plantegen casos pràctics amb materials audiovisuals, de premsa i digital. En una de les situacions l'alumnat s'exposa a les notícies falses i a la postveritat i arran d'això aprenen quines diferències hi ha entre els mitjans de comunicació i els canals d'informació i els beneficis del periodisme.

Amb Prensa a les Escoles s'aconsegueix apropar els estudiants de secundària i de Batxillerat al periodisme, crear consciència sobre la seva importància en una societat democràtica, lliure i plural i contribueix a millorar la seva educació mediàtica, el coneixement i l'anàlisi crítica de l'actualitat.

Tot i això, aquest no és l'únic projecte d'educació mediàtica que s'ha fet des de la institució. També han elaborat tallers de l'EduCAC i en l'actualitat ofereixen tallers a les biblioteques municipals de Barcelona. Aquests últims els organitzen en col·laboració amb Barcelona Activa i tenen com a propòsit introduir la gent gran en les tecnologies i conscienciar-los sobre els avantatges (i inconvenients) d'internet.

En aquest sentit, pretenen ampliar l'oferta de cursos als centres educatius, ampliar el nombre de professionals (periodistes) que els imparteixen i desenvolupar el projecte en altres col·lectius com la gent gran i altres col·lectius especialment vulnerables.

5.1.19. PLATAFORMA PER A L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA³⁶

La **Plataforma per a l'Educació Mediàtica (PEM)** és l'organisme principal representant de l'alfabetització mediàtica a Catalunya. En aquesta s'hi apleguen la majoria dels actors i les entitats que treballen en l'àmbit de l'educació mediàtica per tal de tenir un punt de coordinació, concretament 43 entitats i vint professionals independents. La formen representants de col·legis professionals, associacions i fundacions de l'àmbit de l'educació tant formal com no formal, associacions de mitjans de comunicació, grups de recerca universitaris, acadèmics i mestres. L'elecció dels membres que la formen va fer-se considerant que tant la comunitat educativa com els mitjans de comunicació i les autoritats reguladores havien de poder fer feina conjuntament per optimitzar resultats col·lectius (Loppacher, 2021).

Va néixer el juny de 2019 arran de l'**Acord 61/2019 del Ple del Consell de l'Audiovisual de Catalunya**. La PEM té diferents funcions i finalitats. Entre aquests destaca la reflexió sobre el futur de l'alfabetització mediàtica considerant la necessitat d'adquirir actituds crítiques respecte als mitjans de comunicació i els seus continguts.

També dona suport i insta a l'elaboració de projectes de recerca i formació en educació mediàtica, els quals s'adrecen tant a l'entorn escolar, com de lleure, com a mitjans de comunicació i entitats que contribueixen a millorar la cultura periodística i audiovisual. En el mateix sentit, estimula la col·laboració entre centres educatius i els mitjans de comunicació de proximitat per actuar en matèria d'educació mediàtica.

Estudia la situació de l'educació mediàtica en altres països amb la finalitat d'ampliar coneixement de nous models innovadors i és l'instrument de diàleg amb les administracions que advoca pel disseny de polítiques educatives que considerin les noves realitats de les formes de comunicació.

³⁶La informació s'ha extret principalment de la resposta a l'enquesta, però també s'han considerat dades recollides en una trucada amb la Davinia Liger Tormo, treballadora del Consell de l'Audiovisual de Catalunya i del programa EduCAC, el 31 de gener de 2022.

La Plataforma compta amb tres línies de treball diferenciades, en les quals hi ha al voltant d'una trentena de professionals. El primer grup de treball s'anomena **Desinformació i fake news**, el segon **Ús responsable dels dispositius** i el tercer fa referència als **Mitjans de comunicació locals**.

En relació amb el primer, està centrat en la situació de desinformació derivada de la pandèmia de la Covid-19. El grup de treball va elaborar l'informe **Continguts en plataformes i xarxes socials amb un discurs contrari a la vacunació de la Covid-19** (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2021), que detecta i analitza els continguts que hi ha publicats en les principals plataformes i xarxes socials i que defensen un discurs contrari a la vacunació de la Covid-19.

Arran del document es va elaborar una nota de premsa explicant les conclusions extretes: el CAC va reportar quaranta vídeos reproduïts a Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok i YouTube on es negava la necessitat de les vacunes i fins i tot s'afirmava que causen esterilitat, alteracions genètiques i fins i tot la mort. A més d'aquestes conclusions, es va organitzar un seminari en línia on es va parlar sobre la necessitat de consultar informació de qualitat i es va presentar un document elaborat per la PEM on es detalla com detectar notícies falses referents a la vacunació de la Covid i com verificar la veracitat de les informacions. El document qüestiona quan es disposa de tota la informació necessària, per quins canals arriba i la credibilitat dels continguts (tant audiovisuals com escrits).

Amb aquest informe, la PEM pretén convidar a "informar-se en profunditat i no confiar només en els titulars, a apostar per mitjans reconeguts, valorar la solvència de la font informativa i buscar elements de contrast per verificar l'autenticitat de la informació" (Consell de l'Audiovisual de Catalunya, 2021).

En aquest sentit, les autoritats sanitàries, els professionals i les persones expertes en l'àmbit sanitari i científic són fonts acreditades. També es recomana analitzar si s'està elevat a categoria una anècdota i no compartir res si no es té la seguretat que és informació verídica.

Pel que fa al segon grup d'actuació, es plantegen un seguit de reflexions i recomanacions adreçades als pares a l'hora de comprar el primer mòbil als seus fills, així com sobre quines qüestions s'han de tenir en compte. En el document resultant es destaca que l'arribada del primer mòbil ha de venir acompanyada de l'adquisició de bons hàbits en el seu ús, els quals han d'incloure vetllar per la salut física i psíquica, l'autoestima, el respecte i la convivència amb la resta de l'entorn (Plataforma per a l'educació mediàtica, 2021).

Tot i comptar amb aquestes línies d'actuació i recerca, avui en dia la Plataforma té les seves reunions i accions aturades, tot i que amb els canvis en la direcció del CAC es pretén reimpulsar la plataforma³⁷.

5.2. ENTREVISTES I GRUP DE DISCUSSIÓ

En aquest apartat s'exposen els punts més importants extrets del grup de discussió i de les entrevistes que s'han fet amb els experts.

5.2.1. L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA COM A NECESSITAT SOCIAL

Formar en mitjans de comunicació és essencial. Vivim en un context altament mediatitzat on la major part de les nostres interaccions diàries les fem a través de les pantalles i dels mitjans de comunicació. Des d'enviar un missatge i fins a consultar un diari, passant per mirar una sèrie o investigar la vida amorosa d'un jugador de futbol. Aquesta situació requereix una ciutadania alfabetitzada mediàticament i amb una capacitat de reflexió crítica suficient per a reflexionar i saber actuar enfront d'allò que consumeix.

En aquest sentit, tal com exposa Miquel Àngel Prats, professor titular de Tecnologia Educativa i investigador responsable de la línia eduTIC del Grup de recerca Pedagogia, Societat, Innovació i TIC a la Blanquerna – Ramón Llull, destaquen Michael Fullan, investigador educatiu i formador a l'Institut d'Estudis en Educació

³⁷Per exposar la informació el més actualitzada possible va intentar contactar-se amb la Plataforma per l'Educació Mediàtica i amb la periodista Laura Pinyol, qui actualment s'encarrega d'aquest vessant del CAC, però no s'ha obtingut resposta. L'últim intent de contacte va ser el 4 de maig de 2022.

d'Ontàrio (Canadà) i Yuval Noah Harari, escriptor i mestre a la Universitat Hebrea de Jerusalem. Ambdós experts a l'hora de plantejar els reptes de l'educació en el segle XXI mencionen diferents "C": Harari introdueix la **comunicació, col·laboració, creativitat i pensament crític**, mentre que Fullan afegeix el **caràcter** i el **civisme**.

El sistema educatiu actual, però, això no ho contempla: "Cada cop s'està consolidant més l'educació instructiva a l'educació formativa. Això fa que cada cop hi hagi menys cabuda a la reflexió i aquest és un tema que en requereix de molta, i de molta crítica", explica en Marc Blasco, mestre d'universitat, de secundària i investigador en l'àmbit de l'alfabetització mediàtica.

Viure constantment sobreexposats a les pantalles i a la informació "és una de les característiques de la nostra societat", exposa Núria de José, vicedegana del Col·legi de Periodistes de Catalunya, que també pensa que viure envoltats d'informació té tants avantatges com inconvenients: "Hi ha molta informació que és desinformació i és difícil diferenciar entre quina és certa i quina no". Enfront d'aquesta situació el rol que tendeix a adoptar el jovent queda lluny de ser el de ser crítics i entendre la necessitat d'estudiar en comunicació: acostuma a haver-hi una **visió molt errònia que defensa que ja ho saben tot**. "Hi ha una autoconcepció errònia segons la qual com vivim envoltats d'informació, ja som capaços de discernir que és cert i què no", diu la Cristina Mercader, mestra d'universitat de Comunicació i Interacció Educativa. La certesa d'aquesta afirmació s'evidencia amb una de les dades exposades prèviament; durant l'any 2021 dos de cada tres adolescents han difós informacions falses sense saber que ho eren (Michavila; Abad, 2021:25).

Formar en mitjans de comunicació als centres educatius no hauria de ser cap sorpresa. De fet, **la Comissió Europea des del 2010 ho considera com a una de les competències fonamentals en la formació dels estudiants**, quan va establir-se la Directiva 2010/13/UE. Aquesta exposava que calia incorporar a l'educació formal les capacitats creatives i crítiques dels ciutadans envers els mitjans. Tot i això, "no hi ha la mateixa política a tota Europa i que **depèn molt de cada país si s'integra com un element transversal, obligatori o optatiu**", explica la Cristina Pulido,

coordinadora del Màster Internacional de Comunicació i Educació i membre de l'equip d'investigació del Gabinet de Comunicació, ambdues posicions a la UAB.

Catalunya i Espanya formen part del grup que no prioritza estudiar-la, fet que suposa “fer la meitat de la nostra feina”, diu en Ramón Breu, ara mestre jubilat, qui també pensa que “s'està fent una educació d'un altre temps” i que no és útil per als alumnes, ja que no s'està estudiant sobre l'element principal de la seva vida. Això ho remarca en Miquel Àngel Prats: “En un món en què tot ha estat digitalitzat i fortament influenciat per les xarxes socials, el món de la informació i de la comunicació, què menys que alfabetitzar amb el mateix llenguatge amb què es mouen els joves”.

En Marc Blasco considera que l'escola ha de trencar el mur que connecta la part acadèmica i la social de l'entorn on vivim; i per justificar-ho fa referència al debat del mòbil a les aules, el qual té tanta gent en contra com a favor. Segons Blasco, l'ús del mòbil als centres “ens connecta amb allò que hi ha fora de les aules i que a vegades nosaltres desconeixem”. A Catalunya es promou com a recurs educatiu per fer servir a les aules i es considera que pot ajudar a millorar en l'ensenyament, a incrementar la motivació dels alumnes i a incorporar noves metodologies d'ensenyament. De fet, a l'esborrany del nou currículum educatiu de secundària, les assignatures de Tecnologia i de Tecnologia i Digitalització plantegen l'ús del mòbil com a una eina més.

Estudiar l'educació mediàtica no és res més que una necessitat social, acorden tots els experts. Específicament la María José Masanet, mestra d'universitat i investigadora de l'àmbit de l'educació mediàtica, la Cristina Mercader, en Miquel Àngel Prats i la Cristina Pulido opinen que igual que cal aprendre a llegir, a escriure i a fer matemàtiques perquè es consideren competències bàsiques, la competència digital, dintre de la qual s'encaixa l'educació mediàtica, també ho és. **“Aprendre a entendre els mitjans i a interaccionar amb ells de la manera més sana i òptima possible és essencial”**, explica Masanet. Dintre de la interacció sana amb els mitjans de comunicació cal considerar el fet que els usuaris també som productors d'informació, fet que “també implica una sèrie d'obligacions ètiques i legals que s'han d'ensenyar”, menciona la Núria de José.

5.2.2. FUGIR DE LA TRANSVERSALITAT I APOSTAR PER L'OBLIGATORIETAT

L'educació mediàtica s'ha de treballar amb una assignatura concreta i de manera obligatòria, conclouen els entrevistats. “La transversalitat es recolza en la bona fe del qui l'ha de portar a terme”, sentència Cristina Mercader. Precisament la pedagoga també planteja la possibilitat d'estudiar l'educació mediàtica de manera transversal, però això sí, sempre que hi hagi un compromís d'acompliment.

A això se sumen Maria José Masanet i Cristina Pulido, que pensen que podria estudiar-se transversalment un cop hi hagi una estructura i un compromís ferm. “Si no hi ha un projecte a darrere on s'assegura que aquesta competència es treballarà en totes les assignatures, [...] no serveix de res”, remarca Pulido. De fet, ella mateixa justifica l'argument mitjançant l'exemple de les competències orals i escrites i l'assignatura de Llengua Catalana. Ambdues competències es fan servir a totes les assignatures, fet que les converteix en un element transversal, però, tot i això, existeixen assignatures concretes on s'estudien aquests coneixements: les de llengües.

L'únic que difereix en la necessitat d'estudiar-la específicament és en Miquel Àngel Prats, que pensa que és millor fer-ho de manera transversal. Malgrat això, admet que és “difícil i utòpic” perquè no tot el professorat té els coneixements necessaris.

En Ramón Breu, per la seva part, tot i estar a favor de dedicar un temps i un espai concrets del pla lectiu a l'educació mediàtica, pensa que avui dia és molt difícil que això passi. Creu que intentar introduir una assignatura més al currículum suposa “ser un retrògrad i una persona que no està al corrent de la nova pedagogia [...], perquè ara hi ha els projectes”. Sobre això en Miquel Àngel Prats difereix i considera que en cas d'haver d'estudiar-la específicament, podria fer-se mitjançant projectes, ja que així “no s'està treballant només en aquella assignatura parcialitzada sinó que s'està fent acompanyada d'altres continguts”.

5.2.3. VERIFICACIÓ DIGITAL

La Cristina Pulido és l'única que considera que és estrictament necessari dedicar un espai concret, dintre de l'educació mediàtica, a la verificació dels continguts i per justificar-se recorda que al currículum de la UNESCO per a la formació del professorat³⁸, ja s'inclou aquest apartat. Per a la resta d'experts entrevistats, però, no és del tot necessari parlar de la verificació digital de manera obligatòria (en l'estudi de l'educació en mitjans).

De fet, segons en Marc Blasco, **la verificació no parteix de l'educació en mitjans**, sinó que hauria de ser una part més de **la rutina de la ciutadania**. Blasco pensa, de la mateixa manera que en Ramón Breu, que el que realment s'ha de fomentar des de l'educació és la pràctica i la necessitat d'informar-se. Breu afegeix que molts alumnes afirmen no trobar cap avantatge en estar ben informats, però que això s'agreuja en el moment en què també ho pensen els professors i els pares: això dificulta la tasca de convèncer el jovent de la necessitat d'estar informats i de fer servir els mitjans de comunicació, ja que "si prèviament a les seves famílies no troben aquesta funció, costa que ho facin per nosaltres". Així, tal com exposa Blasco, la verificació digital s'ha de promoure com a una part més del dia a dia.

En aquest context, **el col·lectiu adult (entenent pares i professors) no actua com a bon model de referència dels joves pel que fa a les relacions amb els mitjans de comunicació i el fet d'estar informats**. Els adults passen 19 minuts per hora comunicant-se a través d'Internet amb els seus telèfons mòbils, mentre que els adolescents només passen tres minuts més (Michavila; Abad, 2021:16). Tal com s'explicarà més endavant, en moltes ocasions es presenta el fenomen de l'aprenentatge i l'ús creuat entre generacions; és a dir, quan els fills són els qui ensenyen als pares sobre l'ús del mòbil, d'internet i de qualsevol tecnologia (Michavila; Abad, 2021:30). Segons el mateix estudi d'Empantallados, un 71% dels pares considera que els seus fills adolescents tenen menys criteri per diferenciar la qualitat de les notícies, mentre que un 69% pensa que són més vulnerables a les notícies

³⁸Torneu a la pàgina 27 per saber-ne més.

falses. Malgrat aquestes afirmacions, un 65% dels pares pensa que els fills gestionen millor la sobreabundància de la informació, alhora que un 45% afirma que se sent aclaparats quan rep missatges de WhatsApp, Instagram, o diverses notificacions en el mateix moment (Michavila; Abad, 2021:30).

La Cristina Mercader i la Núria de José estan d'acord que verificar tota la informació de què disposem és gairebé impossible, però la pedagoga proposa fer-ho des de l'interès personal: insta als seus alumnes a verificar la informació que els sigui rellevant per al dia a dia "sigui perquè els interessa o perquè els afecta directament en la seva vida quotidiana", diu. En efecte, afirma que la millor manera d'aprendre i de potenciar la verificació digital és aplicant-la.

Tot i això, Mercader també reflexiona que encara que les xarxes socials són una part important de l'educació mediàtica "no es poden oblidar la resta de mitjans, perquè tots tenen uns interessos darrere sempre" i afirma que aquests interessos també són qüestionables i també s'han d'estudiar, ja que, encara que s'intenti informar des de l'honestedat, sempre hi ha diferents perspectives. En aquest àmbit, afegeix que també cal considerar i estudiar el paper que tenen els comunicadors com els *youtubers* o els *instagramers*, en tant que moltes vegades també són productors d'informacions falses. Així doncs, Mercader aposta per la verificació de manera global i no pas basant-se estrictament en els continguts de les xarxes socials.

Amb el discurs de la Cristina Mercader coincideix Maria José Masanet, que critica que la verificació digital ara és un "*hot topic*" en l'educació mediàtica i el tema al voltant del qual giren la gran majoria de projectes d'educació mediàtica actuals. "Les notícies falses han existit sempre", explica, "però sembla que han començat a preocupar quan el control de la notícia ha escapat dels mitjans hegemònics". Qüestiona que actualment es giri tot el discurs de l'educació mediàtica cap a les notícies falses només perquè ara qualsevol pot crear-les i perquè estan a l'accés de tothom, ja que això invisibilitza altres elements importants en el context mediàtic, com l'estudi de la relació entre els humans i els mitjans de comunicació. En aquest últim cas es queixa que sempre s'ha fet l'educació mediàtica des de la perspectiva cognitiva i no des de

l'actitud: **“De poc serveix tenir un pensament crític si no hi ha una actitud posterior que l'intenta modificar i aplicar”**, lamenta.

5.2.4. EDUCACIÓ MEDIÀTICA, DES D'INFANTIL I FINS ALS ADULTS³⁹

L'educació mediàtica s'ha de començar a estudiar des de l'etapa d'infantil: començar a secundària és anar tard, asseguren els experts. Breu informa que “l'educació mediàtica té tres eixos fonamentals: coneixement del llenguatge, la producció escolar i la necessitat d'analitzar” i que això és adaptable a qualsevol període escolar.

Algunes de les justificacions més significatives per a concloure l'afirmació exposada són: segons la Cristina Mercader, cal començar a educar en mitjans a infantil perquè **“amb nou anys ja tenen mòbil” i, més enllà d'això, tenen tauletes i dispositius on poden accedir a qualsevol aplicació**. D'acord amb en Miquel Àngel Prats, aquesta també és una de les raons per estudiar educació mediàtica des de primària: “És a partir dels onze o dotze anys que les dades sobre el consum de pantalles comencen a ser esfereïdores” i per això assegura que és millor incidir en un ús ètic, crític i responsable de les tecnologies tan aviat com es pugui. Això també es justifica amb les dades esmentades per la Cristina Mercader, segons les quals els infants amb 10 ja tenen telèfons mòbils. Abans del seu primer telèfon, però, ja consumeixen la televisió i fan servir els mòbils dels seus pares, així com que normalment també fan ús de diferents tauletes o ordinadors; de vegades sols, sense acompanyament.

Pulido i Masanet opinen el mateix que els esmentats prèviament: “Des que som petits socialitzem amb els mitjans i els tenim com a interlocutors. Els nens es veuen reflectits en els mitjans”, exposa l'última.

Per la seva banda, en Ramón Breu destaca motius de **planificació del currículum acadèmic** i exposa que si s'hagués d'estudiar de manera obligatòria, seria més fàcil començar a fer-ho a les etapes d'infantil i primària per les possibilitats que

³⁹Consulteu l'**Annex 7.7** per saber-ne més.

ofereixen els horaris escolars i la seva estructura. Tot i això, també al·ludeix a la **motivació de l'alumnat**: “El grau de motivació dels alumnes -a primària- és molt superior que a secundària, que gairebé passen de tu”, qüestió que comparteix i, de fet, exposa tal qual, en Miquel Àngel Prats, que menciona que a secundària els alumnes pràcticament no fan cas als professors.

Els experts també estan d'acord que l'educació mediàtica pot estudiar-se més en profunditat durant l'etapa de secundària, en tant que estan més conscienciats i pot aprofundir-se més, afirmen Pulido, Masanet i Breu; però recorden que partir de zero a secundària és anar tard. “Els joves poden ser més conscients i poden interioritzar més fàcilment i, de fet, sentir-se identificats amb els perills tant de les xarxes com d'Internet” explica Masanet, tot i que justifica que si s'estudia des d'infantil, s'experimenta la conscienciació des d'etapes primerenques i, per tant, “es potencia un ús més sa i responsable”.

La Cristina Mercader i la Maria José Masanet introdueixen que l'educació mediàtica no només s'ha d'ensenyar a primària i secundària, sinó que és una **assignatura pendent en tota la població**. “Està molt bé parlar de les generacions que venen, però que l'educació dels adults també continua sent molt important. [...] Sembla que aquesta gent que ha passat dels cinquanta anys és com que ja ha acabat la formació i, per tant, ja ho sap tot; però realment penso que falta molta educació per aquesta banda”, exposa la Cristina Mercader.

Com a exemple de bona pràctica, en Marc Blasco assenyala que s'estan fent projectes d'educació mediàtica en els centres d'educació, i gairebé tots en escoles de primària, entre els quals cita els projectes de l'EduCAC, Erasmus+ o l'eTwinning⁴⁰, per exemple. També fa referència als projectes i materials que s'han elaborat des dels Centres de Recursos Pedagògics (CRP), els quals es dediquen, entre altres coses, a

⁴⁰Torneu a la pàgina 25 per saber més del programa Erasmus+ i a la 30 per saber més sobre l'eTwinning.

facilitar eines pedagògiques per fer servir a l'aula; és a dir, a potenciar la millora i la transformació de l'educació.

Els projectes d'innovació pedagògica són iniciatives d'un o més centres educatius que pretenen millorar l'educació i adaptar-la a les necessitats actuals. Durant el curs 2020-2021 el Departament d'Educació va reconèixer a cent dinou centres catalans per l'impuls d'aquesta mena de projectes. Un exemple de projecte d'innovació impulsat des del CRP i relacionat amb l'educació mediàtica és el programa **l'Art de parlar**. Aquest potencia l'ensenyament competencial de les llengües i posa el focus d'atenció en la comunicació oral i l'alfabetisme transmèdia. L'Art de parlar es dirigeix als centres de formació d'adults i consisteix en diferents debats que es fan basen en la metodologia de pensament visual i a través d'imatges.

En la mateixa línia, la Cristina Pulido aporta com a una altra referència que al currículum educatiu del Regne Unit es dedica un apartat sobre com prevenir els riscos de l'ús dels mitjans i com potenciar el seu ús creatiu, ètic i positiu.

5.2.5. SINÈRGIA DE PROFESSIONS EN LA FORMACIÓ

Els set entrevistats creuen que l'educació en mitjans s'hauria de fer de la mà de professionals tant de l'àmbit de l'educació com del de la comunicació.

La Cristina Pulido, en Miquel Àngel Prats i la Maria José Masanet apunten la mateixa idea, i és que **els perfils d'educador i de periodista han de confluïr, però que sempre necessitaran el suport de l'altre**: “Seria més apropiat que ho faci una persona que hagi estudiat qualsevol grau de comunicació i després hagi fet un màster en formació de mestre de secundària”, exposa Masanet, justificant que aquesta persona compta amb més formació sobre mitjans i sobre com transmetre i educar que no pas una persona que només ha estudiat educació o comunicació. Per la seva banda, Prats menciona que també caldria incorporar la visió d'experts en xarxes i plataformes digitals com els creadors de continguts i els influenciadors, en tant que aportarien una mirada pròpia i des de la pràctica.

Des de la visió de la Maria José Masanet, s'hauria de crear una carrera específica d'educació mediàtica per poder tenir professors especialitzats: "En quin institut hi ha un professor de matemàtiques que no hagi estudiat matemàtiques? [...] Doncs no, perquè necessita especialitzar-se. L'educació en mitjans és el mateix". A aquesta crítica suma que en els graus d'educació gairebé mai té cabuda l'educació mediàtica i que "en les carreres de comunicació només hi ha una o dues d'assignatures - d'educació mediàtica- i que acostumen a ser optatives, així que si només fos un únic perfil, estaríem encara més perduts". De fet, sobre això cal destacar que moltes vegades aquestes assignatures les imparteixen llicenciats en periodisme i en comunicació audiovisual.

Precisament l'opinió de la Cristina Mercader va en la mateixa línia, i és que assegura que "l'educació mai pot recaure només en la figura d'un docent", perquè aquest no ho sap tot, encara que admet que avui dia no és tan important el coneixement sinó la manera de transmetre'l. I destaca que cal diferenciar entre els mestres d'educació infantil i primària i que són especialistes en educació; i els mestres de secundària i d'universitat, que tendeixen a ser especialistes d'una matèria concreta i posteriorment s'han especialitzat en educació "per saber mínimes metodologies i poder ensenyar".

Contrari a això, en Marc Blasco pensa que arran que el Departament d'Educació va obrir les llistes de professorat a qualsevol persona amb una titulació superior hi ha hagut tota una sèrie de gent que "ha estat fent pedagogia sense cap formació pedagògica" i reclama que el que realment falta, sobretot als centres de secundària, és personal amb formació en magisteri.

5.2.6. FORMACIÓ DEL PROFESSORAT, QÜESTIÓ DE VOLUNTARIETAT

D'acord amb la conclusió dels professionals, el professorat català no té formació suficient per a educar en mitjans perquè no hi ha voluntat política perquè això passi. Tots consideren que **les possibilitats amb què compten els professors per formar-se en educació mediàtica són voluntaristes**.

La Núria de José és qui es mostra més crítica amb aquesta qüestió i al·ludeix als **drets fonamentals dels ciutadans**, assegurant que **estan més o menys garantits segons la voluntat del professor**: “En funció de si tens la sort o no que et toqui un professor que estigui conscienciat d’aquestes circumstàncies, les teves garanties com a ciutadà estan més o menys garantides. Això és molt greu”. La gravetat que menciona la vicedegana del Col·legi de Periodistes la comparteix en Marc Blasco, qui recorda que existeixen molts projectes d’educació mediàtica -entre els quals destaca l’EduCAC- però que als centres escolars “queden de forma residual en allò que bonament el professor li pot donar encaix en un currículum que no té previst implementar aquestes alfabetitzacions”. Aprofita la seva crítica per recordar que passa el mateix amb la competència digital, ja que tampoc té un encaix respectuós en el currículum, sinó que s’aplica segons els criteris del professorat.

En Ramón Breu exposa el cas de les Escoles d’Educació en Comunicació⁴¹, on cada any que van organitzar-se van participar més de mig miler de professors: uns cursets voluntaristes, però que van demostrar que el professorat sí que tenia -i té- voluntat per formar-se.

Pulido critica que en les carreres de comunicació no s’estudiï l’educació mediàtica de manera obligatòria i que per formar-se en mitjans s’hagi de recórrer a cursos tals com els que menciona Breu: “Tu ets qui ha de decidir apuntar-se a aprendre coses sobre educació mediàtica. En canvi, tu, com a professor, no ets qui ha d’apuntar-se a estudiar matemàtiques perquè ja ho estudiaràs durant la formació”. Aquesta crítica la conclou comparant les situacions de Catalunya i Espanya amb les de la resta de països europeus on sí que s’estudia l’educació mediàtica obligatòriament, fet que la porta a sentenciar que la formació en educació mediàtica a Catalunya continua sent una mancança que s’ha de solucionar com més aviat, millor.

En Marc Blasco i en Ramón Breu van incloure al debat el concepte de l’educador, la qual va aparèixer durant la dècada anterior. Aquesta persona

⁴¹Torneu a la pàgina 29 per saber més sobre les Escoles d’Educació en Comunicació.

tenia com a funció als centres d'educació “coordinar els aprenentatges sobre educació en comunicació i formar-se permanentment en educació mediàtica, així com formar als companys de centre”, explica en Ramón Breu, per acabar assenyalant críticament que “és una idea que, com moltes altres coses, es va llançar a la paperera”. Blasco mostra un parer més reticent al d'en Breu; segons ell, la figura de l'educador cada cop ha rebut “un fil més tècnic” i se li han atorgat funcions pròpies d'un tecnòleg i amb finalitats tals com “solucionar la vida del professor quan se li penja l'ordinador. Més enllà d'això, falten les dues parts: tant la de l'edu, com la del comunicador”.

En Miquel Àngel Prats destaca que el professorat no està prou format, però segons ell, les causes disten de les proposades per la resta d'experts. El professor menciona que hi ha tres tipologies de professors: “els que no saben canviar, els que no poden o els que no volen”. Pel que fa al primer grup, assegura que poden formar-se, mentre que el segon admet que acostumen a negar que puguin canviar perquè pensen que els falta temps o bé que mai aprendran. Finalment destaca que el col·lectiu més gran és el tercer: “Són resistents i reticents al canvi, no volen apropar-se a res relacionat amb la tecnologia”. Posteriorment a la seva classificació reflexiona que el professorat normalment “viu en una galàxia diferent de la dels seus alumnes. Desconeixen el consum mediàtic que tenen: no coneixen les eines ni els hàbits. Viuen en un món paral·lel, però tampoc volen afegir-se al món real”. Pensa que podrien fer-ho mitjançant tallers o sensibilitzacions per tenir una mirada crítica, malgrat que accepta que una altra de les causes per les quals el professorat -incloent educadors i pares- no està format en educació mediàtica és “perquè els adults no som bon exemple de l'ús de la tecnologia ni de les xarxes”, fet del qual s'ha parlat prèviament.

5.2.7. ROL DE LES ENTITATS CIUTADANES DEDICADES A L'EDUCACIÓ MEDIÀTICA

En Ramón Breu i la Núria de José aplaudeixen les tasques que desenvolupen les entitats que es dediquen a l'educació mediàtica des d'accions externes al Departament d'Educació i a les administracions públiques.

Mercader, Pulido i Masanet també ho fan, però assenyalant que podrien fer més per enfortir la presència de l'educació mediàtica en l'educació formal. “S'han d'aprofitar i

intercanviar recursos, perquè a vegades quan es creen, cadascú se'ls queda", explica Mercader, tot i que al·legant que aquesta apropiació dels recursos no és normalment amb mala intenció, sinó que acostuma a ser per una incapacitat de difusió.

Per la seva banda, Pulido considera que han de tenir una **presència més activa pel que fa a la formació dels docents**, pensa que han d'ajudar i col·laborar en els equips docents dels centres perquè després aquests tinguin més capacitats de formar l'alumnat. Precisament amb relació als estudiants, pensa que les entitats externes podrien "aprofitar més la seva presència amb col·laboracions contínues amb els centres, o donant-se a conèixer en les escoles amb xerrades, tallers i cursos", ja que això suposaria una manera de facilitar recursos externs a l'alumnat i de fer-li saber on pot trobar centres de formació i treball en educació en mitjans.

Qui es mostra més crític amb les entitats en qüestió és en Miquel Àngel Prats, que reclama que **haurien de ser més actives, impulsar accions i projectes reals i vius i tenir iniciatives**, perquè "tenir una pàgina web on hi ha recursos més aviat estàtics no és suficient". Des de la seva visió, a més, entitats com Drac Màgic, Digital Films, elParlante o Verificat també haurien de prendre el rol d'observatori i analitzar "què està passant en els diferents col·lectius [...] i anar fent periòdicament un petit baròmetre sobre les qüestions que s'involucren en l'educació mediàtica".

Masanet és qui comparteix més aquesta visió crítica, ja que creu que "aquestes institucions haurien de ser pioneres". Tot i això, remarca que el paper i les funcions de les entitats externes analitzades correspon més al Departament d'Educació i als contextos formals. **"Tot canvi que es faci s'ha de fer des de l'escola pública, des d'on tothom té accés.** No serveixen les escoles concertades 'superinnovadores' que fan programes als quals només poden accedir quatre persones. Això no és un recurs accessible per tota la societat". A això afegeix que, tot i que els programes i projectes que es puguin fer des d'entitats externes tenen molt valor, "ni és estructural, ni arriba a tota la ciutadania". Per això defensa que el que haurien de fer és pressionar tant a les escoles com al Departament d'Educació per aconseguir una presència més activa

i continuada als centres i poder oferir les seves formacions. Això sí, deixa clar que s'ha de fer des d'una educació pública.

5.2.8. FUTUR

Des del punt de vista dels experts amb què s'ha parlat, hi ha quatre punts clau que cal potenciar de cara al futur per incloure l'educació mediàtica en els contextos d'educació formal.

5.2.8.1. COMPETÈNCIA DIGITAL

La Cristina Mercader remarca la necessitat de potenciar la competència digital, i ho atribueix en bona part, al professorat, tot i que sense oblidar l'alumnat: "Cal tenir alumnes que surtin formats, i les persones que estan en actiu que es formin, en competència digital. Tenir una competència digital docent suficient que permeti que els alumnes puguin formar-se". A la pedagoga se suma sobretot en Marc Blasco, que critica la manera en què habitualment s'avalua la competència digital als centres escolars.

El professor al·lega que és **surrealista que es tendeixi a valorar l'alumnat segons una única activitat trimestral on se suposa que han de mostrar tots els seus aprenentatges**. També admet que avui en dia sí que hi ha professors que avaluen la competència digital mitjançant tot el que l'alumnat ha fet durant el curs. De fet, en relació amb la presència de la competència digital en els currículums acadèmics, la María José Masanet també creu que hi ha una concepció errònia: "S'han omplert les aules d'ordinadors, de projectors, de tauletes i de wifi. S'ha donat molt més pes a la tecnologia que a la reflexió". Aquesta concepció menysprea i perjudica l'educació mediàtica i fa que s'estudiï la tecnologia aplicada a l'educació en comptes dels aspectes base de l'educació en mitjans: la mirada i l'actitud crítica, la reflexió i la interacció i la participació en els mitjans, entre altres.

5.2.8.2. ADMINISTRACIÓ: MENTORS DIGITALS I VOLUNTAT POLÍTICA

En Marc Blasco i la Cristina Mercader debaten sobre el programa de **Mentors Digitals**⁴². El periodista, el primer a introduir el tema, no confia totalment en la iniciativa, sinó que exposa que cal veure com es desenvolupa. “Si, de nou, tot això torna a anar cap a la vessant de les noves tecnologies i, per tant, el vessant instructiu, ens tornarem a equivocar, perquè estarem tornant a deixar al marge l’educació crítica en mitjans”. Per recolzar el seu argument remarca que els perfils que s’han seleccionat fins ara són majoritàriament tecnòlegs i antics coordinadors TAC, els quals es dedicaven a assessorar i ajudar en la formació del professorat i personal dels centres educatius en l’ús didàctic de les Tecnologies de l’Aprentatge i el Coneixement i de les tecnologies digitals.

Mercader, per al·lusions, aclareix que amb el programa de Mentors Digitals es parla de la tecnologia com a competència digital i no com a aspecte instrumental. Tot i això, planteja el dubte sobre si el programa realment es materialitzarà des de la part competencial. “Una altra cosa és com es materialitzi amb els cursos; que, pel que sé, volen fer-ho en l’àmbit competencial en lloc de contar hores”. De fet, la pedagoga aclareix que en aquesta iniciativa pretén potenciar-se l’ús de les tecnologies amb un propòsit basat en l’ètica, el civisme i l’esperit crític i fa al·lusió al DigCompEdu⁴³ assegurant que el programa de Mentors Digitals es recolza en aquest marc europeu.

Arran de l’aclariment de la docent, en Marc Blasco es reafirma en què aquest programa és un pas per potenciar la implementació de l’educació en mitjans als centres educatius i assegura que seria molt positiu si realment es fes des de l’esperit competencial exposat per Mercader.

Un altre dels temes on tots els experts estan d’acord -i tal com s’ha introduït prèviament- és que **l’educació mediàtica a Catalunya no s’estudia als centres educatius de manera formal perquè no hi ha voluntat política**. En Ramón Breu

⁴²Torneu a la pàgina 30 per saber més sobre el programa de Mentors Digitals.

⁴³Torneu a la pàgina 27 per saber més sobre el marc europeu DigCompEdu.

opina que estudiar educació mediàtica no requereix molts recursos, ni d'un pressupost elevat, només necessita voluntat. "El Departament d'Educació no es vol deixar negociar. Diuen 'no, no, vosaltres no teniu res a veure'".

Segons ell cal **la participació dels periodistes**. Explica que des del sector educatiu fa anys que s'ha fracassat i que és el moment que des del món de la comunicació es col·labori amb l'objectiu d'incorporar l'educació en mitjans. Per parlar sobre el fracàs del món de l'educació es refereix a les mancances que poden justificar la manca d'èxit en la voluntat d'estudiar en comunicació. "Potser ens ha faltat habilitat, negociació, o fins i tot habilitat negociadora: potser els nous periodistes haurien d'intentar-ho".

Al discurs d'en Ramón, en Marc Blasco suma que incloure l'educació mediàtica és fàcil perquè hi ha molts espais on fer-ho. Pensa que cal que el Departament d'Educació confiï en les competències i vulgui aplicar-les, fent al·lusió a la temàtica tractada prèviament de l'educació competencial en comptes de la instructiva. "Si s'ho creu, pot apostar per això. I fer-ho sí que vol dir calés. I vol dir que la formació del professorat es reconegui en el seu desplegament laboral", exposa Blasco. De fet, pensa que en cas que s'instaurés, podria fer-se d'una manera molt més transversal del que sembla, però que perquè això passi és necessari que hi hagi una implicació real.

Precisament la Maria José Masanet recorda que aquesta implicació avui en dia és gairebé impossible d'assolir per dos motius. El primer es refereix a l'escola pública i a les seves condicions, "si no es milloren les condicions de l'escola pública, incorporar qualsevol cosa suposa una missió pràcticament impossible".

En segon lloc, Masanet té clar que **el Departament d'Educació sap com rentar-se les mans i defensar que l'educació mediàtica està instal·lada en l'educació**: "Quan s'ha vist que era necessari estudiar educació mediàtica, des d'Educació han sabut trobar les fórmules híbrides tramposes que no funcionen; és a dir, la transversalitat", replica. La mestra ho denomina com a trampa perquè, tal com

assegura, és inviable controlar si els professors ho estan aplicant a les aules, ni de quina manera.

Cristina Pulido considera que **als poders polítics no els interessa una ciutadania alfabetitzada mediàticament**, i és per això que encara no s'estudia. "L'educació mediàtica potencia un esperit crític, participatiu, vacunat contra la desinformació... dit així, hauria de ser una obvietat que tots els esforços se centressin a aconseguir aquesta ciutadania." Pensa que s'haurien de fer entrevistes i taules de diàleg amb els encarregats de crear les polítiques públiques per tal d'entendre quins són els obstacles que hi ha per no introduir l'educació mediàtica formalment als centres educatius.

Aquestes reunions que proposa Pulido també podrien portar-se a la pràctica amb docents que liderin actuacions educatives en aquesta perspectiva i entitats dedicades a l'educació mediàtica; en tant que actualment són impulsors de molts projectes que advoquen per incloure l'educació en mitjans a les aules. "Cal fer polítiques dialògiques, asseient a tots els actors i organismes involucrats, prendre cos i treballar junts. Només d'aquesta manera es pot passar d'una acció que queda en paper mullat a una que es materialitza i es duu a terme". El problema de la seva proposta torna a ser, però, la manca de voluntat per part de les administracions públiques.

5.2.8.3. ... CAP A UNA VISIÓ REALISTA

El naixement de l'educació mediàtica va lligat a l'aparició de la televisió i als riscos que aquesta comportava. Va aparèixer, durant la dècada dels seixanta, com a una eina per fer front als perills que podia suposar la televisió per la població. "Aquest punt de partida és problemàtic: es tracta l'educació mediàtica des de la por, el perill i el risc", apunta Maria José Masanet, qui pensa que aquesta mirada apocalíptica encara perdura.

Per justificar el seu pensament exposa l'exemple de les formacions que es fan als centres escolars sobre educació i mitjans de comunicació. La professora explica que aquesta mena d'activitats sempre ha estat a càrrec dels Mossos d'Esquadra, i que

“només es dedicaven a dir que s’havia de tapar la càmera. Tot girava entorn de la por, de la possibilitat que et robin la identitat, les teves imatges o que t’entrés un virus a l’ordinador”, en comptes de fer-ho sobre les aplicacions que pot tenir l’educació mediàtica en la vida diària de qualsevol adolescent, com pot ser en la pressió estètica que exerceixen les xarxes socials.

Masanet afegeix que també és necessari **potenciar la part positiva de l’educació mediàtica**, que no tot gira al voltant de les notícies falses, ni la manipulació; sinó que aquesta educació també compta amb un paper molt important i positiu en diferents aspectes de la vida -tant social com personal- del jovent, com per exemple, en la construcció de la identitat de les persones. “Cal donar una visió nova, una de realista”, perquè haver construït el discurs de l’educació mediàtica des de la por actualment ha portat al fet que es vegi des d’una perspectiva llunyana a la relació que tenen els joves amb els mitjans de comunicació. “Durant seixanta anys ens hem dedicat a dir als joves com enfrontar-se als riscos i a com conviure amb ells, però mai no s’ha anat a veure què fan els joves amb els mitjans”. Pensa que un cop es valori el rol dels adolescents podrà impartir-se una educació mediàtica molt més real, principalment perquè estarà adaptada a les necessitats.

5.2.8.4. APRENTATGE INTERGENERACIONAL

L’últim punt clau pel que fa al futur és la necessitat d’**apropar-se als alumnes i aprendre d’ells**. En aquest sentit, Maria José Masanet introdueix que “es parla molt d’educació mediàtica, però que hi ha molt poc interès a anar a les aules a veure què està passant i què estan fent els joves”. La conseqüència de pretendre formar en educació mediàtica sense apropar-se al jovent és que no se sap quins són els coneixements que s’han d’impartir, ni quins es coneixen, ni quins són els que cal reforçar o explicar des de la base. Per tant, s’està “imaginant com hauria de ser l’educació mediàtica sense tenir una interacció real amb les persones a qui volem que arribi aquesta educació”. Amb aquesta part està d’acord en Miquel Àngel Prats, que creu que cal “escoltar més als infants i als adolescents, veure quins són els problemes de base, provocar formacions a mida, [...] Però sent sempre conscients de les necessitats immediates i actuals”.

Ambdós pensaments poden materialitzar-se amb un exemple de la Covid-19. Quan va declarar-se l'estat d'alarma i, en conseqüència, el confinament total de la població, moltes empreses van incorporar el teletreball com a eina per continuar actives. De fet, tal com s'exposa a l'Enquesta de Població Activa (INE, 2020), un 16,20% de la població ocupada, el que suposa 3.015.200 persones, va treballar des del domicili més de la meitat dels dies dels tres mesos que va durar el confinament: des de març i fins a juny. Amb aquesta situació, "la quantitat d'adolescents que va haver d'ensenyar als seus pares a teletreballar és enorme. I és que clar, la meitat d'adults no tenien ni idea de com fer servir el Zoom", explica Masanet.

És aquest aprenentatge intergeneracional el què porta a la professora a reclamar el valor que tenen els adolescents i la quantitat de coneixement de què disposen. **"Per què no pensem en què saben els adolescents sobre els mitjans i què ens poden ensenyar? Així trencaríem aquesta educació unidireccional on l'adult és qui sap tot"**. En aquest sentit, assenyala que no és necessari que el professor sàpiga absolutament tots els detalls, característiques i curiositats de totes les assignatures, sinó que el que cal és que es deixin ensenyar i que tinguin voluntat d'apropar-se al jovent. "S'hauria de donar valor a tot el que fan ells, i ja no només per les accions, sinó perquè també els serveix a ells per créixer. És a dir, veuen que es confia en ells, que no tot el que fan està malament. Canviar això també podria ser una eina per poder fer educació mediàtica", sentència Masanet.

6. CONCLUSIONS

Enllestir aquest estudi m'ha fet créixer com a periodista, com a jove angoixada per l'educació i com a persona, així com sentir-me orgullosa de mi mateixa per haver fet un treball que considero tan necessari en l'actualitat. En aquestes pàgines he intentat deixar empremta de la meva motivació i ganes perquè l'educació canviï; i, d'alguna manera, palpar la necessitat perquè d'aquí a un temps ja no calguin treballs d'aquest caire.

He complert l'objectiu inicial de fer una anàlisi panoràmica sobre la **situació de l'educació mediàtica a Catalunya i la seva inclusió als centres d'educació secundària**. Tot i que no s'ha obtingut resposta de totes les entitats ciutadanes que es dediquen a l'educació mediàtica, considero que he pogut fer una anàlisi completa i general de la situació del sector.

S'ha constatat que a Catalunya hi ha trenta-vuit entitats que es dediquen a l'educació mediàtica, s'ha pogut contactar amb vint-i-vuit i s'han analitzat dinou, tal com s'ha exposat prèviament. La majoria tenen com a tasca principal difondre l'educació mediàtica entre la ciutadania mitjançant cursos i/o activitats que giren entorn de la matèria. Tot i això, també n'hi ha que tenen com a àmbit de recerca la investigació i no l'elaboració de projectes.

Un cop estudiats els resultats del marc teòric, el grup de discussió i les entrevistes presento una proposta de **decàleg** on s'exposen els **reptes de futur que hi ha a Catalunya pel que fa a l'educació mediàtica** i on pretén explicar-se quin camí s'ha de seguir perquè finalment s'estudii l'educació mediàtica a les aules.

1. Educació mediàtica per tothom

Des d'un primer moment vaig plantejar-me com a objecte d'estudi l'**educació secundària**. A mesura que desenvolupava el meu treball i d'acord amb l'opinió dels experts entrevistats i amb els estudis consultats, vaig adonar-me de la necessitat d'estudiar educació mediàtica des de l'arrel.

Considero que **és tan important estudiar-la a infantil, com a l'educació d'adults**, passant per la resta d'etapes intermèdies. Tot i això, però, cal destacar que la majoria de les entitats catalanes que es dediquen a l'educació mediàtica fan més activitats dirigides a educació superior que no pas a primària i a infantil.

22 respuestas

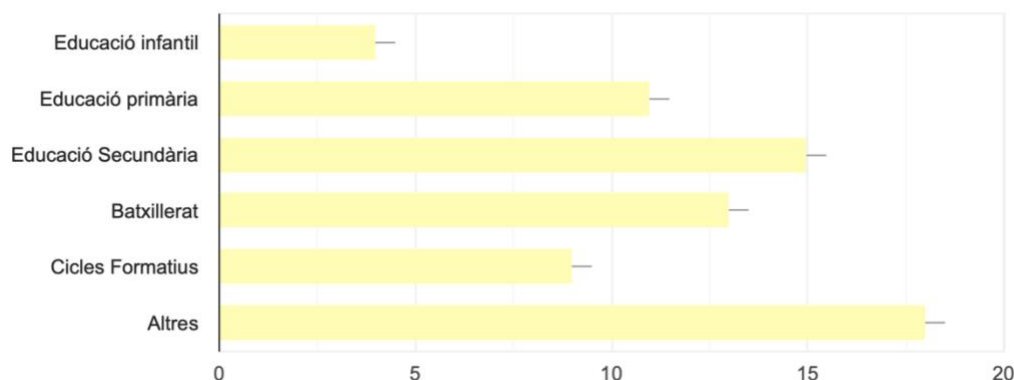


Figura 6. Gràfica que mostra a quin col·lectiu es dirigeixen les activitats de les entitats catalanes que es dediquen a l'educació mediàtica.

Font: pròpia a través de Google Forms.

D'acord amb l'opinió dels experts, el més adequat també és començar a estudiar-la a les etapes primerenques de l'ensenyament, en tant que així es desperta l'esperit crític dels alumnes des de petits i es potencia la seva formació tant reflexiva com activa i participativa amb l'entorn. Tot i això, sí que penso que secundària és l'etapa on poden aprofundir-se més en els coneixements d'educació mediàtica, tant per la maduresa dels alumnes com pels coneixements que ja hauran adquirit.

2. Educació continuada

L'educació en mitjans requereix actualització constant per no quedar obsoleta.

Tot i que la fonamentació teòrica i els conceptes bàsics no canvien, els aspectes concrets i els casos d'emmirallaments amb exemples reals i actuals canvien constantment. Això s'ha de considerar, sobretot, amb les **xarxes socials**, un dels objectes d'estudi implicats en l'educació mediàtica.

Per materialitzar una formació en mitjans de qualitat hi ha d'haver una fusió entre la fonamentació teòrica i la realitat del moment: cal un compromís ferm amb la societat i les necessitats educatives de cada època.

3. Educació reflexiva, no instructiva

Pel que fa a l'enfocament que es dona a l'educació mediàtica, **cal potenciar una educació reflexiva** i on es treballi de manera competencial i des del vessant crític; en comptes de fomentar una educació mediàtica instructiva, com s'ha fet fins ara. En aquest sentit, i considerant la situació actual, cal veure l'evolució i aplicació de la reforma del **currículum acadèmic de secundària i el programa de Mentors Digitals**, ambdós explicats al marc teòric.

El nou currículum de secundària sí que contempla qüestions relacionades amb l'educació mediàtica, però la gran majoria fan referència a una educació instructiva i no pas reflexiva. El mateix passa amb el programa de Mentors Digitals: tot i que es recolza en el DigCompEdu i està pensat per aplicar-se amb una educació competencial i basat en l'ètica i l'esperit crític i no com a aspecte instrumental (Mercader, 2022), la majoria de perfils que s'han seleccionat com a mentors són tecnòlegs.

4. Educació mediàtica com a assignatura

L'educació mediàtica fins ara s'ha plantejat de manera **transversal**, en tant que algunes de les competències de l'educació mediàtica estan implícits en totes les assignatures curriculars. Això, però, no és suficient perquè s'assoleixin plenament els coneixements implicats, en tant que no hi ha cap compromís ferm ni cap projecte on s'asseguri que totes les assignatures estan treballant l'educació mediàtica.

En aquest cas coincideixo amb l'opinió dels experts: cal estudiar l'educació mediàtica de manera obligatòria com a una assignatura més, almenys fins que es mostri una implicació seriosa amb la causa. S'ha de fer el mateix que amb les assignatures de

llengües: tot i que les competències orals i escrites estan presents a totes les assignatures de manera transversal, s'estudien en l'assignatura concreta de llengua.

5. Presència activa de les entitats als centres d'educació

Tal com s'ha mencionat, de la quarantena d'entitats ciutadanes adscrites a la Plataforma per a l'educació mediàtica, segons els resultats de l'estudi **només dinou** es dediquen activament.

Es considera que han de tenir una presència més activa en els centres d'educació, ja que hi ha molts centres que gairebé no les coneixen. En aquest sentit, es plantegen diferents reptes de futur per aquestes entitats: donar-se a conèixer i difondre els seus recursos tant als centres d'educació, com als centres de recursos pedagògics i les administracions. Així mateix, han d'implicar-se més en la realització de tallers i formacions dirigides tant a alumnat com a professorat, així com assegurar-se que hi ha una continuïtat i que les activitats i tallers realment es fan. Això principalment perquè, tal com va explicar-se a una de les entrevistes, "tenir una pàgina web on hi ha recursos més aviat estàtics no és suficient" (Prats, 2022).

Han de col·laborar en formar als docents perquè aquests tinguin més nocions per traslladar els coneixements a l'alumnat i actuar de manera continuada i periòdica, ja que així es facilitarien més recursos a l'alumnat.

6. Aposta de les administracions

Per estudiar en mitjans només cal voluntat: és una educació que no requereix molts recursos, tal com s'ha exposat prèviament. **La voluntat s'ha constatat que hi és, però que és majoritàriament per part del professorat, així que cal incidir en la política.** No serà possible formar en educació mediàtica fins que les administracions governamentals vulguin destinar la seriositat que requereix.

Això m'ha portat a plantejar-me el motiu pel qual encara no ho han fet. En una societat marcada per la sobre informació, hauria de ser una evidència que cal potenciar

l'esperit crític de la ciutadania i la seva formació per discernir entre informacions manipulades i certes.

Malgrat que no he aconseguit parlar amb el Departament d'Educació, d'acord amb la recerca, el debat i les entrevistes he conclòs que la manca de voluntat política es deu principalment a què **no els interessa formar ni aconseguir i una ciutadania amb capacitat de reflexió** ni de crítica cap als mitjans de comunicació. D'aquesta manera és més fàcil poder manipular i educar d'acord amb els interessos polítics.

Així doncs, la viabilitat d'estudiar educació mediàtica depèn, en part, de la implicació del Departament d'Educació. De fet, tal com s'ha mencionat al marc teòric, molts països de la Unió Europea contempen l'educació mediàtica com a un requisit bàsic de les etapes formatives.

7. Formació obligatòria per al professorat en educació mediàtica

La formació del professorat **és pràcticament voluntarista**. Un 72,8% del professorat d'Espanya no ha rebut formació sobre l'alfabetització mediàtica (Torres de Mello, 2021). Avui en dia els professors encarregats d'educar en mitjans normalment pertanyen o a l'àmbit de la comunicació o al de l'educació i, per tant, es forma sense tenir tots els coneixements necessaris per fer-ho.

D'acord amb els resultats de l'anàlisi i en relació amb la iniciativa explicada al marc teòric **La educomunicación en España, un reto urgente para la sociedad digital** (Marzal-Felici, 2021), al·lego que **ha d'existir una formació concreta d'educació mediàtica** dirigida al professorat. Pot materialitzar-se tant amb assignatures - obligatòries- dintre dels graus tant de comunicació com d'educació, **com amb cursos obligatoris** per especialitzar-se en docència; o, fins i tot, amb la creació d'un **grau concret especialitzat en educació mediàtica**.

Així els professors encarregats d'educació mediàtica podran comptar amb els coneixements tant de l'àmbit mediàtic com del de l'ensenyament, donat què es requereixen aptituds en ambdós camps.

8. Aprenentatge horitzontal

Cal que s'aprofiti i s'espremi el coneixement dels joves, ja que moltes vegades tenen coneixements que no tenen els professors. És a dir, s'ha de **trencar amb la barrera de l'aprenentatge unidireccional** on el professor és qui sap tot i l'alumne qui ho ha d'aprendre, tal com s'ha exposat a l'anàlisi dels resultats. El professorat ha d'apropar-se als joves per veure què saben, què han d'aprendre des de la base i què cal reforçar. Per exemple, l'alumnat tendeix a tenir un control i domini de les xarxes socials superior al que té el professorat; però aquest últim grup té una maduresa i un esperit crític normalment superior al jovent.

Cal una interacció real entre el professorat i les persones a qui ha d'arribar l'educació per tal d'oferir-los una educació realment útil. Això no vol dir, però, que els alumnes sàpiguen més que els professors, sinó que amb la unió dels coneixements d'ambdós grups poden aconseguir-se resultats optimitzats.

9. Temàtica àmplia

Hi ha un ventall molt ampli de contingut que cal traslladar a l'alumnat. Tot i que en aquest estudi s'ha mostrat una percepció general dels continguts inclosos en l'educació mediàtica, podrien fer-se estudis centrats específicament en altres temàtiques. Alguns exemples són els videojocs, sèries i pel·lícules, la publicitat, la influència dels creadors de contingut, les xarxes socials o les aplicacions de creació de narracions fictícies (com Wattpad). Podria incidir-se de manera individualitzada i basant-se en el paper i els efectes que tenen dintre de l'educació mediàtica.

10. Conscienciar

Per instaurar l'educació mediàtica en l'àmbit educatiu és que cal **conscienciar que és una necessitat social** i que ha de ser una part més de la rutina de cada individu, com a ciutadà

amb capacitat crítica i d'enraonament. El fet d'estar desinformat o de desconèixer, per exemple, els codis de les xarxes socials o com fer-les servir és **perjudicial per als drets bàsics de la ciutadania** i, per tant, per viure en democràcia; principalment per als drets a la llibertat d'expressió, o a la participació.

Un cop exposat el decàleg proposat, afegeixo una reflexió final. Vivim envoltats de pantalles, en l'era de la sobreabundància de la informació, la infoxicació i la coexistència de les notícies falses amb les vertaderes. Això exigeix una ciutadania alfabetitzada mediàticament i amb una capacitat de reflexió crítica suficient per a interpretar i saber actuar enfront d'allò que consumeix. Cal aprofitar els recursos existents i fer una cadena de reivindicació i de motivació perquè tant jovent com col·lectiu adult aprenguin a fer servir els mitjans de comunicació de manera crítica i a descodificar les informacions de manera adequada, bastant-se en l'anàlisi i en la reflexió.

Tinc esperança que cada cop augmentarà més el nombre de persones conscients de la problemàtica entorn de la formació de l'educació mediàtica i que cada cop es duran a terme més accions per a implementar-la de manera formal, tant a secundària com a la resta d'etapes. De fet, penso que periòdicament s'han de fer diagnòstics i estudis com aquest per analitzar quina és la situació en cada moment i quins són els reptes que es plantegen de cara al futur, sobretot de cara a l'educació mediàtica a les aules.

7. BIBLIOGRAFIA

AGUADED, J. Ignacio; GUERRA, Sonsoles (2012). Razones para una educación mediática en la sociedad multipantanas. *Sphera Pública*, (12),21-39. [Consultat el 28 de novembre de 2021]. ISSN: 1180-9210. Recuperat de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29729577002>

Alfabetismo transmedia (s.f). *Kit del profesor*. <https://alfabetismotransmedia.org/kit-del-profesor/>

Asociación de Medios de Información (2017). *Libro blanco de la información 2017*. Presentat a la inauguració de la Conferència Anual de AMI, amb la col·laboració de Deloitte, Media Hotline i Carat.

Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (2021). *Marco general de los medios en España 2021*. Espanya. Recuperat de: <https://www.aimc.es/a1mc-c0nt3nt/uploads/2021/02/marco2021.pdf>

BAEZA, Lorena; PITA, Cristina (2021). Más de un año en pandemia: ¿cuánto nos preocupa la desinformación? *Newtral*. Recuperat de: <https://www.newtral.es/bulos-pandemia-covid-desinformacion/20210612/>

Blue Globe Media (2021). *Home*. Junior Report. Recuperat de: <https://globe.junior-report.media>

BOSADA, Mayra (2021). 'Fake news' y contenidos falsos: cómo formar a las personas contra la desinformación. *Educaweb*. Recuperat de: <https://www.educaweb.com/noticia/2021/10/26/fake-news-como-formar-personas-contra-desinformacion-20721/>

BUCKINGHAM, David (2004). *Educación en medios: alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós Ibérica.

CARRÉS, Sara (2015). El poder polític i els mitjans de comunicació: la relació entre els dos poders. [Treball de Fi de Grau] Universitat de Girona. Recuperat de: https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/11778/CarresSomsSara_Treball.pdf?sequence=1

Carrillo, N; Montagut, M (2021). Desinformació, iniciatives de verificació i alfabetització mediàtica a Catalunya. Dins Civil i Serra, M; López, B (2021). *Informe de la Comunicació a Catalunya 2019-2020* (pàg 225-241). INCOM UAB.

Castillo, Toni (2017). El 56,8 % de los lectores españoles de prensa se informa a través de redes sociales, aunque sólo lee titulares y alguna noticia. *Genbeta*. Disponible a: <https://www.genbeta.com/redes-sociales-y-comunidades/el-56-8-de-los-lectores-espanoles-de-prensa-se-informa-a-traves-de-redes-sociales-aunque-solo-lee-titulares-y-alguna-noticia>

Punie, Y., editor(s), Redecker, C., European Framework for the Digital Competence of Educators: DigCompEdu , EUR 28775 EN, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2017, 10.2760/159770 (online). <https://ec.europa.eu/jrc/en/digcompedu>

Comissió Europea (2018). *Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*. Shaping Europe's digital future. Comissió Europea. Disponible a: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/library/final-report-high-level-expert-group-fake-news-and-online-disinformation>

Comissió Europea (2021). *Plan de Acción de Educación Digital (2021-2027)*. Comissió Europea. Disponible a: https://ec.europa.eu/education/education-in-the-eu/digital-education-action-plan_es

Comissió Europea (2021). *Shaping Europe's digital future. Audiovisual and Media Services*. Comissió Europea. Disponible a: <https://digital-strategy.ec.europa.eu/en/policies/audiovisual-and-media-services>

WILSON, Carolyn; GRIZZLE, Alton; TUAZON, Ramon; AKYEMPONG, Kwame; CHEUNG, Chi Kim. (2011). *Alfabetización mediática e informacional: curriculum para profesores*. França: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000216099>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2021). Com detectar les fake news sobre les vacunes de la Covid-19? Plataforma per a l'Educació Mediàtica. <https://www.educac.cat/sites/default/files/cartell%20desinformació%20vacunes%201.pdf>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2021). Continguts en plataformes i xarxes socials amb un discurs contrari a la vacunació de la Covid-19. Informe 2172021. https://www.cac.cat/sites/default/files/2021-02/i21_2021%20Continguts%20en%20plataformes%20i%20xarxes%20socials%20contraris%20vacunació%20....pdf

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2018). *El CAC pone en marcha un programa de alfabetización mediática para los centros educativos*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Disponible a: <https://www.cac.cat/es/actualitat/cac-pone-marcha-programa-alfabetizacion-mediatica-los-centros-educativos>

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (2021). *El CAC alerta sobre la presència a internet d'un discurs contrari a la vacunació contra la Covid-19*. Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Disponible a: <https://www.cac.cat/actualitat/cac-alerta-la-presencia-internet-dun-discurs-contrari-la-vacunacio-la-covid-19>

Diario Oficial de la Unión Europea (2010). Directiva 2010/13/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 10 de marzo de 2010. [Consultat el 27 de novembre de 2021] Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2010:095:0001:0024:ES:PDF>

Diario Oficial de la Unión Europea (2009). Recomendación de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente. [Consultat el 27 de novembre de 2021] Disponible a: <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2009:227:0009:0012:ES:PDF>

EduCAC (2021). *Tens poc temps? Propostes breus per l'educació mediàtica a l'aula*. EduCAC, Educació mediàtica i pensament crític. Recuperat de: <https://www.educac.cat/actualitat/tens-poc-temps-propostes-breus-leducacio-mediatica-laula>

Educagob (2021). Proyecto de real decreto por el que se establece la ordenación y las enseñanzas mínimas de la Educación Secundaria Obligatoria. Ministerio de Educación y Formación Profesional. <https://educagob.educacionyfp.gob.es/dam/jcr:366c73cd-b09e-4997-9260-2c51f9bf0d83/proyecto-rd-secundaria-completo-.pdf>

Edu-comunicación. *Manifiesto*. La Educomunicación en España, un reto urgente para la sociedad digital. Edu-comunicación. Recuperat de: <https://www.edu-comunicacion.es>

Espanya. Llei 8/2013, de 9 de desembre, per a la millora de la qualitat educativa. Boletín Oficial del Estado, 10 de desembre de 2013, núm. 295: https://www.boe.es/boe_catalan/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12886-C.pdf

Espanya. Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación. Boletín Oficial del Estado, 30 de diciembre de 2020, núm. 340: https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2020-17264

Espuny, Marta (2021). *Las redes sociales como medio de comunicación: técnicas para crear espacios libres de desinformación*. Agencia Comma. Recuperat de: <https://agenciacomma.com/analisis-de-datos/las-redes-sociales-como-medio-de-comunicacion/>

eTwinning (2021). *Concedidos los sellos de centro eTwinning 2021 – 2022*. <https://www.etwinning.net/es/pub/support/2021--2022-etwinning-school-l#c724>

European Media Education Study (2021). *Research*. European Media Education Study. Recuperat de: <https://eavi.eu/research/european-media-education-study/>

Éxito Educativo (2022). *“Desenreda”, un proyecto de alfabetización mediática para el alumnado andaluz de Secundaria*. <https://exitoeducativo.net/desenreda-un-proyecto-de-alfabetizacion-mediatica-para-el-alumnado-andaluz-de-secundaria/>

FEDOROV, Alexander (2011). Alfabetización mediática en el mundo. *Infoamérica, Revista Iberoamericana de comunicación*. Número 5 (pàg 7-21). Disponible a: <https://www.infoamerica.org/icr/n05/fedorov.pdf>

Fernández, Rosa (2020). *Distribución porcentual de los internautas según su grado de confianza en Internet en España en 2020*. Statista. Recuperat de: <https://es.statista.com/estadisticas/541541/grado-de-confianza-en-internet-espana/>

Fernández, Rosa (2020). *Grado de confianza en Internet por parte de los usuarios en España en 2020, por grupos de edad*. Statista. Recuperat de: <https://es.statista.com/estadisticas/541647/usuarios-de-internet-por-edad-y-por-grado-de-confianza-espana/>

Fernández, Rosa (2021). *Penetración de las redes sociales en España de 2010 a 2020*. Statista. Disponible a: <https://es.statista.com/estadisticas/474955/redes-sociales-tasa-penetracion-usuarios-prevision-espana/>

García Moral, Irene (2013). Educación Mediática en Educación Infantil: Construyendo miradas críticas. [Treball de Final de Màster]. Universidad Nacional de Educación a Distancia. Recuperat de: <http://e-spacio.uned.es/fez/eserv/bibliuned:masterComEdred-Igarcia/Documento.pdf>

García, Rodrigo (2022). Rumorología y noticias falsas en la Educación Secundaria. *El País*. Disponible a: <https://elpais.com/planeta-futuro/escuelas-en-red/2022-01-23/rumorologia-y-noticias-falsas-en-la-educacion-secundaria.html>

Generalitat de Catalunya (2021). *Currículum. Competències bàsiques per àmbits*. Xarxa Telemàtica de Catalunya. Currículum i Orientació. Recuperat de: <http://xtec.gencat.cat/ca/curriculum/eso/curriculum/>

Generalitat de Catalunya. *Reconeixement de projectes d'innovació pedagògica*. Mapa de la innovació pedagògica. Recuperat de: <https://innovacio.xtec.gencat.cat/programa/1001>

Generalitat de Catalunya (2020). *Pla d'educació digital de Catalunya 2020|2023*. Departament d'Educació. Recuperat de: <https://educacio.gencat.cat/web/.content/home/departament/publicacions/colleccions/pla-educacio-digital/pla-educacio-digital-catalunya/pla-educacio-digital.pdf>

Generalitat de Catalunya. *Tecnologies digitals per a l'aprenentatge*. Departament d'Educació. Recuperat de: <https://educacio.gencat.cat/ca/arees-actuacio/centres-serveis-educatius/programes-innovacio-pedagogica/educacio-infantil-primaria-secundaria-batxillerat/tecnologies-digitals-aprenentatge/>

Generalitat de Catalunya. *Mentors digitals*. Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya. Recuperat de: <http://xtec.gencat.cat/ca/centres/mentors-digitals/>

GONZÁLEZ, Claudia (2020). *Anàlisi d'iniciatives d'alfabetització mediàtica entre centres escolars i mitjans*. Quaderns del CAC. [Consultat el 2 de desembre de 2021]
ISSN (electrònic): 2014-2242. Recuperat de:
https://www.cac.cat/sites/default/files/2020-07/Q46_GlezDeumal_CA.pdf

GÓMEZ NIETO, Begoña (2016). El consumidor ante la infoxicación en el discurso periodístico. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. Vol. 22, Núm. 1 (gener - juny), (pàg 313-327). Madrid, Ediciones Complutense
<https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/download/52598/48351/>

Hallin, D.C; Mancini, P. (2004). *Sistemas mediáticos comparados. Tres modelos de relación entre los medios de comunicación y la política*. Barcelona: Hacer, 2008.

Institut d'Estadística de Catalunya (2019). *Educación secundaria. Centros y profesores. Por titularidad del centro. Comarcas y Aran, ámbitos y provincias*. Institut d'Estadística de Catalunya. Recuperat de:
<https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=742&lang=es>

Institut d'Estadística de Catalunya (2020). *Llars amb accés a Internet*. Institut d'Estadística de Catalunya. Recuperat de:
<https://www.idescat.cat/indicadors/?id=ue&n=10144&lang=es>

Institut d'Estadística de Catalunya (2019). *Ús de l'ordinador, d'Internet i disponibilitat de mòbil dels nens de 10 a 15 anys. Per lloc d'ús*. Institut d'Estadística de Catalunya.
<https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=937>

Instituto Nacional de Estadística (2020). *Encuesta de Población Activa (EPA). Segundo trimestre de 2020*. INE. Recuperat de:
<https://www.ine.es/daco/daco42/daco4211/epa0220.pdf>

Instituto Nacional de Estadística (2020). *Uso de productos TIC por los niños de 6 a 15 años*. Instituto Nacional de Estadística.

<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?tpx=50168>

INTEF (2017). *Marco Común de Competencia Digital Docente – Septiembre 2017*. Instituto Nacional de Tecnologías Educativas y de Formación del profesorado. Recuperat de: https://aprende.intef.es/sites/default/files/2018-05/2017_1020_Marco-Común-de-Competencia-Digital-Docente.pdf

IRETON, Cherilyn; POSETTI, Julie. (2020). Periodismo, “noticias falsas” & desinformación: manual de educación y capacitación en periodismo. República Dominicana: Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373349.locale=fr>

Jacquinet, Geneviève (1999). Educar en los medios de comunicación para favorecer la democracia. *Comunicar* 13, pàg 29-35. Recuperat de: <https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwj9uMilkdL1AhUigf0HHe4WafYQFnoECAQQAQ&url=https%3A%2F%2Fdiagonalnet.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F229965.pdf&usq=AOvVaw236Z3IFprCB1d4D56Dp-yx>

KAHNE, Joseph; FEEZELL, Jessica; LEE, Namjin (2013): The Civic and Political Significance of Online Participatory Cultures among Youth Transitioning to Adulthood, *Journal of Information Technology and Politics*, 10:1, 1-20: https://www.researchgate.net/publication/254366440_The_Civic_and_Political_Significance_of_Online_Participatory_Cultures_among_Youth_Transitioning_to_Adulthood

La Llave Maestra de la Comunicación (s.f). *Un proyecto de alfabetización mediática de la Asociación de la Prensa de Jerez*. <https://lallavedelacomunicacion.com>

Livingstone, Sonia. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review* (7). DOI:

10.1080/10714420490280152. Recuperat de:
https://www.researchgate.net/publication/30521209_Media_Literacy_and_the_Challenge_of_New_Information_and_Communication_Technologies_The_Communication_Review7

Llei 22/2005, del 29 de desembre, de la comunicació audiovisual de Catalunya. Butlletí Oficial del Parlament de Catalunya, núm. 272/VII, del 30 de desembre de 2005:
<https://statics.ccma.cat/multimedia/pdf/3/9/1497867077593.pdf>

LÓPEZ, Laura, & AGUADED, María-Cinta (2015). La docencia sobre alfabetización mediática en las facultades de Educación y Comunicación. *Comunicar*, XXII(44),187-195. [Consultat el 28 de novembre de 2021]. ISSN: 1134-3478. Recuperat de:
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15832806020>

LOPPACHER, Roger (2021). El pensamiento crítico como elemento indispensable ante la desinformación. *Educaweb*. Recuperat de:
<https://www.educaweb.com/noticia/2021/10/26/articulo-opinion-presidente-cac-educacion-mediatica-19706/>

MARTÍNEZ, F (2008). Multiculturalidad, nuevas tecnologías y enseñanza, en MARTÍNEZ, F (Coord): *Educación y nuevas tecnologías para la multiculturalidad*. Murcia: Universidad de Murcia, 67-99.

MARZAL, Javier (2021). La educación mediática, una necesidad de la sociedad digital. *Educaweb*. Recuperat de:
<https://www.educaweb.com/noticia/2021/10/26/educacion-mediatica-necesidad-sociedad-digital-19709/>

MASANET, Maria-Jose y FERRÉS, Joan: La enseñanza universitaria española en materia de educación mediática. *Revista Communication Papers*, No 2, Monográfico 1, páginas 83 a 90. Departamento de Filología y Comunicación de la Universidad de

Girona. Recuperat de:
<https://www.raco.cat/index.php/communication/article/download/276472/364395>

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

Mena Roa, Mónica (2021). *La adicción a las redes sociales en el mundo*. Statista. Disponible a: <https://es.statista.com/grafico/18988/tiempo-medio-diario-de-conexion-a-una-red-social/>

Michavila, Narciso; Abad, María José (2021). El impacto de las pantallas en la vida familiar. Familias y adolescentes tras el confinamiento: retos educativos y oportunidades. IV edició. *Empantallados i GAD3* [Consultat l'11 de març de 2020]. Disponible a: <https://empantallados.com/estudio-4edicion/>

Ministerio de Educación y Formación Profesional. *Documentación del Ministerio para el debate público*. Educagob. Portal del Sistema Educativo Español. Gobierno de España. Recuperat de: <https://educagob.educacionyfp.gob.es/curriculo/debate-curriculo/documentacion-debate.html>

MONTOYA, Norminanda. *La comunicación audiovisual en la educación*. Madrid: Editorial Laberinto, 2005.

MUÑOZ, Alberto (2022). Johnson amenaza ahora el futuro de la BBC para tapar el 'Partygate'. *El Mundo*. Recuperat de:
<https://www.elmundo.es/television/medios/2022/01/17/61e5b24d21efa09b2e8b45a6.html>

OECD (2021), 21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World, PISA, OECD Publishing, Paris. <https://doi.org/10.1787/a83d84cb-en>

OMEDES, Elena (2021). Perspectiva de género, digitalización, sostenibilidad.... Así es el currículo de la ESO que propone Educación. *20 minutos*. Recuperat de: <https://www.20minutos.es/noticia/4851892/0/perspectiva-de-genero-espiritu-critico-sostenibilidad-asi-es-el-curriculo-de-la-eso-que-propone-educacion/?autoref=true>

Orús, Abigail (2022). *Promedio de tiempo diario destinado al consumo de medios de comunicación en España en 2021, por tipo*. Statista. Disponible a: <https://es.statista.com/estadisticas/491058/consumo-diario-de-medios-de-comunicacion-en-espana-por-tipo/>

OSMAR, Ricardo (2017). La influencia de los medios de comunicación en los jóvenes. [Treball de Final de Grau] Universitat de Guadalajara. Recuperat de: https://www.researchgate.net/profile/Ricardo-Nares/publication/317165801_La_influencia_de_los_medios_de_comunicacion_en_los_jovenes/links/5927af82a6fdcc4443509945/La-influencia-de-los-medios-de-comunicacion-en-los-jovenes.pdf

PÉREZ RODRÍGUEZ, María Amor (2007). Declaración de UNESCO en Grunwald (Alemania). *Comunicar*, XV(28),122-125. ISSN: 1134-3478. [Consultat el 27 de novembre de 2021]. Disponible a: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802816>

Plataforma per a l'Educació Mediàtica. Què és la Plataforma per a l'educació mediàtica? *Plataforma per a l'Educació mediàtica*. Recuperat de: <https://www.plataformaeducaciomediatca.cat/index.html>

PULIDO, Cristina (2020) Apunts “Comunicació, Educació i Alfabetització Mediàtica” de 3r periodisme. Bellaterra: UAB.

RAMÓN, Cristina (2020). *L'star system* de la política: tot per un vot. [Treball de Fi de Grau]. Universitat Autònoma de Barcelona. Recuperat de: https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2020/237033/TFG_Ramon_Martinez_Julia.pdf

Redacció (2022). 92 bulos y desinformaciones sobre el ataque de Rusia contra Ucrania. *Maldita.es*. <https://maldita.es/malditobulo/20220309/conflicto-militar-rusia-ucrania-bulos/>

Redacción (2022). 40 centros de Secundaria recibirán formación sobre alfabetización mediática impartida por periodistas. *Junta de Andalucía*. <http://www.juntadeandalucia.es/presidencia/portavoz/educacion/169339/Educacion/Secundaria/Informacion/Mediosdecomunicacion/redessociales/formacion/periodismo/periodistas>

Redacció (2021). *La mitad de los estudiantes de ESO no distingue las “fake news”*. Universidad Carlos III de Madrid. Recuperat de: [https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371320130990/1371215537949/La mitad de los estudiantes de ESO no distingue las “fake news](https://www.uc3m.es/ss/Satellite/UC3MInstitucional/es/Detalle/Comunicacion_C/1371320130990/1371215537949/La%20mitad%20de%20los%20estudiantes%20de%20ESO%20no%20distingue%20las%20fake%20news)

Revista, UNIR (2019). *Alfabetización digital: ¿Qué es?, ¿Cuál es su importancia?* La Universidad en Internet. Disponible a: <https://www.unir.net/educacion/revista/alfabetizacion-digital/>

Sales, D (2020). Definición de alfabetización informacionales de CILIP, 2018. *Anales de Documentación*, 23 (1). <https://doi.org/10.6018/analesdoc.373811>

Serveis educatius. Centres de recursos pedagògics. *Projectes d'innovació*. Departament d'Educació. Recuperat de: <https://projectes.xtec.cat/secrp/programes/>

SILVERBLATT, A (2007). *Genre Studies in Mass Media. A Handbook*. New York: M.E. Sharpe.

SNYDER, I (2004). *Analfabetismos digitales: comunicación, innovación y educación en la era electrónica*. Málaga, Aljibe.

STRÖMBÄCK, J. (2008). Cuatro fases de la mediatización: un análisis de la mediatización de la política. *SAGE Journals: The International Journal of Press/ Politics*, 13 (3), pàg. 228-246. Consultat el 27/12/2019 des de <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1940161208319097>

TORRES, Vivian (2021). Alfabetización mediática e informacional una campaña de vacunación contra la desinformación: desafíos y propuestas. [Treball de Final de Màster] Recuperat de: <http://hdl.handle.net/10609/133608>

Vara Miguel, Alfonso (2021). Infodemia y covid: gran preocupación social por los bulos de origen político. *Digital News Report 2021*. Disponible a: <http://www.digitalnewsreport.es>

Vives-Ferrándiz Sánchez, Luis (2021). La verdad es hija de la imagen: reflexiones sobre la posverdad en los tiempos del giro visual. *AdComunica. Revista Científica de Estrategias, Tendencias e Innovación en Comunicación*, nº22. Castellón de la Plana: Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Universitat Jaume I, 27-44. DOI: <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.3>

Wardle, Claire; Nielsen Kelis, Rasmus, Manzarlis, Alexios; Jiménez, Clara (2018). Seis puntos clave del informe sobre desinformación del Grupo de expertos de la Comisión Europea. *eldiario.es*. Disponible a: https://www.eldiario.es/tecnologia/desinformacion-grupo-expertos-comision-europea_1_2225289.html

8. ANNEXOS

8.1. GRUPS DE RECERCA

A Catalunya i a Espanya existeixen diversos grups de recerca consolidats que estudien l'educació mediàtica i la implicació i els efectes de la tecnologia en l'educació. A continuació s'exposen dos grups de recerca, un de Catalunya i un d'Espanya, que treballen en aquests àmbits.

8.1.1. MEDIUM

Aquest grup l'ha creat el Departament de Comunicació de la Universitat Pompeu Fabra. Estudia la cultura mediàtica popular (videojocs, celebritats, ficció televisiva...) tant pel que fa als discursos als discursos socials com a les seves potencialitats per a l'educació mediàtica; i l'evolució de l'ecosistema de mitjans, així com els processos de mediatització. Amb aquest estudi pretenen entendre com els mitjans canvien l'entorn i els usos mediàtics i com l'audiència ha passat a tenir un paper actiu en la creació i difusió de continguts.

Un dels projectes més destacats que ha fet MEDIUM és **Transalfabetismos. Competencias transmedia y estrategias informales de aprendizaje de los adolescentes**. Va fer-se entre els anys 2015 i 2018 i pretenia analitzar els mecanismes i processos mitjançant els quals els joves espanyols adquireixen les competències transmèdia fora del sistema educatiu formal; és a dir, com els joves aprenen a fer servir les xarxes socials, els videojocs, o com aprenen a escriure i difondre a plataformes col·laboratives (com Wattpad), novel·les basades en famosos (conegudes com *fan fictions*).

Com a resultat del projecte van crear l'anomenat Kit del professor, un conjunt d'activitats didàctiques elaborades per docents de secundària amb l'objectiu d'ensenyar-los com aprofitar les competències transmèdia que els joves han desenvolupat fora de l'aula. La classificació de les fitxes es divideix en àmbit acadèmic i tipus de competència transmèdia. Dintre d'aquestes, el professor pot triar quina vessant aplicar segons els continguts que vulgui explicar i/o les competències que

vulgui treballar i poden descarregar-se les diferents fitxes que es troben enllaçades a cada apartat.

Ámbitos académicos

Lingüístico				Social				Educación Física			
1 Lengua castellana y literatura	Matemático			14 Economía	18 Educación Física						
2 Lengua cooficial y literatura	5 Matemáticas	8 Física y Química	11 Música	15 Cultura Clásica	19 Cultura y Valores Éticos						
3 Lengua extranjera	6 Biología y Geología	9 Tecnología de la Información y Comunicaciones	12 Educación Plástica y Visual	16 Emprendimiento	20 Filosofía						
4 Latin	7 Ciencias Sociales e Humanidades	10 Cultura Científica	13 Artes Escénicas y Danza	17 Geografía e Historia	21 Religión						
Científico-tecnológico				Artístico				Cultura y valores			

Figura 7. Imatge de la taula interactiva “Ámbitos académicos”, del Kit del profesor.

Font: Transanalfabetismos, UPF.

Competencias transmedia

Prevención de riesgos y privacidad												Narrativas			
1 Reconocer Describir	Contexto mediático y tecnológico				3 Tomar medidas Aplicar	Producción				Ideología y ética				44 Interpretar	
2 Evaluar Reflexionar	4 Jugar a videojuegos	8 Reconocer Describir	12 Crear modificar producciones escritas	14 Crear modificar producciones sonoras	16 Crear modificar dibujos y diseños	18 Usar herramientas para crear o modificar dibujos y diseños	20 Crear modificar producciones audiovisuales	22 Programar software	24 Crear modificar videojuegos	40 Reconocer Describir	45 Reconocer Describir				
5 Reflexionar	9 Comparar	13 Utilizar software apps de escritura	15 Utilizar software apps de audio	17 Crear modificar producciones fotográficas	19 Usar herramientas fotográficas y de edición	21 Usar herramientas edición visual o grabación de vídeo	23 Usar herramientas programación informática	25 Usar herramientas para creación y modificación de videojuegos	41 Comparar	46 Comparar					
6 Romper las reglas	10 Evaluar Reflexionar	26 Buscar seleccionar y descargar	27 Organizar y estructurar	28 Pensar y saber la difusión de un contenido	29 Gestionar el tiempo	30 Gestionar los recursos	31 Gestionar sentimientos emociones	32 Gestionar la propia identidad	42 Evaluar Reflexionar	47 Evaluar Reflexionar					
7 Actuar	11 Tomar medidas Aplicar	33 Colaborar	34 Coordinar	35 Liderar	36 Enseñar	37 Recomendar	38 Comparar	39 Participar en redes sociales	43 Tomar medidas Aplicar	48 Tomar medidas Aplicar					
Performativas				Gestión de contenido				Gestión individual o autogestión				Gestión social			

Figura 8. Imatge de la taula interactiva “Competencias transmedia”, del Kit del profesor.

Font: Transanalfabetismos, UPF.

Competencias transmedia

Gestión de contenido

27

Organizar y estructurar



Tabla por ámbitos académicos | Tabla por competencias

COMPETENCIAS ESPECÍFICAS

Utilizar organizadores de contenido y almacenaje
Utilizar redes sociales y blogs para archivar contenidos
Gestionar contenidos musicales para consumo propio
Gestionar audiovisual.
Programar alertas en el móvil para estar al día de los nuevos contenidos
Gestionar diferentes perfiles en redes sociales
Usos alternativos a las redes sociales propias

Figura 9. Imatge de l'apartat 27 de la taula “Competencias transmedia”, del Kit del profesor: “Organizar y estructurar”

Font: Transanalfabetismos, UPF.

8.1.2. ÁGORA

És el Grup de Recerca de la Universitat de Huelva presidit pel Dr. Ignacio Aguaded, president del Grup Comunicar, col·lectiu veterà a Espanya en «Mitjana Literacy»,

director del Màster Internacional de Comunicació i Educació i coordinador UHU del Programa Interuniversitari de Doctorat en Comunicació.

Ágora compta amb el premi internacional d'Investigació Educativa, atorgat per la Red de Institutos de Investigación en Educación el passat mes de novembre de 2021. El premi s'ha atorgat per l'aportació (tant teòrica com pràctica) que ha fet el Grup a l'àmbit de l'educomunicació mitjançant projectes a escala nacional i europea. Així doncs, el premi ha fet que augmenta el seu lideratge en l'àmbit de l'educomunicació.

Les àrees de recerca del grup són: la intervenció socioeducativa, la tecnologia de la comunicació i de la informació en l'educació, l'educomunicació com a nou llenguatge de la comunicació i l'orientació educativa.

Alguns dels projectes que han desenvolupat des d'Ágora són **#Instatubers: Instagramers y youtubers para el empoderamiento transmedia de la ciudadanía andaluza** o **Yougrammers: Youtubers e instagrammers. La competencia mediática en los prosumidores emergentes**.

Pel que fa al projecte **Instatubers**, l'objecte d'estudi són les xarxes socials Instagram i Youtube a través de l'ús que fa la ciutadania infantil i jove d'Andalusia, en tant que les generacions joves estan creant en aquestes xarxes socials noves identitats i relats on es fusionen la producció i el consum. Amb l'estudi es pretén conèixer quins reptes suposen les noves formes de comunicació, l'increment de la dependència tecnològica o l'extensió del negoci electrònic, entre altres. D'altra banda, el projecte **Yougrammers** pretén avaluar la competència mediàtica dels consumidors i productors de material a YouTube i Instagram a Espanya i Llatinoamèrica; analitzar de quines maneres es comuniquen i quins perfils tenen els creadors de contingut (influenciadors) així com quins aspectes innovadors fan servir, detectar quines intencions comunicatives tenen els influenciadors d'Instagram i Youtube i si canvien la manera de dirigir-se als seus públics segons el nivell de competència mediàtica que tenen i actualitzar el concepte de "competència mediàtica" d'acord amb les necessitats de les xarxes socials.

8.2. PROJECTES D'EDUCACIÓ MEDIÀTICA DESENVOLUPATS A ESPANYA

8.2.1. DESENREDA

El projecte Desenreda neix a Andalusia el febrer del 2022 per potenciar l'educació mediàtica als centres d'educació secundària. El projecte, que acaba de promoure's, s'ha pogut desenvolupar gràcies a la unió de la Consejería de Educación y Deporte de la Junta de Andalucía, les associacions de premsa de Andalucía i el Colegio Profesional de Periodistas de Andalucía. Desenreda ha nascut en el marc del programa per a la innovació educativa ComunicA, impulsat per la conselleria d'Educació i d'Esports d'Andalusia.

Amb aquesta iniciativa es pretén oferir a l'alumnat les eines necessàries per analitzar la realitat de manera crítica i poder desmuntar els estereotips dominants mitjançant el coneixement dels mitjans de comunicació i de les xarxes socials.

La primera edició compta amb la participació de quaranta instituts d'Andalusia⁴⁴, on impartiran les formacions -de manera dinàmica i participativa- periodistes amb experiència i amb una formació sòlida en educació mediàtica.

Els cursos estan dividits en tres unitats formatives de dues hores i es faran entre els mesos de febrer i maig. La primera càpsula de formació es diu ***Periodismo vs Desinformación*** i pretén familiaritzar l'alumnat amb els fonaments periodístics i la

⁴⁴ **Almeria:** IES Abdera (Adra); IES Francisco Montoya (El Ejido, Las Norias de Daza) e IES Mar Serena (Pulpí). | **Cadix:** IES Fuente Grande (Alcalá del Valle); IES San Severiano (Cádiz); IES Salmedina (Chipiona); IES José Luis Tejada Peluffo (El Puerto de Santa María); IES Fernando Savater (Jerez de la Frontera); IES Paterna (Paterna de Ribera); IES Sancti Petri (San Fernando) e IES Cristóbal Colón (Sanlúcar de Barrameda). | **Còrdova:** IES Cárbula (Almodóvar del Río); IES Fidiána, IES La Fuensanta e IES Zoco (Córdoba); IES Ricardo Delgado Vizcaíno (Pozoblanco) e IES Profesor Andrés Bojollo (Punto Genil). | **Granada:** IES La Contraviesa (Albuñol); IES Alquivira (Huéscar); Centro Caja de Ahorros (Granada); IES Montevives (Las Gabias); IES Virgen de La Caridad (Loja) e IES Manuel de Falla (Maracena). | **Huelva:** IES Juan Antonio Pérez Mercader (Corrales-Aljaraque); Centro Santa Teresa de Jesús (Huelva); IES El Sur (Lepe) e IES Vázquez Díaz (Nerva). | **Jaén:** IES Santa Catalina de Alejandría. | **Màlaga:** IES Pedro Espinosa (Antequera); IES Joaquín Lobato (Torre del Mar) e IES Los Manantiales (Torremolinos). **Sevilla:** IES Alberca (Alcalá de Guadaira); IES Arrabal (Carmona); IES Luis Vélez de Guevara (Écija); IES López de Arenas (Marchena); IES Profesor J.A. Carrillo Salcedo (Morón de la Frontera); Centro Sagrada Familia Fundación Vedruna, IES Inmaculada Vieira, IES Joaquín Romero Murube e IES Salvador Távara (Sevilla).

responsabilitat social del periodisme, així com amb la seva funció en les societats democràtiques. En aquest sentit, facilitarà als joves amb les eines necessàries per analitzar críticament les informacions que reben per les xarxes socials i per saber comprovar la seva veracitat.

La segona unitat formativa, **Redes Sociales y Periodismo Comprometido**, aprofundeix en les plataformes digitals i en com aquestes s'han convertit en el mitjà difusor de notícies falses més important. Aquest curs també promou l'estudi de com els mitjans de comunicació i les xarxes socials utilitzen estereotips per referir-se a la figura de la dona o a les migracions; i en com eliminar-los.

El tercer mòdul, **Somos periodistas**, atorga el rol més actiu de tots a l'alumnat. Han d'elaborar continguts propis amb els coneixements adquirits en els dos tallers previs i els han de compartir en una pàgina que servirà com a punt de trobada per tots els centres andalusos que participen en el projecte.

8.2.2. (IN)FÓRMATE

Aquest projecte va sorgir l'any 2019 com a iniciativa de Google, la Fundación FAD Juventud i el Govern d'Espanya.

El projecte consta d'un seguit d'eines educatives per difondre i potenciar l'educació mediàtica i per fomentar el pensament crític entre joves d'entre 14 i 16 anys. Es gira entorn de les competències que es tracten durant la secundària: la comunicació lingüística, les competències digitals, socials, cíviques i culturals.

(In)fórmate neix amb l'objectiu d'incorporar-se a les aules de manera transversal; incloent-se en assignatures -d'horari lectiu- com Llengua i Literatura, Tecnologia i Educació plàstica, visual i audiovisual; per exemple. Aquesta iniciativa defensa una metodologia d'aprenentatge mitjançant els videojocs i la tecnologia. A través d'aquests dos elements es proporciona un contacte directe amb els mitjans de comunicació i els adolescents aprenen a gestionar i a valorar de manera crítica la informació que produeixen i que consumeixen.

La meta del projecte és que l'alumnat de secundària aprengui a combatre la desinformació i augmenti la seva capacitat de pensar críticament sense ajuda del docent; tot i que aquest sí que donarà suport als joves durant el procés d'aprenentatge. Aquest tracta d'un visionament de vídeos d'experiències a les aules i del foment d'activitats ERASER.

Les activitats ERASER consisteixen en una **formació gamificada** on l'alumnat participa de manera individual o en equips de fins a quatre membres. Els alumnes han de superar reptes i missions -a través d'una aplicació de jocs- basats en les quatre fases del pensament crític: **anàlisi de la informació, capacitat de deducció i conclusió, avaluació de la informació i producció del seu propi contingut**. El joc principal consisteix en un viatge al passat: els alumnes es traslladen des del futur per tal d'evitar els problemes que la desinformació ha ocasionat en el futur.

8.2.3. LA LLAVE MAESTRA DE LA COMUNICACIÓN

És un programa impulsat l'any 2014 per l'Associació de la Premsa de Jerez. El seu objectiu és que els joves de secundària i batxillerat siguin capaços de reflexionar críticament amb els missatges que reben dels mitjans de comunicació, que siguin capaços de veure més enllà d'un text a un diari o d'un informatiu televisiu; així com que disposin de les eines necessàries per saber valorar tota la informació de què poden disposar.

El taller consisteix, generalment, en tres blocs de continguts. El primer consta de sis tallers teòrics i pràctics on s'estudia la transformació dels mitjans de comunicació del paper al digital. El segon el formen cinc sessions informatives on s'exposa a l'alumnat quin tractament i cobertura fan els mitjans de comunicació sobre els sectors més vulnerables (entenent les temàtiques sobre menors i migracions). L'últim bloc es realitza en sis sessions i consisteix en una aproximació teòrica i pràctica a com tracten els mitjans de comunicació la perspectiva de gènere.

Aquests tres blocs són els que s'han dut a terme entre el 2014 i el 2019. A partir del 2020 i arran de les necessitats d'actualitzar-se es va afegir un taller sobre l'auge de la desinformació durant l'època de la pandèmia de la Covid-19.

8.3. ENQUESTA “PLATAFORMES CATALANES EM I AMI”

Les preguntes plantejades en l'enquesta van ser les següents:

BLOC I

- Nom de la plataforma / Entitat / Grup
- Data de fundació
- Nombre de persones que hi treballen
- Quin és l'àmbit professional dels treballadors? (professors, periodistes, pedagogs, psicòlegs, treballadors de màrqueting...)
- Quin és l'àmbit de cobertura geogràfica de l'entitat?

BLOC II

- Quin és l'objectiu principal de l'entitat?
- A quin col·lectiu es dirigeixen les activitats i propostes que presenteu? Podeu seleccionar més d'una opció
 - Educació infantil
 - Educació primària
 - Educació secundària
 - Batxillerat
 - Cicles formatius
 - Altres
- En cas d'haver seleccionat “Altres”, a quin col·lectiu us dirigiu?
- Quin és el canal de difusió principal que feu servir?

- Xarxes socials
 - Plataformes audiovisuals (YouTube, Twitch, Discord...)
 - Diaris
 - Escoles
 - Blogs
 - Altres
- En cas d'haver seleccionat "Altres", quin és el canal de difusió principal que feu servir?
 - Quina és la vostra xarxa social de referència? Podeu seleccionar més d'una resposta
 - Twitter
 - Instagram
 - Facebook
 - YouTube
 - Quins són els vostres eixos temàtics i línies concretes d'actuació?

BLOC III

- Projectes i/o aportacions a l'educació mediàtica en què participeu. Diferenciar entre les iniciatives PRÒPIES i les que han sorgit arran de la COL·LABORACIÓ amb altres entitats. *Cal respondre amb la quantitat de projectes i amb una explicació sobre els mateixos.
- Quants projectes vau realitzar durant l'any 2021? I durant el 2019? Conèixer la diferència entre ambdós anys serà significatiu per poder diferenciar entre l'època pre pandèmia i l'actualitat.

BLOC IV

- S'han desenvolupat projectes amb instituts? En cas que SÍ, cal respondre la quantitat i l'explicació dels mateixos. En cas que NO, cal respondre per què i si es planteja fer-ho.
- Treballeu amb centres educatius públics, privats o concertats? *Respondre només en cas de treballar amb escoles.
 - Públics
 - Privats
 - Concertats
 - Públics i privats
 - Públics i Concertats
 - Privats i concertats
 - Amb els tres
- Amb quines ciutats i/o pobles heu desenvolupat més iniciatives d'educació mediàtica?

BLOC V

- Visió de futur de l'entitat. Per exemple, explicar si preteneu ampliar els eixos temàtics, el personal que hi treballa, els projectes i/o col·laboracions, l'àmbit de cobertura i difusió...
- Mesures concretes que preteneu desenvolupar per afavorir la inclusió de l'educació mediàtica en el currículum acadèmic
- Observacions. En aquesta resposta podeu afegir qualsevol informació que considereu rellevant de la plataforma i que no s'hagi preguntat prèviament.

8.4. PREGUNTES PLANTEJADES AL GRUP DE DISCUSSIÓ I A LES ENTREVISTES

1. Per què s'ha d'introduir l'educació mediàtica a les aules?
2. Com s'ha d'introduir l'educació mediàtica a l'aula? Ha de ser una assignatura específica o s'ha d'introduir de manera transversal a totes les assignatures?
3. Cada dia es dediquen de mitjana 181,6 minuts diaris al consum d'internet (Orús, 2021) i gairebé dues hores al de xarxes socials (Mena, 2021). A això cal sumar que ni la meitat dels estudiants de secundària d'Espanya, ha rebut una formació sobre com reconèixer si la informació que consulta a Internet és certa, segons l'informe *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World* (OECD, 2021). Considereu que dintre d'aquesta educació mediàtica també s'ha d'estudiar en concepte de verificació digital?
4. Aquest estudi parteix de diverses hipòtesis, una de les quals és que l'Educació Mediàtica ha de començar a estudiar-se profundament en l'etapa de secundària. Tot i això, segons la vostra opinió, en quin període formatiu s'ha de començar a introduir aquestes competències i coneixements?
5. El Pla d'Educació Digital de Catalunya 2020-2023 ofereix el programa de Mentors Digitals per impulsar la digitalització dels centres educatius catalans. Segons el programa, amb l'acompanyament dels mentors els professors podran desenvolupar competències digitals i se'ls acompanyarà en l'elaboració de l'estratègia digital de centre, així com en una formació interna per assolir la competència digital. Creieu que això és suficient per formar el professorat o que ha de rebre una formació més específica?
6. Segons la vostra opinió, a quin àmbit professional han de pertànyer els responsables d'impartir l'Educació Mediàtica?
7. La Plataforma per a l'Educació Mediàtica compta amb un directori de membres que inclou totes les organitzacions catalanes que, d'alguna manera s'hi dediquen a l'Educació Mediàtica. Quin rol creieu que haurien de tenir aquestes entitats en la potenciació de la inclusió de l'educació mediàtica a l'educació?

8. Actualment l'experiència més significativa que s'està duent a terme per introduir l'educació mediàtica en els currículums escolars és precisament la reforma del currículum educatiu. Quines mesures plantegeu de cara al futur?

8.5. TRANSCRIPCIÓ DEL GRUP DE DISCUSSIÓ

- Per què cal estudiar educació mediàtica?

RB: Jo ja estic jubilat, però fa poc, quan treballava, una de les coses que dèiem era que si no estudiàvem en educació mediàtica i en educació en comunicació estàvem fent la meitat de la nostra feina. És a dir, el fet de no treballar amb els alumnes tot allò que tenen al seu voltant: les pantalles, la informació, internet... era com treballar mig món i deixar l'altre en un buit.

Per tant, si no es treballa l'educació mediàtica -que sembla que no volen que es treballi- doncs hi ha tot una sèrie de continguts i d'elements de reflexió que queden perduts.

D'altra banda, treballant l'educació mediàtica es treballen tot allò que actualment es diu "competències" de manera molt més motivadora i activa; però no hi ha manera que des dels poders educatius s'entengui aquesta situació. Jo he estat picant porta durant trenta o quaranta anys i no hi ha manera que s'entengui una cosa que en altres països doncs sí que s'entén i que hi ha optimisme per cobrir aquesta necessitat. Aquí no hi ha manera.

Hi ha la sensació que estàs fent una educació pròpia d'un altre temps i que, per tant, no estàs fent una cosa que veritablement valgui als teus alumnes.

NJ: Jo crec que és perquè és una necessitat social. Actualment, la gent vivim envoltats d'informació per totes bandes, és una de les característiques de la nostra societat. Viure envoltat d'informació té molts avantatges, perquè ens permet molts

aprenentatges i coneixements, però també és veritat que hi ha molta informació que és desinformació. Informació tòxica i que no és veraç.

També cal considerar que enmig d'una amalgama d'informació costa destriar i poder trobar totes les opinions i poder aconseguir els elements que t'ajudin a desenvolupar una opinió i, per tant, un sistema democràtic.

Per tant, donar als estudiants les claus i eines per moure's amb el seu món doncs és vital. Per exemple, és com quan va aparèixer la informàtica: vam haver d'ensenyar a moure'ns i a fer-la servir. Doncs ara és el mateix amb la informació. A més, tenir aquestes eines no és únicament poder-se moure i poder interpretar, sinó que també és que ells mateixos són productors de la informació. Amb dotze anys aproximadament tots tenen un *smartphone* que els fa generar informació i adreçar-se a la gent. Això òbviament també implica una sèrie d'obligacions ètiques i legals i, per tant, això s'ha d'ensenyar i s'ha d'educar.

CM: Per a mi, a part del que han dit el Ramón i la Núria, la justificació de per què cal treballar en educació mediàtica és perquè hi ha una autoconcepció errònia de totes les persones i és el fet de pensar que “tot això ja ho sabem”. O sigui, la sensació que tenim és que com que convivim envoltats d'informació i com que la rebem per tot arreu, ja som capaços de discernir què és cert i què no, què està explicat amb un to o amb un altre, si és un reportatge o no...

I després jo, per exemple, que els ensenyo a ensenyar, m'adono que ells mateixos tenen la sensació de saber-ho tot; de fet, ho diuen. Després, els hi faig fer una pràctica d'analitzar notícies -sempre en caire educatiu- i m'adono que no és el cas. Crec que a més de tot el que han dit els companys cal afegir que cal acabar amb la visió i la confiança que tenim en pensar que ho sabem tot. Alhora també és que forma part de les competències digitals, també es justifica per això.

MB: Recollint el que ha dit en Ramón, comparteixo molt la idea de dir que l'escola ha de trencar el mur i trencar la paret que la connecta entre el que és la part acadèmica

de l'aula i la part social en què vivim. Jo em foto tip de mirar cap al sostre cada cop que es treu el tema recurrent de si les pantalles i els mòbils s'han de fer servir a l'aula, quina política hem de tenir als centres sobre això... Sempre hi ha el *calentón* de dir que no es pot entrar amb telèfon al centre i la part menys justificada de dir que són eines interessants i útils per fer servir a les aules i que, per tant, s'han de tenir presents. Això el que fa és bàsicament connectar-nos amb allò que hi ha fora de les aules -i que els alumnes són molt conscients- i que a vegades nosaltres limitem i o desconeixem.

També hi ha una altra part que jo enllaçaria amb la idea aquesta que és que un té la sensació -des de secundària i fins a la universitat- que cada cop s'està consolidant més l'educació instructiva a l'educació formativa. Cada cop estem més en la línia d'una competència mal entesa, d'una competència que s'ha utilitzat en pro del neoliberalisme i que pretén l'alumne, molt compromès amb unes destreses molt concretes. Això se'ns ha venut des d'un progressisme malentès que ocasiona que cada cop hi hagi menys cabuda a la reflexió; i aquest és un tema que requereix molta reflexió i molta crítica. Per tant, són dissidències dintre del currículum. Ens trobem que qui vol apostar per això queda en el residu d'un equip de professors d'un grup impulsor que s'ho creu i que té interès per generar i per tirar endavant -evidentment en les seves hores no retribuïdes-. Si no amb el que també ens trobem és amb encaixos molt surrealistes d'acabar avaluant trimestralment la competència digital d'un noi per si un dia en una presentació Power Point va posar més o menys colors.

Ho estic simplificant, però per entendre'ns també d'on partim. Ara podríem parlar d'educació mediàtica, de *transmèdia*, del que expliquem a les universitats i de com de bé ho fem, però la realitat passa també per aquí. Per citar un projecte, citaria l'EduCAC. És un projecte molt seriós, però com tants i tants altres projectes, especialment a escoles i instituts, queden de forma residual en allò que bonament el professor li pot donar encaix en un currículum que no té previst implementar aquestes alfabetitzacions de forma seria. Llavors, tenim mitja hora de pla lector al dia alguns instituts que bonament intenten que allò que llegeix l'alumne pugui tenir una idea més transmediàtica. També trobem, per exemple, la idea d'implementar la competència digital. Hi ha professors que hi aposten i avalen la seva nota i la seva avaluació amb

fonamentació del que han anat fent al llarg del curs; però no té un encaix respectuós que hauria de ser evident en el currículum.

Bàsicament, m'agradaria assenyalar aquests dos punts: un que ve de la precarietat sistèmica que se'ns proposa i l'altra que ve del propi model, un model que cada cop tendeix més a l'aposta neoliberal i instructiva i menys al raonament, l'emparaulament i la crítica.

- **Com penseu que s'ha de treballar l'educació mediàtica? Ha de ser una assignatura específica o s'ha d'incorporar de manera transversal en totes les matèries?**

CM: Amb això jo tinc sentiments retrobats, en general, amb tot el que és la transversalitat. La transversalitat es recolza molt en la bona fe de qui l'ha de portar a terme. O sigui, jo parlo des del plànol de la universitat. El que passa moltes vegades és que una competència transversal és de tots, i el que és de tots és de ningú. En canvi, una competència específica és com que la tens més teva.

Llavors, jo aposto que s'ha de treballar avaluant-la. No l'avaluació considerada com una prova final on es vegi si es posen bé els colors, com deia el company; això és una avaluació final i és només un tipus. Jo m'estic referint a una avaluació continuada, formar i veure com s'està fent per poder veure l'evolució. Però si no veiem què s'està fent i ho intentem millorar, queda en terra de ningú. Per tant, jo apostaria per una assignatura específica si no hi ha un compromís que la transversalitat no quedi en res. És el que passa també amb la competència comunicativa, que es fa de manera transversal: hi ha gent que té dots de paraula i gent que no, i com que és una competència de tots i no de ningú, es perd. En resum, penso que si no hi ha una part específica, és complicat portar-ho.

RB: Jo també estic d'acord amb el fet que hi hagi un espai concret dedicat a l'educació mediàtica. El que passa és que avui en dia quan pronuncies la paraula "assignatura",

és com si hi hagués un àngel que t'envia a fora del paradís; és ser un retrògrad, una persona que no està al corrent de la nova pedagogia, etcètera.

Insisteixo, fa dècades, quan ja es plantejava l'educació mediàtica, hi havia la gent dels nous moviments pedagògics que deien que això no es podia plantejar perquè no es podien afegir més assignatures, que ja n'hi havia moltes. Hi havia dotze o quinze, la veritat. Alhora, quan plantejaves aquesta assignatura d'educació mediàtica, la gent que et contradeïa no feia res per eliminar aquest model i continuava existint un model amb unes assignatures que es van posar en l'època de Napoleó. Estava clar que calia fer alguna cosa.

La pràctica quotidiana d'un centre educatiu et diu que si no hi ha assignatures -encara que si volem ser més moderns ens podem inventar un altre nom- dins de l'horari no es pot fer res.

Doncs bé, jo penso que hi ha d'haver un espai i un temps concrets per dedicar a l'educació mediàtica. Jo per educació mediàtica sí que entenc una bona part del concepte de la informació, ja que té molta importància en el sector, però també al·ludiria a altres qüestions com la publicitat o els videojocs. Aquests donen diferents visions i ideologies del món amb què s'ha d'anar amb molt de compte). A més a més, aprofundir en aquestes parts de l'educació mediàtica és una cosa que interessa als nanos.

Doncs bé, jo soc partidari que hi hagi una assignatura. Però també us dic que pronunciar la paraula assignatura et pot costar que t'enviïn a l'infern, perquè clar, ara hi ha els projectes. Al centre on jo treballava hem tingut la sort de tenir sempre la direcció i bona part del professorat a favor d'aquesta idea i, per tant, el que hem fet ha sigut una educació mediàtica des de la clandestinitat. És a dir, quan existien els crèdits variables fèiem passar l'educació mediàtica per aquests crèdits. Ara que hi ha els projectes, la vestim de projectes. Però la cosa és, si no hi ha continuïtat, si fas només un projecte a primer d'ESO i després a tercer, en comptes de fer-ne trimestralment, no val per res. És a dir, hi ha d'haver una continuïtat i hi ha d'haver un enllaç entre el

programa d'educació mediàtica de primer, segon, tercer... si no, no val per res i només es treballa perquè els pares diguin “mira que bé que ho fa” i no té cap mena d'efectivitat.

NJ: Jo soc periodista i, per tant, no m'atreveixo a mullar-me perquè no sé prou. Això ho deixo als pedagogs perquè tenen més informació. Sí que vist des de fora i amb una visió més de mare que de professional, us dic que sempre fa una mica de por que al final la transversalitat s'acabi convertint en una mena de descafeïnar la importància que se li dona als aspectes que es treballen. Això sí que penso que seria perillós.

Crec que, i més en el món que estem, penso que deixant als pedagogs aquesta funció essencial de decidir com hauria de ser, estic convençuda que els professionals de la informació i de la comunicació hi ha de ser a l'hora de decidir com hauria de ser aquesta formació. Com a col·lectiu ens trobem que d'allò nostre tothom en sap, perquè sembla que de fer informació i comunicació tothom està, però no tothom s'està quatre o cinc anys especialitzant-se. Penso que aquest treball en comú dels graduats en comunicació i en pedagogia pot ajudar a definir molt com hauria d'acabar sent això.

Si em permetes m'agradaria afegir una cosa que s'ha comentat a la ronda anterior i que ha comentat el Marc. Nosaltres des del Col·legi fa dotze anys que estem fent programes d'educació mediàtica. Nosaltres tenim el programa de Premsa a les Escoles i la veritat és que funciona molt bé i l'acollida és molt bona. Però com deia ell, al final depens de la voluntarietat del professorat. És una cosa que em sembla que cada vegada és més injust perquè em sembla que estem creant una bretxa. És a dir, en funció de si tens la sort o no que et toqui un professor que estigui conscienciat d'aquestes circumstàncies, les teves garanties com a ciutadà estan més o menys garantides. Això és molt greu. Nosaltres com a periodistes tenim com a una de les missions defensar el dret a la informació, però això no és només aportar informació, sinó que arribi. Llavors, si no està arribant per desconeixement de com descodificar-la tenim un problema molt gros. Això ara ho estem deixant en mans del voluntariat. I jo ho entenc, eh. Perquè al final, per poc que conec del sector, estàs havent de decidir

si un programa d'educació mediàtica o un d'astronomia, o un Erasmus, són prou importants per a ensenyar-los a l'alumnat.

MB: apunto només tres idees a això que estem comentant i recollint això últim que es deia. No cal anar gaire lluny de casa nostra per trobar-nos països on la formació permanent del professorat forma part de l'horari lectiu del professorat, és a dir, està inclosa.

Nosaltres de formació permanent en tenim. Tenim serveis educatius, centres de recursos pedagògics, tot un pla de formació... És a dir, tot això ho tenim cobert i jo crec que amb una formació i amb professionals de qualitat. Però que de nou, més enllà de petits reconeixements que hi ha des del punt de vista dels mèrits i de la carrera professional, queda a expenses de les tardes i de les hores lliures que cadascú destina a formar-se. Repeteixo, tot això més enllà de les petites càpsules que entren dintre del que seria l'horari lectiu del professorat.

Dit això, jo també afegiria, per redundar i per comentar alguns exemples més. Jo porto cinc anys treballant en universitats i sis en instituts. Fent el doctorat a la Universitat de Girona vaig coincidir amb dos projectes Erasmus que vam impulsar des d'allà amb instituts en el marc de l'alfabetització mediàtica. Es va arribar a fer un congrés a un institut de Palamós sobre educació transmèdia. Vam portar referents del sector, Jenkins, Robert Pratten... i això ho va organitzar el centre. Va fer-ho perquè l'equip directiu des de fa quinze anys va decidir incloure una assignatura de competències digitals en aquesta modalitat d'optativitat que deia en Ramón. Dintre de la metodologia de les optatives, el centre va fer que l'alumne escollís aquella assignatura en algun dels tres trimestres. Ells podien fer teatre, esports o el que volguessin, però per aquella assignatura havien de passar tots. I en aquella assignatura s'han ensenyat moltes coses, com per exemple a utilitzar un programari de lliure accés. Això també és un tema de què podríem parlar molt. Com ha penetrat Google en les escoles i tot el que estem disponibilitzant en aquests servidors. Això el Departament s'ho creu i molt. I està apostant moltíssim en això.

No és per ser apocalíptic, però crec que ens hauríem de començar a preguntar algunes coses que van entrar de la nit al dia i que a poc a poc ens estan generant més dubtes.

- **Dintre de l'educació mediàtica, considereu que el concepte de “verificació digital” ha de tenir un pes important?**

NJ: Jo penso que tot suma, però pretendre que tota la informació a què tenim accés estigui verificada és impossible. Sempre serà un percentatge ínfim de la informació a què tenim accés. Per tant, tot suma eh i de fet, molt partidària que hi sigui. De fet, la feina dels periodistes es basa a contrastar informació. Però penso que és fonamental l'educació mediàtica en els sentits que parlàvem abans. La possibilitat de donar eines a un volum de gent és molt més gran, perquè és que el percentatge d'informació que s'està donant a la ciutadania és enorme. Fins a quin punt tota aquesta informació pot estar verificada digitalment? És cert que cada vegada les eines ajuden més i que cada cop ho faran encara més, però crec que poder-la abastar és molt complicat.

CM: Jo primer vull dir que quan parlem de xarxes, és curiós perquè tothom des de fora pensa que les xarxes s'han de prendre amb compte, i gairebé ningú pensa en la televisió i els diaris. Jo crec que part de l'educació mediàtica no són només les xarxes socials, sinó qualsevol mitjà que ens dona informació. L'exemple que poso és molt *tonto*, però mireu, la meua àvia es pensava que tot el que sortia a la televisió és veritat. Clar, jo tinc nois i noies de divuit i dinou anys -perquè a més, estan a primer- i això és com “ai, la tele i els diaris no diuen la veritat, posen el que volen” i, en canvi, no ho pensen de les xarxes perquè diuen que ho poden contrastar. Allò que dèiem a l'inici, que “tot ho sabem”.

En qualsevol cas, volia fer l'apunt que és important verificar la informació, tot i que potser és difícil fer-ho amb totes. De fet, els alumnes sempre em diuen que no poden verificar absolutament tota la informació que consumeixen i, en aquest sentit jo els hi dic que almenys ho facin amb aquella que sigui rellevant per ells, sigui perquè els interessa o perquè els hi afecta directament en la seva vida quotidiana. Per exemple,

el bulo que no es feia la selectivitat per la Covid o el canvi en la llei d'educació. Així és com jo penso que s'aprenen els passos de verificació digital, aplicant-ho.

Per a mi és una part important, però crec que no es poden oblidar la resta de mitjans. Perquè tots els mitjans -perdó a la periodista- tenen uns interessos darrere sempre. Això és així. S'intenta ser el més objectiu possible, alguns més que d'altres. A les xarxes hi ha uns algorismes concrets, però a la televisió i als diaris hi ha darrere algú que té un interès o un altre i per tant ens hi hem d'aproximar críticament també jo crec.

NJ: Jo crec que hi ha un element diferencial fonamental que no podem perdre de vista. No defensaré que tots els mitjans juguen fantàstic perquè enganyaria, però hi ha un element molt important i és que els periodistes estem sotmesos a un codi deontològic. Hi haurà gent que l'aplicarà, se'l creurà i el seguirà més o ho farà menys, però per exemple a Catalunya la col·legiació no és obligatòria i hi ha quatre mil professionals que sí que s'acullen al codi deontològic. Jo crec que l'ètica cada cop és més important en la matèria que tractem.

CM: Núria, t'apel·lo a tu per al·lusions. Volia dir-te que tens tota la raó, el que passa és que és cert que hi ha aquesta part, però el que veig jo quan parlo amb gent gran, per exemple, sembla que la visió dels diaris és que passa molts filtres. I això és com "compte", perquè podem agafar diversos diaris que diuen la mateixa notícia i de maneres molt diferents.

Em fa una mica de por que, quan parlem d'educació mediàtica està molt bé parlar de les generacions que venen, però que l'educació dels adults també continua sent molt important. La vida ha anat canviant i sembla que aquesta gent que ha passat dels cinquanta anys és com que ja ha acabat la formació i, per tant, ja ho sap tot; però realment penso que falta molta educació per aquesta banda.

I aprofito també per dir que m'ha fet gràcia això que has dit que "de comunicació tothom en sap". Em sembla curiós perquè amb l'educació passa el mateix. Són dos àmbits que els vivim: l'educació tots l'hem passat, perquè tots hem passat per algun

estadi educatiu; i la comunicació tothom la fa servir (tecnologies, televisió...). Són aquestes coses que sembla que es van perdent i jo crec que hem de treballar tots plegats.

NJ: Un dels nostres àmbits, de fet, també és això. Fa dotze anys vam començar a treballar amb nanos, però ara també ho fem amb gent gran. Precisament pel que tu dius, la informació que està mediatitzada, la gent gran tendeix a donar-li més credibilitat.

RB: És imprescindible parlar de la verificació de la informació, sí. Però des d'una perspectiva de la secundària, fins i tot jo diria que abans d'això, crec que caldria fer entendre la necessitat d'informar-se. Hi ha molts alumnes, molts, que no tenen cap intenció ni interès a fer-ho.

Una de les qüestions principals que intentem fer des de l'educació mediàtica és definir aquests camins fiables per informar-se i explicar la necessitat de recórrer aquests camins per estar ben informat. Hi ha molts adolescents que diuen que no hi ha cap avantatge en el fet d'estar ben informats i que mai de la vida es comprarien un diari. Però de fet, tant adolescents, com professors. Llavors si partim d'això, convèncer als alumnes que és convenient fer aquest camí d'estar informat i de fer servir mitjans fiables és molt més difícil. És que clar, si prèviament a les seves famílies no troben aquesta funció, costa que ho facin per nosaltres.

MB: Jo només sumaria una idea que crec que compartirem. La verificació que plantejaves no comença amb l'educació mediàtica, o no hauria de començar amb l'educació mediàtica. Estem anant a incidir en elements estructurals del que hauria de ser una bona educació. Aleshores, el que ens trobem és que aquella pràctica que no estem fomentant des de l'educació (amb totes les assignatures que plantejàvem abans), després ens la trobem tant en la pràctica del nostre alumnat, dels joves, dels veïns i les veïnes o de la societat en general en el moment de verificar continguts digitals, continguts dels mitjans... el que correspongui.

Però crec que és important incidir que no és pròpiament una tasca de l'educació mediàtica, sinó que s'ha d'anar a la idea que el que cal és aquesta pràctica d'informar-se; de comprar-se un diari i de tenir alguna cosa més que no siguin els ecos de la nostra veu, com deia l'Eli Pariser. Això és el que hauria de fomentar una educació - això sí, de forma transversal- en el currículum. Però és que això no ho descobrim ara, sinó que són els fonaments de l'escola republicana. O sigui, va d'això: de crear ciutadans lliures, en aquest sentit.

I repeteixo, no vull carregar tintes amb un discurs apocalíptic amb tot el que està passant, però la crisi en el sector educatiu és una cosa que ens fa estar alerta, estar canviant i estar evolucionant. De fet, és el que s'ha de fer: tenir una evolució continua. Però amb tot això, doncs hi ha coses que sorprenen molt.

Jo et llanço una dada, per si la vols contrastar amb els teus companys de quart de periodisme. Jo els hi faig classe d'una optativa i la veritat és que no s'han llegit a Manuel Castells, no s'han llegit la *Revolución de las masas*, ni Henry Jenkins. Jo els hi passo una llista de lectures a l'inici del curs que tenen a veure amb mitjans de comunicació, cultura i indústries culturals i, ostres, no és que no coneguin als autors, és que no se'ls han llegit. Clar que un estudiant de la Facultat de Comunicació coneix qui és en Manuel Castells, però no tenen cap coneixement de causa d'ell. I és que són periodistes, perquè en tres mesos tindran la titulació. Jo penso que estem ensenyant molt de càmeres, d'edició de programari, a com s'utilitza un croma... estem instruint molt bé, però estem fent pensar poc. Això només és un exemple. El fet de verificar no neix d'un programa d'educació mediàtica, sinó del nostre dia a dia com a ciutadans crítics, com a persones que emparaulem, que tenim la capacitat d'enraonar, d'argumentar i de veure què passa al nostre entorn.

- **Quan creieu que és convenient començar a formar en educació mediàtica?**

CM: Jo crec que si comencem a secundària anem tard. A primària com a mínim. Tu poses la hipòtesi que a secundària és quan es comencen a fer servir més mòbils; però

és que a primària també. El problema que està havent-hi a les escoles és que amb nou anys ja tenen mòbil. A més, no és només això: una cosa és tenir un mòbil i una altra és també tenir una tauleta, un iPad o qualsevol dispositiu que també dona accés a totes les aplicacions.

Jo crec que s'ha de treballar educació mediàtica des de l'etapa d'infantil. Que s'hagi de fer una incidència més conscient en els alumnes, a la primària. A mi la secundària em sembla tard.

RB: Si es volgués, des de P-3 es pot treballar. Però és que a més a més us he de dir que hi ha experiències que s'estan fent. Des de fa anys es fan experiències a P-3 de parlar de la publicitat de les joguines, per exemple. Amb nens i nenes de tres anys se'ls diu "mira, la joguina que surt a l'anunci és aquesta que tenim aquí, quina diferència hi ha entre les dues?"

El que sí que és veritat és que a secundària es pot aprofundir més, però com abans, molt millor. Potser si algun dia hi hagués l'obligatorietat de fer l'educació mediàtica, seria més fàcil començar a fer-ho a infantil i a primària per temes d'horari i d'estructura. Jo he fet classes també a primària i el grau de motivació dels alumnes és molt superior que a secundària, que gairebé passen de tu.

L'educació mediàtica té tres eixos fonamentals: coneixement del llenguatge, la producció escolar i la necessitat d'analitzar. Això es pot fer des d'educació infantil, òbviament adaptat al nivell, però es pot. Insisteixo, si volguéssim, no partiríem de zero, però és que no volem.

MB: Només sumo una dada molt breu, perquè estic molt d'acord amb tot el que s'ha exposat fins ara. Per constatar que això s'està fent i perquè trobis exemples i proves que determinen que hi ha gent que s'està movent -de manera altruista, això sí-, els centres de recursos pedagògics, que són un ens incorporat dintre dels serveis educatius, entre altres moltes coses, faciliten material a les escoles i la possibilitat de treballar-ho; és a dir, les eines pedagògiques per poder utilitzar-ho a l'aula.

No és casualitat que aquests centres, i t'ho dic amb coneixement de causa perquè hi he treballat a tres, bàsicament s'utilitzen per professorat de primària. Dintre de l'ús que se'n fa hi ha molt de material que ja està enfocat en el treball que es fa de l'alfabetització mediàtica. Des del programa eduCAC, fins a aspectes que van sobre la publicitat, o com per exemple s'ha treballat tot el que seria la idea de la robotització (però amb aquest component que implica fer-ho des de l'alfabetització mediàtica). És a dir, hi ha recursos i grups impulsors que han treballat sobre aquests temes més enllà del que l'oficialitat de la institucionalitat hagi pogut fer fins ara, que és poc. T'animaria que revisis el que s'està fent perquè hi ha moltes experiències.

Els projectes europeus són un gran focus de creació de projectes d'aquest estil, perquè hi ha la inquietud i la voluntat, però no hi ha els recursos. Llavors se sol·liciten els projectes, però no ara, Erasmus+, sinó ja des dels projectes com ENIOS (de fa anys), projectes *etwinning* que connecten professorat d'Europa sobre realitats diverses, hi ha moltes plataformes i programes on el professorat se sent cridat a no haver de, a sobre, posar diners per comprar les eines, pagar al professorat perquè t'ofereixi unes jornades, etcètera. Hi ha tot un ventall de recursos que fora de l'institucionalitzat s'han treballat.

NJ: Jo no em sento capacitada per dir-te quan, perquè soc periodista, però em sona molt bé el que explicaven els companys. M'he quedat horroritzada quan la Cristina ha dit que amb nou anys els nois ja tenen mòbil, perquè, és el que dèiem abans, no és únicament que puguin accedir a consumir, sinó la capacitat que tenen de divulgar informació. És una responsabilitat enorme. Si això realment és així, sí que ens hem de posar als dos i als tres anys. És que es poden fer molt de mal i poden fer-lo, també.

- **A quin àmbit professional han de pertànyer els encarregats de format en educació mediàtica?**

NJ: Nosaltres apostem per la barreja.

RB: Avui en dia dins de les plantilles dels instituts hi ha arquitectes, enginyers, economistes, advocats... Rebríem amb els braços oberts que hi haguessin més periodistes. És més, jo estic convençut que el món de la comunicació i el periodisme és el que ens falta. O sigui, ja que des de la docència hem fracassat en aquesta croada de l'educació mediàtica, el món del periodisme potser és qui ha de fer aquesta sacsejada social perquè s'entengui que l'educació mediàtica és una necessitat.

A l'educació mediàtica no li calen molts recursos, ni molt pressupost. És una educació pobra, no s'han de fer grans coses. El que cal és una voluntat política que no hi és. Si el món del periodisme ens ajudés, possiblement sorgiria una via.

Jo crec que seria molt enriquidor que aquesta assignatura la fes gent formada en comunicació. Així també es vencerien les reserves *gremialistes* que hi ha. Hi ha molta gent que ve d'altres sectors i que actualment està fent classes a instituts.

MB: Jo vull incidir en la idea aquesta perquè penso que és molt important. Si d'alguna cosa falta en els centres segurament és més gent formada en magisteri, especialment en els instituts de secundària.

Fa uns anys el Departament d'Educació va obrir la porta (per necessitats evidents de *babyboom*) a què qualsevol que tingués una titulació superior pogués entrar a llistes; entre ells per exemple jo, que soc periodista. Això ha fomentat que durant uns quants anys tota una sèrie de gent, hagi estat fent pedagogia sense cap mena de formació pedagògica; o que, com a mínim, ho hagi intentat. Ara això ho està intentant resoldre amb el màster; però en qualsevol cas, jo també em preguntaria, fins a quin punt el professorat té la formació suficient per a abordar aquest tema, tot i les hores de dedicació no pagades que dedica. La multidisciplinarietat amb què ens trobem és cada cop creixent.

A més ens trobem amb dues realitats molt diferents:

- D'una banda, el professor que fa vint-i-cinc anys que va decidir que després d'estudiar la carrera de química va decidir que seria professor de química.

- D'altra banda, aquella persona precaritzada en el seu sector laboral que s'ha decidit reconvertir en professor. Aquestes dues realitats també hi són presents, més enllà d'un grup important de docents que van apostar per la docència des del primer moment.

CM: Agafo la paraula del Marc perquè precisament això és la realitat. Jo crec que nosaltres des del sector educatiu sempre es parla de l'educació 360, la dels agents socials... L'educació mai pot recaure en la figura d'un docent, primer, perquè un docent no ho sap tot. El coneixement, de fet, ja no és tan important. Ara importa més que es fa amb aquest coneixement, com s'arriba, com es transfereix i com es verifica. Dins d'això també s'han de diferenciar dos punts:

- L'educació primària i infantil de les persones que estan allà i són especialistes en educació.
- La secundària i fins i tot la universitat, que són persones especialistes d'una matèria i després fan alguna coseta sobre educació per saber mínimes metodologies i poder ensenyar.

Aquí hi ha un salt molt gran. Crec que influeix molt si se sap sobre educació, si se sap què s'ha de fer... Un mestre de primària que hagi de treballar un tòpic no tindrà tant en compte el tòpic sinó ajudar que als seus alumnes arribi aquest aprenentatge; per tant, anirà aprenent amb ell.

Ara, són els únics que ho han de fer? No. Al revés. Precisament, quan es parla de xerrades sobre violència de gènere doncs a vegades et porten a persones que estan en aquelles associacions perquè puguin explicar què es fa, com ho fan, etcètera. Això es fa perquè no tots tenim els seus coneixements i, per tant, s'ha d'aprofitar. Nosaltres precisament potenciem que s'han d'aprofitar tots els agents socials. Si això en el cas de l'educació mediàtica fa referència, per exemple, al Col·legi de Periodistes, doncs seria ideal que participessin.

- **Fins a quin punt el professor té una formació sòlida i suficient per a formar en educació mediàtica?**

RB: Enllaçant amb l'altra pregunta anterior, fa uns anys va néixer la figura de l'educador. Una idea que defineix a una persona que prové de qualsevol matèria, però que tingues especial interès en l'educació mediàtica. Aquesta persona el que feia al centre era coordinar els aprenentatges sobre educació en comunicació i formar-se permanentment en educació mediàtica, així com formar als companys de centre. És una idea que, com moltes altres coses, es va llançar a la paperera.

És evident que els professors no estan formats per educar en mitjans, però sí que hi ha voluntat per tirar endavant l'educació mediàtica. Una dada: abans de la crisi del 2008, una de les coses importants que va fer el Departament d'Ensenyament de l'època va ser posar diners per fer una Escola d'Estiu d'Educació en Comunicació. A cada escola es matriculaven sis-cents professors de tot Catalunya, cosa que demostra que sí que hi havia un interès. Evidentment, però, no hi ha formació. A més, és una formació totalment voluntarista, ja que pots anar a cursets i fer formacions pel teu compte, però no hi ha una voluntat continuïsta.

MB: Només vull citar un exemple. L'educació mediàtica és cert que no requereix molts recursos econòmics, però, fins i tot, si el Departament s'hagués de plantejar fer alguna inversió, com podria ser la figura de l'educador; de fet, a casa nostra tenim un grup de recerca molt potent en aquest tema, el grup de recerca d'Ignacio Aguaded. Fixa't en una situació: en el període 2004-2008, la Secretaria General de l'Esport de l'època penjava d'Esquerra Republicana i van decidir impulsar el Pla Català d'Esport a l'Escola, que, de fet, encara segueix. Era un pla que pretenia que cada centre tingués un responsable que impulsés l'esport escolar fora-d'hores lectives perquè creixessin en la dinàmica de l'esport escolar, la vida saludable, etcètera. Això va créixer fins a tal punt que cada institut i cada escola tenia un coordinador del Pla Català d'Esport a l'Escola amb una assignació econòmica d'aproximadament mil euros anuals per aquell professional. Jo conec pocs plans que tingués el professor -escollit pel centre-, una

assignació de mil euros a títol personal per ser coordinador d'un pla, en aquest cas el d'esport.

Perquè ens fem a la idea, el cap d'estudis d'un centre escolar pot cobrar un complement de tres-cents o quatre-cents euros mensuals. Evidentment, són més de mil euros anuals, però si ho posem en comparació amb el que pot ser la figura d'un tutor de grup, que deu tenir un complement d'uns vuitanta euros mensuals, era una aposta molt decidida. És un exemple que quan el Departament ha cregut, fos pel que fos (probablement també pels interessos polítics del moment), els diners han aparegut.

També et diré que a la figura aquesta de l'educador que comentava en Ramón, cada cop se li ha donat més un fil tècnic. El que trobem ara en els centres és aquella persona que té expertesa en sistemes wifi, IP's... no sé quantes històries que serveixen per solucionar la vida del professor quan se li penja l'ordinador. Més enllà d'això, falten les dues parts: tant la de l'*edu*, com la del *comunicador*.

- **Quin penseu que hauria de ser el rol de les organitzacions que es dediquen a l'educació mediàtica en l'àmbit de treballar l'educació mediàtica als centres d'educació formal?**

CM: Jo desconec el paper exacte que tenen, però sí que penso que s'ha d'anar de bracet i participar activament en diferents moments que sigui necessari. Crec que s'han d'aprofitar i intercanviar recursos, perquè a vegades quan es creen els recursos, cadascú se'ls queda. A vegades no amb mala intenció, eh, sinó que no sabem difondre'ls, o qualsevol cosa.

RB: Ara està aturada la Plataforma per la pandèmia. Ens reuníem regularment a la seu del CAC, però ara portem com dos anys que no funciona. Dins d'aquesta plataforma hi ha entitats que treballen elements extraescolars, cosa que està molt bé. Fan tallers, cursos... tot dintre de les escoles.

Però hi ha una cosa primordial i que jo he intentat explicar més d'una vegada a la Plataforma, i és la qüestió de negociar amb el Departament d'Ensenyament la necessitat d'incloure l'educació mediàtica. Però és que clar, el Departament d'Ensenyament no es vol deixar negociar. Diuen "no, no, vosaltres no teniu res a veure. L'educació és cosa nostra". Però sí, quan va néixer la Plataforma aquesta, l'element principal era intentar negociar amb el Departament per anar introduint de mica en mica l'educació mediàtica en el dia a dia de les escoles. Però això en aquests moments el Departament no ho contempla, té una paret i no hi ha manera ni tan sols que s'assegui.

MB: Els instituts i les escoles són un lloc on advocar tot. És a dir, de projectes hi ha cada setmana: alguns més institucionalitzats (des del reciclatge, les escoles verdes, les biblioteques escolars, l'educació viària, la sanitat...). El que passa és que la saturació del professorat i dels equips docents és important, tant a primària com a secundària. Per tant, fer determinades coses es fa complex.

Aleshores, jo crec que hi ha diferents espais on incloure l'alfabetització mediàtica. Si el Departament es creu allò que dèiem abans de les competències, si s'ho creu, pot apostar per això. I fer-ho sí que vol dir calés. I vol dir que la formació del professorat es reconegui en el seu desplegament laboral, que es puguin formar en aquestes eines i que les sàpiguin incloure a l'aula. Per tant, hi ha possibilitats de desplegar això i probablement de forma més transversal del que aparentment sembla, el que passa és que, s'ha de creure.

NJ: Jo penso que una de les gràcies de la Plataforma és que aglutina a gent molt diferent i amb objectius molt diferents; de formació, de recerca... I això és molt interessant, aquesta suma de motivacions aglutinades en un objectiu comú.

Nosaltres hi som com a Col·legi de Periodistes i el nostre objectiu és la defensa de la llibertat d'informació i creiem que actualment està amenaçada per la desinformació. Per tant, allà el que diem és que l'educació mediàtica ha de ser obligatòria a primària i a secundària, això és el que defensem i pretenem. Però és que no només s'acaba

amb el col·lectiu de gent jove. Nosaltres un altre col·lectiu vulnerable que considerem ara és el de la gent gran. Volem posar aquest focus i fer veure que la llibertat d'informació està amenaçada per a tots aquests col·lectius especialment vulnerables.

Costa molt trobar finançament per fer formacions, i nosaltres ara és gràcies a Barcelona Activa, que estem fent tallers dirigits a gent gran i que es fan a diferents biblioteques de Barcelona. Vull dir, cal tenir també en el focus tots els col·lectius vulnerables a la desinformació: gent amb determinades malalties, per exemple.

- **Què s'ha de fer de cara al futur?**

CM: Per a mi ho engloba la competència digital. Treballar la competència digital engloba treballar l'educació mediàtica. Segons jo, és el que falta. Tenir alumnes que surtin formats, i les persones que estan en actiu que es formin, en competència digital. Tenir una competència digital docent suficient que permeti que els alumnes puguin formar-se; i d'aquí surt l'educació mediàtica, entre d'altres.

No voldria focalitzar-ho només en això perquè jo ho veig des d'una altra perspectiva una mica més gran, però per a mi seria fer política i invertir.

També volia comentar una altra cosa sobre els espais per on arriba la informació i després m'ha vingut al cap una altra cosa. Crec que també són importants alguns tipus de comunicadors que hi ha avui en dia: els *youtubers*, *instagramers*, influenciadors... perquè aquesta informació falsa a vegades també arriba per la seva part. És semblant a les xarxes socials, però crec que les plataformes dels *streammers* també tenen una capacitat d'influència i de donar informació important que entra dins de tot aquest cas.

RB: Jo volia constatar aquest fracàs, perquè ja fa anys que existeix, i és per això que penso que potser, des del món de la comunicació caldria que es col·laborés amb aquest sentiment social de l'educació mediàtica, perquè des del món de l'educació ja està vist que no es pot fer. Potser ens ha faltat habilitat, negociació, o fins i tot habilitat negociadora.

Així que potser els nous periodistes haurien d'intentar-ho, perquè és realment desesperançador dedicar tants esforços i veure que no funciona, sinó que s'endarrereix. Això ho dic perquè hi va haver un moment que el Departament d'Educació s'ho creia, però va eliminar a tota aquesta gent que estava allà lluitant perquè l'educació mediàtica fos una petita realitat. També van eliminar la petita estructura que hi havia.

MB: Jo només volia afegir que el Departament en aquests últims anys ha impulsat la figura del coordinador digital que, de fet, en aquests últims mesos, tot el personal funcionari que podia acreditar anys d'experiència i una afinitat (des del punt de vista de la seva experiència curricular) en l'àmbit de les noves tecnologies, ha pogut accedir a aquests llocs. De fet, són perfils que pegen dels serveis educatius. Aleshores, hem de veure cap a on s'orienten aquest tipus de perfils.

Tot això neix arran de l'impuls del Mobile World Congress i de totes aquestes històries que s'han impulsat des de les relacions amb la conselleria d'educació per vincular-ho en el projecte. Ara haurem de veure cap a on camina això. Si, de nou, tot això torna a anar cap a la vessant de les noves tecnologies i, per tant, el vessant instructiu (wifis, IP...) ens tornarem a equivocar perquè estarem tornant a deixar al marge l'educació crítica en mitjans.

També, vull apuntar que la universitat els grups superiors, els grups de recerca, la ICS (institut de ciències d'educació vinculats a les universitats) durant tots aquests anys han fet molta i molt bona feina. Per tant, el problema no és que no s'hagi treballat i que no s'hagin tingut idees i projectes, sinó que no hi ha hagut la voluntat política. Per tant, es tracta d'això, de sumar una pota més a les reivindicacions que precisament en aquests dies s'estan materialitzant i que han anat diluint-se.

CM: M'he sentit interpel·lada amb alguns comentaris del Marc. No seré jo qui defensi el Departament d'Educació, però, dues coses. Del que estàs parlant és del programa de Mentors Digitals, que precisament és una figura que pretén ajudar perquè el

professorat sigui competentment digital. Per sort, l'única cosa que el Departament té al cap (i que ve per diners), és que no es parla de la tecnologia com un aspecte instrumental, sinó com la competència digital; que és una altra visió on hi ha la part de l'ètica, del civisme, l'ús de les tecnologies amb un propòsit, l'esperit crític... Tot això està implícit en la definició de les competències, en realitat. De fet, això ve del marc europeu (DigCom Edu) i des d'allà s'ha traduït perquè el professorat compleixi amb el 80% de les coses que estan fent.

Només volia dir-ho per complementar el que comentava el Marc perquè per fi per una vegada no s'està mirant a la part instrumental; com a mínim, no des de la base. Una altra cosa és com es materialitzi amb els cursos; que, pel que sé, volen fer-ho en l'àmbit competencial en lloc de contar hores. El resum és que no parlem de tecnologia ni de noves tecnologies -que això ja no existeix-, sinó de competència digital.

MB: Estic d'acord i ho has explicat molt bé, però penso que haurem de veure cap a on va això. D'entrada, els perfils que s'estan seleccionant són tecnòlegs i perfils d'antics coordinadors TAC, que haurem de veure si ara es dediquen a desplegar la *gsuite* en els instituts, o a alfabetitzar sobre que implica la *gsuite* en els mateixos centres. Aleshores, s'ha de veure cap a on va tot això, però sí, són un perfil i, de fet, el primer pas per motivar aquesta implementació de l'educació mediàtica en els centres. I estaria molt bé que ho fos des d'aquest esperit competencial ben entès i benintencionat.

8.6. TRANSCRIPCIÓ D'ENTREVISTES

8.6.1. MIQUEL ÀNGEL PRATS FERNÁNDEZ

1. Per què s'ha d'introduir l'educació mediàtica a les aules?

Jo crec que per un tema de pensament crític. Jo penso molt en les Sis C de Michael Fullan, un gran expert en innovació educativa. Ell, igual que diu el Yua Noah Harari, quan parlen de quins són els reptes de l'educació en el segle XXI, Harari parla de les

4 C i Fullan de les sis. Les quatre en què coincideixen per educar als infants en el futur són comunicació, col·laboració, creativitat i pensament crític, que gairebé s'acompleix tot amb l'educació mediàtica. Fullan n'afegeix dues més, el caràcter i el civisme. El caràcter pel que fa a la part més reflexiva, i el civisme pel que fa a la ciutadania, que també va amb c.

En qualsevol cas, em sembla que és just que en un món en què tot ha estat digitalitzat i fortament influenciat per les xarxes socials, el món de la informació i de la comunicació, què menys que alfabetitzar amb el mateix llenguatge amb què es mouen els infants i els adolescents. De la mateixa manera que els ensenyes a llegir i a escriure, doncs que també sàpiguen llegir i escriure en els mitjans audiovisuals.

2. Com s'ha d'introduir l'educació mediàtica a l'aula? Ha de ser una assignatura específica o s'ha d'introduir de manera transversal a totes les assignatures?

En algun moment caldrà posar-ho com a una assignatura. Jo soc dels que pensa que millor sempre treballar-ho de forma transversal, però també és molt difícil i utòpic. No tots els professors saben del mateix tema, i al final és molt difícil. Llavors, potser posar una assignatura que sigui el pretext i l'excusa per fer-ho per projectes els pot ajudar i pot ser, d'alguna manera, un bon recurs.

S'han de treballar els anuncis, la publicitat, el llenguatge radiofònic, treballar el llenguatge audiovisual, la creació de vídeos, etcètera. S'ha de treballar tot el que pot suposar l'educació mediàtica, i si això va acompanyat d'un treball de continguts doncs podria ser un tipus de projecte en el qual al final no s'està treballant només en aquella assignatura parcialitzada sinó que s'està fent acompanyada d'altres continguts i qüestions. Trobo que és un camí tant interessant com necessari i urgent.

3. Cada dia es dediquen de mitjana 181,6 minuts diaris al consum d'internet (Orús, 2021) i gairebé dues hores al de xarxes socials (Mena, 2021). A això cal sumar que ni la meitat dels estudiants de secundària d'Espanya, ha

rebut una formació sobre com reconèixer si la informació que consulta a Internet és certa, segons l'informe *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World* (OECD, 2021). Considereu que dintre d'aquesta educació mediàtica també s'ha d'estudiar en concepte de verificació digital?

Cada cop és més urgent, sobretot el tema del *fact checking*, dades d'informació i *fake news*. Crec que és molt urgent donar eines, recursos i estratègies per verificar exactament allò que consumeixes mediàticament i per estar millor informats, perquè al final s'ha de qüestionar absolutament tot. De fet, també té a veure amb el pensament crític. Consumeixes exactament allò que tens al davant, i com més recursos tinguis per saber si allò que t'estan dient és veritat o no, més lliure et sentiràs.

- 4. Aquest estudi parteix de diverses hipòtesis, una de les quals és que l'Educació Mediàtica ha de començar a estudiar-se profundament en l'etapa de secundària. Tot i això, segons la vostra opinió, en quin període formatiu s'ha de començar a introduir aquestes competències i coneixements?**

Jo m'atreviria a fer-ho ja des de l'Educació primària. És a partir dels onze o dotze anys que les dades sobre el consum de pantalles comencen a ser esfereïdores. L'àmbit de la franja de cicle superior de primària comencen a consultar temes de pornografia i coses així amb onze o dotze anys. Com més aviat s'incideixi en un ús ètic, responsable i crític de les tecnologies, és molt millor.

En l'etapa de secundària a vegades ja és massa tard perquè passen de tu i no et fan gaire cas. Per això penso que s'ha de fer des de l'arrel.

- 5. El Pla d'Educació Digital de Catalunya 2020-2023 ofereix el programa de Mentors Digitals per impulsar la digitalització dels centres educatius catalans. Segons el programa, amb l'acompanyament dels mentors els professors podran desenvolupar competències digitals i se'ls**

acompanyarà en l'elaboració de l'estratègia digital de centre, així com en una formació interna per assolir la competència digital. Creieu que això és suficient per formar el professorat o que ha de rebre una formació més específica?

Jo que crec que hi ha tres tipologies de professors. Les gestions del canvi, en matèria d'innovació i lideratge sempre s'ha basat en tres raons, i és que la gent no canvia bàsicament per tres raons: no saben, no poden o no volen.

Els que no saben poden formar-se, els que no poden és perquè creuen que els hi falta temps, que no poden o que no sabran i després hi ha el col·lectiu més gran; el dels que no volen. D'aquests n'hi ha molts, són resistents i reticents al canvi, ni volen apropiat-se a res relacionat amb la tecnologia.

Em refereixo al fet que penso que el professorat sovint està molt desfasat i viu en una galàxia completament diferent del que diuen els seus alumnes. Desconeixen el consum mediàtic que tenen, no coneixen les eines ni els hàbits. Viuen en un món paral·lel, però tampoc volen afegir-se al món real. Els docents, i dient això també em refereixo a educadors i pares, haurien de fer un esforç molt important per apropiat-se a aquest món, el real. Això podria fer-se amb tallers o sensibilitzacions, podrien veure que això no fa por i que és important també tenir una mirada crítica en aquestes coses.

També hi ha un altre factor que penso que és clau: els adults no som bon exemple de l'ús de la tecnologia ni de les xarxes, i això tampoc ajuda.

6. Segons la vostra opinió, a quin àmbit professional han de pertànyer els responsables d'impartir l'Educació Mediàtica?

Jo creuria molt a trencar professions. Creuria en què siguem capaços de ser interdisciplinars. Quan parlem d'alfabetització o d'educació mediàtica hauríem de predicar amb l'exemple. S'haurien de posar pedagogs i periodistes, per exemple; i que tots dos siguin capaços de treballar al voltant d'això. De fet, si a més a més es

poguessin posar algun jove *influencer*, *youtuber*, creador de contingut... qualsevol expert en xarxes i plataformes digitals que també pogués donar una mirada pròpia del que s'està fent i del que està passant seria molt interessant.

La solució implica fer un treball interdisciplinari, no només amb pedagogs, ni només amb mestres, ni periodistes, ni creadors de continguts. S'ha de fer un treball conjunt per poder fer una cosa diferent i útil.

7. La Plataforma per a l'Educació Mediàtica compta amb un directori de membres que inclou totes les organitzacions catalanes que, d'alguna manera s'hi dediquen a l'Educació Mediàtica. Quin rol creieu que haurien de tenir aquestes entitats en la potenciació de la inclusió de l'educació mediàtica a l'educació?

Sí, haurien de tirar, liderar, impulsar projectes i tenir iniciatives. De fet, també penso que han d'escoltar què està passant en els diferents col·lectius. Han de fer d'observatori i amb el que veuen anar fent periòdicament un petit baròmetre sobre les qüestions que s'involucren en l'educació mediàtica. Tenir una pàgina web on hi ha recursos més aviat estàtics no és suficient, han de ser més actius i impulsar accions reals i vives.

8. Actualment l'experiència més significativa que s'està duent a terme per introduir l'educació mediàtica en els currículums escolars és precisament la reforma del currículum educatiu. Quines mesures plantegeu de cara al futur?

Crec que la mesura més immediata ha de ser escoltar més als infants i als adolescents, veure quins són els problemes de base, provocar formacions a mida, tenir en compte els col·lectius més vulnerables i, per tant, anar picant molta pedra. Però sent sempre conscients de les necessitats immediates i actuals.

Hi ha molta gent molt analfabeta digital i mediàticament. És un drama, i amb tot el que vindrà sobre *fake news*, *Big Data*, intel·ligència artificial, que ja arriba un punt que veritablement no saps si el que tens en pantalla és veritat o mentida, si continuem així acabarà sent un problema de desinformació en l'àmbit general molt més greu.

Ja està sent un problema ara amb la guerra, que no saps realment si el que tens en pantalla és el que està passant, o com pots saber realment què passa. És a dir, arriba un punt que necessites que algú t'expliqui què passa. Penso que la gent necessita InfoK. Ara mateix hi ha molta gent adulta que s'informa sobre la guerra amb pàgines que ho expliquen d'una manera més dirigida a infants, com l'InfoK, doncs per alguna cosa serà. Perquè ja no se sap ben bé què passa, per tant, potser cal que s'expliqui des de zero per què aquella gent s'està matant. És que ja no se sap, ni s'entén, absolutament res. Tot el que arriba està parcialitzat en forma de mosaic, i crec que al final cal que algú acabi explicant les coses directament i tal com són.

8.6.2. CRISTINA PULIDO

1. Per què s'ha d'introduir l'educació mediàtica a les aules?

Realment l'Educació Mediàtica des de fa dècades la Comissió Europea la considera com a una de les competències fonamentals de cara a la formació dels estudiants. El que veiem és que no hi ha la mateixa política a tota Europa i que depèn molt de cada país si s'integra com un element transversal, obligatori o optatiu.

Tal com tenim el context social, no tenir aquesta competència, o una assignatura que treballi la perspectiva i la reflexió crítica de l'ús dels mitjans és una mancança. Per tant, cal resoldre-la i potenciar que als centres educatius hi hagi una assignatura d'educació mediàtica obligatòria.

Igual que hem d'aprendre a llegir i a escriure, o les matemàtiques, i igual que totes aquestes assignatures es consideren competències bàsiques, doncs la mediàtica també hauria de considerar-se, perquè ho és.

2. Com s'ha d'introduir l'educació mediàtica a l'aula? Ha de ser una assignatura específica o s'ha d'introduir de manera transversal a totes les assignatures?

Aquí hi ha una mica de debat i de controvèrsia. Segons quins experts consideren que ha de ser transversal i d'altres prefereixen que sigui obligatòria. Jo, en el meu cas, recolzo que sigui obligatòria.

És que quan parlem de la transversalitat, si no hi ha un projecte real que miri i vetlli per la transversalitat i perquè veritablement hi hagi una presència en totes les assignatures, queda en paper mullat. Si no hi ha un projecte a darrere on s'assegura que aquesta competència es treballarà en totes les assignatures, queda com un element decoratiu i no es treballa a fons: no serveix de res.

En canvi, si s'implementa com a una assignatura, sí que hi ha un ús real. És com l'assignatura de llengua. Saber parlar i escriure s'utilitza a totes les assignatures, és un element transversal. Però clar, hi ha una assignatura específica sobre això. Per què no passa amb l'educació en mitjans? Perquè igual que la llengua i les matemàtiques formen part de la nostra vida quotidiana, l'educació mediàtica també; i cada cop més.

3. Cada dia es dediquen de mitjana 181,6 minuts diaris al consum d'internet (Orús, 2021) i gairebé dues hores al de xarxes socials (Mena, 2021). A això cal sumar que ni la meitat dels estudiants de secundària d'Espanya, ha rebut una formació sobre com reconèixer si la informació que consulta a Internet és certa, segons l'informe 21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World (OECD, 2021). Considereu que dintre d'aquesta educació mediàtica també s'ha d'estudiar en concepte de verificació digital?

Evidentment, tal com ja s'ha anat veient durant els últims dos i tres anys a causa de la infodèmia, sí. L'educació mediàtica en els currículums actuals (el de la UNESCO del 2020-2021 per la formació del professorat), ja inclou tot un apartat dedicat a la verificació.

4. **Aquest estudi parteix de diverses hipòtesis, una de les quals és que l'Educació Mediàtica ha de començar a estudiar-se profundament en l'etapa de secundària. Tot i això, segons la vostra opinió, en quin període formatiu s'ha de començar a introduir aquestes competències i coneixements?**

Des d'infantil. Els nens i les nenes estan amb tauletes i mòbils des que van a infantil. I si els nens estan fent servir tecnologia des de llavors, se'ls ha de formar. Evidentment, s'han de fer continguts adaptats, perquè no es pot ensenyar el mateix a un adolescent que a un nen de quatre anys.

Però començar a parlar amb els nens i nenes d'infantil és clau. De fet, al Regne Unit, en el currículum obligatori, que hauria d'estar a totes les escoles, hi ha un apartat de com prevenir els riscos de l'ús dels mitjans i comença a aplicar-se amb tres anys. Parlem dels perills, dels riscos, de com potenciar l'ús creatiu i positiu dels mitjans per aprendre.

Per tant, estudiar-lo en profunditat a l'adolescència potser estar bé perquè hi ha més consciència, però per partir de zero es va tard. Cal que des de l'educació hi hagi una visió que conscienciï que la competència crítica és una urgència.

5. **El Pla d'Educació Digital de Catalunya 2020-2023 ofereix el programa de Mentors Digitals per impulsar la digitalització dels centres educatius catalans. Segons el programa, amb l'acompanyament dels mentors els professors podran desenvolupar competències digitals i se'ls acompanyarà en l'elaboració de l'estratègia digital de centre, així com en una formació interna per assolir la competència digital. Creieu que això**

és suficient per formar el professorat o que ha de rebre una formació més específica?

Rotundament no. De fet, fixa't, a Periodisme tot això només es tracta com una optativa. Si vas a veure graus d'educació primària o d'educació infantil, potser hi ha alguna assignatura de tecnologia, sobre l'educació mediàtica, que a Periodisme no hi és.

I això és una mancança. Si te'n vas a l'estranger, veuràs que la part de *media literacy* està molt present a tots els currículums d'educació. Però evidentment, falta cobrir aquesta mancança. Encara que s'estan fent passos, majoritàriament són voluntaris: és a dir, tu ets qui ha de decidir apuntar-se a aprendre coses sobre educació mediàtica. En canvi, tu, com a professor, no ets qui ha d'apuntar-se a estudiar matemàtiques perquè ja ho estudiaràs durant la formació.

És veritat que en la nostra universitat tenim el màster d'Educació i Comunicació i que a Andalusia n'hi ha un altre, però generalment no hi ha una oferta molt gran per formar des de l'educació mediàtica.

6. Segons la vostra opinió, a quin àmbit professional han de pertànyer els responsables d'impartir l'Educació Mediàtica?

Penso que ha de ser una persona que sigui una intersecció entre educació i comunicació. La part de periodisme és necessària. Tota la formació que té un periodista sobre l'ús dels mitjans, els perills... cal reforçar-la a l'àmbit de l'educació. Per tant, els periodistes són un bon perfil. Però també és un bon perfil una persona que ve del món de l'educació, ja que té uns coneixements sòlids sobre com educar i com transmetre el coneixement, cosa que el periodista no.

Penso que els dos perfils poden confluir, però que sempre es necessita suport de l'altre. És a dir si ets periodista necessitaràs l'ajuda d'un educador, i viceversa.

7. La Plataforma per a l'Educació Mediàtica compta amb un directori de membres que inclou totes les organitzacions catalanes que, d'alguna manera s'hi dediquen a l'Educació Mediàtica. Quin rol creieu que haurien de tenir aquestes entitats en la potenciació de la inclusió de l'educació mediàtica a l'educació?

Crec que haurien d'ajudar i de col·laborar en els equips docents dels centres, així com formar als docents perquè ells després puguin formar a l'alumnat. Sobre els alumnes, penso que haurien de potenciar més aspectes com tallers, cursos... però que al final això queda en una cosa puntual.

Crec que sobretot han de donar formació als equips docents. De totes maneres, també crec que podrien aprofitar més la seva presència amb col·laboracions contínues amb els centres, o donant-se a conèixer en les escoles amb xerrades, tallers, cartells, etcètera.

8. Per què penses que, fins ara a Catalunya, per molt que hi hagi iniciatives i voluntat per part del professorat -sobretot- per què encara no s'ha inclòs l'educació mediàtica formalment als centres educatius?

Jo crec que és que no interessa que hi hagi una formació de la ciutadania crítica i proactiva. Clar, l'educació mediàtica potencia un esperit crític, participatiu, vacunat contra la desinformació... dit així, hauria de ser una obvietat que tots els esforços se centressin a aconseguir aquesta ciutadania.

Però per què no es fa? No interessa. A vegades també hi ha altres interessos que es consideren més urgents i això fa que altres aspectes quedin en un segon pla.

9. Actualment l'experiència més significativa que s'està duent a terme per introduir l'educació mediàtica en els currículums escolars és precisament la reforma del currículum educatiu. Quines mesures plantegeu de cara al futur?

Jo crec que s'haurien de fer entrevistes amb els encarregats de crear aquestes polítiques públiques i saber quins són els obstacles i les barreres per no introduir l'educació mediàtica de manera formal a les aules. Preguntant això pots trobar-te de tot: et poden dir "jo què sé" o que no s'ha considerat una prioritat màxima i que es veu com a útil però no imprescindible.

També s'haurien d'establir taules de diàleg entre administració i societat civil, que són qui lideren projectes en aquest sentit. Societat civil em refereixo a associacions. També afegiria als equips docents que estiguin liderant actuacions educatives en aquesta perspectiva. Cal asseure'ls i establir un diàleg per poder establir unes mesures d'inclusió de l'educació en mitjans. Cal fer polítiques dialògiques, asseient a tots els actors i organismes involucrats (ciència, política, societat civil, educació...), prendre cos i treballar junts. Només d'aquesta manera es pot passar d'una acció que queda en paper mullat a una que es materialitza i es duu a terme.

Però clar, per fer una taula de diàleg cal la voluntat dels àmbits polítics.

8.6.3. MARIA JOSÉ MASANET

1. Per què s'ha d'introduir l'educació mediàtica a les aules?

S'ha d'incloure perquè vivim i creixem en un entorn que està altament mediatitzat. La major part de les nostres interaccions de cada dia estan intervingudes a través dels mitjans. Així com aprenem a socialitzar, a parlar, a escriure, a fer matemàtiques... per poder fer front a allò important del nostre dia a dia, aprendre a entendre els mitjans i a interaccionar amb ells de la manera més sana i òptima possible és essencial.

De fet, és que estem envoltades d'ells i és una part importantíssima. Hi ha unes àrees educatives molt consolidades i la part dels mitjans sempre s'ha considerat millor incloure-ho com a transversal o que, de fet, ja estava inclòs en totes les assignatures. Però és que això no passa, és com un peix que es mossega la cua. Com que no hi ha

formació pel professorat, el professorat ho acaba inclouent de manera molt superficial, com posant un vídeo a classe, i acaba quedant desprotegit. Que sigui tan transversal a la nostra vida ha fet que es digui que ha de ser transversal a l'escola; però fer-ho transversal a l'escola fa que la formació no existeixi. És necessari incloure-ho de manera ferma i, segurament, amb una assignatura específica.

- 2. Cada dia es dediquen de mitjana 181,6 minuts diaris al consum d'internet (Orús, 2021) i gairebé dues hores al de xarxes socials (Mena, 2021). A això cal sumar que ni la meitat dels estudiants de secundària d'Espanya, ha rebut una formació sobre com reconèixer si la informació que consulta a Internet és certa, segons l'informe *21st-Century Readers: Developing Literacy Skills in a Digital World* (OECD, 2021). Considereu que dintre d'aquesta educació mediàtica també s'ha d'estudiar en concepte de verificació digital?**

Òbviament, això és un *hot tòpic* ara en l'àmbit de l'educació mediàtica. La majoria de convocatòries que hi ha ara de projectes europeus, de fet, són de verificació digital i per fer front a les *fake news*.

Jo aquí tinc un debat intern: les *fake news* estan molt relacionades amb les xarxes socials, sí, però sembla que han començat a preocupar quan el control de la notícia ha escapat dels mitjans hegemònics. Quan això ha passat ha arribat la preocupació, però les notícies falses han existit sempre. Quan les feien El País, Telecinco, El Periódico o La Vanguardia no preocupava, però ara que estan relacionades amb les xarxes socials, que estan a l'accés de tothom i que qualsevol en pot crear, ara preocupen. El fenomen no és nou, el que és nou és la manera com opera.

Em sembla una mica oportunista a vegades i em sembla que girar tot el discurs de l'educació mediàtica cap a les *fake news* és un error. No dic que tu ho facis, ja sé i ja es veu que no, però parlo en termes generals sobre els debats que hi ha actualment. Si, de fet, jo mateixa tinc projectes on una part important es dedica a les *fake news*; però crec que girar tot el discurs entorn d'això pot ser perillós. De fet, això invisibilitza

alguns altres elements que són molt importants en el context mediàtic. Per exemple, s'ha estudiat molt poc la relació que tenim els humans amb els mitjans i com funciona aquesta relació. Tampoc s'ha donat importància al pensament crític: l'educació mediàtica sempre s'ha fet des d'una perspectiva molt cognitiva. Sempre s'ha centrat tot en el pensament i no en l'actitud; per tant, es parlava amb els adolescents sobre els perills (tot i que també hi ha molts avantatges) de les xarxes socials. Clar, aquí el discurs ja era l'apropiat, perquè els adolescents ja sabien què havien de dir en un debat sobre les xarxes; però el que és important és fer el salt a l'actitud crítica. A saber controlar les xarxes, a gestionar-les de manera sana... És a dir, serveix de poc veure que un anunci conté estereotips de gènere, si aquests estereotips no em molesten. De poc serveix tenir un pensament crític si no hi ha una actitud posterior que l'intenta modificar i/o aplicar.

Un exemple molt més clar: el programa de La Isla de las Tentaciones. Si tu fas un grup de discussió i parles amb joves sobre això, el 90% et diran que hi ha relacions tòxiques, que es tracta a les dones com objectes i que hi ha molts estereotips de gènere. Però a banda d'això, tots et diran que ho miren perquè "els fa gràcia" o perquè "ells no són així i saben que no ho seran". Doncs segurament si es continua mirant això, mai acabarà. I el pas de pensament a actitud crítica aquí seria deixar de mirar-ho perquè el programa acabi. Vull dir, de poc serveix el pensament sense acció.

Tot això, des de la meua perspectiva, ha quedat invisibilitzat pel tema de les notícies falses. No és que siguin menys important, però ara tot el discurs se centra en la verificació de dades. I és que aquí també cal contar la manera com s'enfronta aquest discurs de verificació de dades: les primeres eines per fer front això van ser decàlegs, per exemple. Coses que es demanen als joves i que no fan ni els adults. Per això, la manera en què s'està fent to penso que no és la més òptima.

- 3. Aquest estudi parteix de diverses hipòtesis, una de les quals és que l'Educació Mediàtica ha de començar a estudiar-se profundament en l'etapa de secundària. Tot i això, segons la vostra opinió, en quin període**

formatiu s'ha de començar a introduir aquestes competències i coneixements?

Jo crec que hauria de ser transversal, a totes les edats.

Que, de fet, també penso que hauria de ser transversal en el currículum; però que hauria de ser-ho quan això estigui consolidat i hi hagi una estructura que ho permeti, però ara mateix no és el cas. Fer-ho transversal ara mateix vol dir no fer-ho.

Tornant al tema, crec que es pot anar fent des de totes les edats perquè des que som petits socialitzem amb els mitjans i els tenim com interlocutors. De fet, els nens es veuen reflectits en els mitjans. Llavors, penso que podria fer-se. Potser amb activitats sobre cançons, sobre vídeos, etcètera; és a dir, amb continguts adaptats.

Tot i això, sí que penso que és més fàcil fer-ho amb adolescents i joves. Però clar, això és des de la meva mirada i perquè per a mi és més fàcil construir un diàleg d'universitat que no pas de primària. Clar, els joves poden ser més conscients i poden interioritzar més fàcilment i, de fet, sentir-se identificats amb els perills tant de les xarxes com d'Internet; però potser ensenyar-ho des d'infantil ajuda perquè així experimenten la conscienciació des de sempre i, per tant, es potencia un ús molt més sa i responsable. De fet, d'aquesta manera es valorarien molt més tots els avantatges de les xarxes, que a vegades sembla que només tenen punts negatius.

- 4. El Pla d'Educació Digital de Catalunya 2020-2023 ofereix el programa de Mentors Digitals per impulsar la digitalització dels centres educatius catalans. Segons el programa, amb l'acompanyament dels mentors els professors podran desenvolupar competències digitals i se'ls acompanyarà en l'elaboració de l'estratègia digital de centre, així com en una formació interna per assolir la competència digital. Creieu que això**

és suficient per formar el professorat o que ha de rebre una formació més específica?

L'educació mediàtica neix durant la dècada dels seixanta per fer front als riscos de la televisió. Per tant, ja neix condicionada per un mitjà que atrapava la població i s'havia de fer front. S'havia de formar la població per protegir-se dels perills que podia mostrar aquest mitjà.

Llavors, per a mi, aquest punt de partida és problemàtic: es tracta l'educació mediàtica des de la por, el perill i el risc. I és que l'educació mediàtica també té una part molt positiva: el benestar, el paper que tenen en la construcció de la identitat de les persones... Vull dir, és important potenciar la convivència positiva amb aquestes tecnologies, perquè la mirada aquesta de la por no és l'única que fa referència a les xarxes.

I és que encara perdura actualment. Fins fa poc quan s'anava als instituts a fer formacions sobre educació i mitjans de comunicació els encarregats de fer-les eren els Mossos d'Esquadra, i és que només es dedicaven a dir que s'havia de tancar la càmera. Tot girava entorn de la por, de la possibilitat que et robin la identitat, les teves imatges, que t'entres un virus a l'ordinador... I realment la probabilitat que això passi és molt baixa. És molt més important aprendre a aplicar l'educació mediàtica en aspectes rutinaris del dia a dia; com la pressió de les xarxes socials, per exemple. Tot això és molt més comú i important i els Mossos mai no ho han tractat.

Llavors, el resum és que tot s'ha construït des de la por. I cada vegada que arribava un nou mitjà suposava l'arribada d'un nou monstre: la televisió, després les xarxes i els videojocs i ara les *fake news*. Per exemple, amb el noi que va entrar a un institut amb una ballesta, tots els mitjans van posar que aquest nano estava influït per *The Walking Dead*. Es derivava tot el discurs a la por, al risc dels mitjans i dels videojocs.

Llavors, quan s'agafa des d'aquesta mirada tan apocalíptica es construeix l'educació mediàtica des d'una perspectiva poc pròxima a la relació que realment els joves tenen amb els mitjans.

Cal donar una nova visió, una de realista. Durant seixanta anys ens hem dedicat a dir als joves com enfrontar-se als riscos i a com conviure amb ells, però mai no s'ha anat a veure què fan els joves amb els mitjans. Sempre hem dit què s'ha de fer sense parar-nos a veure què es fa, què saben, com ho fan, com ho han après... Així que cal revertir això. Cal donar valor al paper que tenen els joves amb els mitjans. A partir d'aquest valor ens podrem apropar a ells i ensenyar una educació molt més realista. Quan passi això probablement el professorat -i tot el col·lectiu involucrat- s'adonarà que els joves tenen alguns coneixements de producció molt més elevats dels que tenen els professors. I precisament això és el que penso que ha fet que l'educació mediàtica s'hagi enfocat cap a la tecnologia educativa i per tant fent que les parts més importants quedin en res.

Per a mi, en resum, és important veure que quan t'apropes als joves veus que fa falta que se'ls doni molt més valor dintre del sistema mediàtic, perquè moltes vegades són ells els qui ensenyen. Per exemple, sempre veiem els videojocs com a poc educatius i com a una pèrdua de temps, però quan els joves parlen sobre aquest tipus de jocs t'ensenyen que també són útils per aprendre coses imprescindibles pel futur: la gestió d'equips, l'organització, idiomes estrangers, la creació d'estratègies, a superar pantalles i, fins i tot, a fer trampes. Amb això últim vull dir que aprenen a trencar les normes i els patrons establerts, cosa que implica que poden desenvolupar una mirada i una actitud molt més crítica amb el seu entorn. Hi ha una sèrie de competències i habilitats que l'educació mediàtica no ha donat valor històricament.

Llavors, penso que amb tot això dels riscos i dels perills que aporten les tecnologies, l'educació mediàtica s'ha allunyat del seu focus, tot i que sí que té una part de tot això que et diré ara, i ha deixat de ser un ensenyament de participació, de mirada crítica, una part de reflexió, actitud, interacció en els mitjans, de

producció, d'estètica i narrativa; per ser una manera d'ensenyar la tecnologia aplicada a l'educació. Per això s'han omplert les aules d'ordinadors, de projectors, de tauletes i de wifi. S'ha donat molt més pes a la tecnologia que a la reflexió.

5. Segons la vostra opinió, a quin àmbit professional han de pertànyer els responsables d'impartir l'Educació Mediàtica?

Jo crec que es pot fer un híbrid. No crec que sigui tan essencial si és un pedagog, un professor o un periodista, sinó que sigui una persona que tingui nocions tant educatives, com del món audiovisual. Penso que seria més apropiat que ho faci una persona que hagi estudiat qualsevol grau de comunicació i després hagi fet un màster en formació de mestre de secundària. Aquesta persona té més formació i té més coneixement sobre com transmetre, que no pas una persona que només ha estudiat educació o que només ha estudiat comunicació.

De fet, en educació moltes vegades ni es planteja l'educació mediàtica; i en les carreres de comunicació només es fa amb una o dues assignatures i que acostumen a ser optatives; així que, si només fos un únic perfil, estaríem encara més perduts.

No hi ha perfils de l'àrea de l'educació mediàtica, i això és un problema. I clar, tornem a la transversalitat. A les escoles, per exemple, com hem d'anar a demanar als professors de matemàtiques, d'anglès, de llengua o de qualsevol cosa que es formin en educació mediàtica? És més fàcil incorporar la figura concreta. Perquè si no aquests professors és el que fan és formar-se en dos o tres dies i expliquen *tot* als seus alumnes en una hora. I així passa.

El que vull dir és que hi haurien d'haver uns estudis concrets d'educació mediàtica, d'una fusió entre l'educació i la comunicació per poder tenir professors concrets. En quin institut hi ha un professor de matemàtiques que no hagi estudiat matemàtiques? Impossible, en cap. Doncs amb l'educació mediàtica igual. És que hi hauria d'haver una carrera concreta. No té sentit que s'intenti ensenyar sense

una formació. Tu creus que alguna vegada veuràs a un professor que hagi estudiat magisteri de primària fent matemàtiques a un institut? Doncs no, perquè necessita especialitzar-se. L'educació en mitjans és el mateix.

De totes maneres, penso que aquí hi ha molts debats i opinions diferents principalment pels interessos que tenen els acadèmics en la seva àrea. Vull dir, un catedràtic de l'àrea d'educació pensa que si l'educació mediàtica es vincula totalment a l'educació, naixerà un nou perfil que ells mateixos controlaran. I és que l'acadèmia funciona així, no hi ha una lògica més enllà de qui vol controlar les àrees.

Però la realitat és que des d'Educació s'hauria de crear la carrera d'Educació Mediàtica, perquè una assignatura és inútil. Estudiar-ho en un semestre només dona algunes eines, però no pas coneixements. A sobre és una assignatura que normalment la fan professors de pedagogia que s'han format esporàdicament, perquè no venen de l'àrea de comunicació. Jo, per exemple, que faig educació mediàtica pertanyo al departament de comunicació, però no faig cap classe a carreres d'educació; són educadors els que les fan allà, són tot reciclats.

6. La Plataforma per a l'Educació Mediàtica compta amb un directori de membres que inclou totes les organitzacions catalanes que, d'alguna manera s'hi dediquen a l'Educació Mediàtica. Quin rol creieu que haurien de tenir aquestes entitats en la potenciació de la inclusió de l'educació mediàtica a l'educació?

Totes han fet coses molt valuoses i que no s'haurien de fer des d'entitats externes, sinó des de dintre d'Educació. A fora també està bé, però s'hauria d'haver impulsat des dels contextos formals. Tot i que sembla que aquests no volen moure's. Veuen pràcticament impossible canviar les seves estructures educatives. Continuem fent classe com fa cinquanta anys: set hores a classe, asseguts en taules i cadires verdes i sense aixecar-se del pupitre per respirar.

Tot i això, sí que és veritat que aquestes institucions, que tenen una missió pròpia, haurien de ser pioneres. Però a vegades és difícil.

És que ja et dic, les institucions formals semblen inamovibles, des de l'escola fins a la universitat. Llavors, clar, demanar que canviïn seria ideal, que tot fos estructural i no vingués de fora; però clar, com són incapaces doncs les institucions independents s'han de moure per fer-ho.

I clar, per exemple, tu penses en Drac Màgic i és molt més referent que qualsevol política que s'hagi fet en aquest sentit. Per a mi tot això passa per l'escola pública. Tot canvi que es faci s'ha de fer des de l'escola pública, des d'on tothom té accés. No serveixen les escoles concertades "súperinnovadores" que fan programes als quals només poden accedir quatre persones. És que això no és un recurs accessible per tota la societat. Hi ha gent que no pot permetre's pagar ni tres euros per fer una activitat; doncs un altre cop, això no és una educació de qualitat i accessible.

Sí que és cert que tot el que fan té molt valor, eh, però ni és estructural, ni arriba a tota la ciutadania. Cal que les accions que fan ells es facin des d'educació. I potser aquesta mena de plataformes sí que podrien pressionar més a les escoles, i no només a les escoles, sinó directament a Educació, per poder aconseguir que accions o com les seves o; de fet, ells mateixos, puguin tenir una presència en l'escola i puguin impartir tots els seus cursos i formacions. Però repeteixo, des d'una educació on tothom pot accedir.

Òbviament, des de l'escola pública els recursos són molt menors. Si penses en una escola concertada, de pedagogia lliure, on la metodologia és fer el que volen els alumnes, doncs és perfecte. Però escoles lliures i públiques no n'hi ha. Per tant, tota aquesta part tan ideal, no serveix.

7. Per què penses que, fins ara a Catalunya, per molt que hi hagi iniciatives i voluntat per part del professorat -sobretot- per què encara no s'ha inclòs l'educació mediàtica formalment als centres educatius?

Per les institucions i per la seva voluntat nul·la de canviar res. Tenen una estructura molt difícil de canviar. A més, no donen prioritat, no els hi sembla gens necessari, sinó un aspecte més.

Tot i això, sí que ja fa anys que la incorporació de l'educació mediàtica està a la taula dels organismes europeus i ja hi ha molts països on es planteja com una assignatura més. El que malauradament no s'ha trobat aquí encara és la manera de fer-ho.

Per a mi, quan s'ha vist que era necessari estudiar educació mediàtica, des d'Educació han sabut trobar aquestes fórmules híbrides "tramposes", que no funcionen; és a dir, la transversalitat. Amb això doncs ja tenim la resposta: la suma entre la incapacitat de trencar les estructures fixades, la burocratització que té tot això i el fet que als centres -se suposa- que ja està incorporada l'educació mediàtica de manera transversal.

El problema és estructural: si no es milloren les condicions de l'escola pública, incorporar qualsevol cosa suposa una missió pràcticament impossible. El sistema el que fa és rentar-se les mans amb el *check* de dir que està incorporada transversalment.

A més, la capacitat de controlar si s'està o no s'està fent transversalment és impossible. O sigui, tot i que s'hagi de fer, tu mai saps quin professor ho està aplicant, ni de quina manera.

8. Actualment l'experiència més significativa que s'està duent a terme per introduir l'educació mediàtica en els currículums escolars és precisament la reforma del currículum educatiu. Quines mesures plantegeu de cara al futur?

Jo crec que en tema d'educació mediàtica s'ha de fer una formació que passi per totes les etapes educatives i que sigui ferma. No vull dir que no pugui ser un aspecte transversal, perquè sí que ho podria ser si estigués ben fonamentat i si el professorat estigués capacitat; però ara mateix no pot ser-ho.

Per posar un exemple, quan nosaltres anàvem als instituts amb el projecte anterior que teníem, els preguntàvem als adolescents coses com "qui utilitza Wattpad?". Sempre hi havia com deu o dotze que aixecaven la mà i deien que ho feien o per llegir o per escriure, o sigui no tots eren productors de *fan fictions*. Llavors és que hi ha una desconexió increïble, vull dir: com pots dir-me que s'està fent una educació mediàtica transversal quan el professorat no sap les pràctiques mediàtiques de la meitat de la seva classe, quan és que a vegades no saben ni de l'existència d'aquestes aplicacions.

Jo tinc la sensació que es parla molt d'educació mediàtica, però que hi ha molt poc interès d'anar a les aules a veure què està passant i què estan fent els joves. Això fa que estiguem imaginant com hauria de ser l'educació mediàtica sense tenir una interacció real amb les persones a qui volem que arribi aquesta educació.

L'educació mediàtica pensem que s'ha d'ensenyar a l'escola; i sí. Però és que també cal formar tota la societat. Vull dir, pensem que si formem des de l'escola, la societat al final acabarà tota formada. Clar, i els adults? Els que no van a l'escola? Els que ja han acabat d'estudiar? Què passa? Que ja ho saben tot i que ja no cal formar-los? La societat ens dona una bufetada cada dos per tres i ens recorda que tothom cal formar-se. Exemple molt fàcil: amb la Covid tots ens vam haver de tancar a casa i mig país va haver de teletreballar. La quantitat d'adolescents que va haver d'ensenyar als seus pares a teletreballar és enorme. I és que clar, la meitat d'adults no tenien ni idea de com fer servir el zoom.

I això és un aprenentatge intergeneracional al qual no se li ha donat valor. Per què no pensem en què saben els adolescents sobre els mitjans i què ens poden ensenyar? Així trencaríem aquesta educació unidireccional on l'adult és qui sap tot. S'hauria de

donar valor a tot el que fan ells, i ja no només per les accions, sinó perquè també els serveix a ells per créixer. És a dir, veuen que es confia en ells, que no tot el que fan està malament, etcètera. Canviar això també podria ser una eina per poder fer educació mediàtica. És que la cosa és que els professors tenen por que els alumnes els hagin d'ensenyar a fer un vídeo, però és que això és així.

Una solució a tot això podria ser que el professorat no hagués d'adquirir absolutament tots els coneixements i amb tota mena de detall. Per exemple, a física i química es pot fer un experiment on es puguin utilitzar els mitjans a benefici de tota la classe perquè puguin aprendre tant sobre l'àmbit mediàtic com sobre la temàtica de física. El que pot fer-se és que el professor expliqui un experiment i els alumnes el converteixin en un vídeo de YouTube on expliquin l'experiment als alumnes més petits de l'escola (els de batxillerat pels de primària). I clar, això comporta moltes coses: canviar el llenguatge i fer servir un de més proper, explicar les coses amb més passos, explicar coses bàsiques que l'alumnat de primària no sap... Tot això es fa d'acord amb el temari de física i química; i després, pel que fa a la part audiovisual, els alumnes graven el vídeo, l'editen, fan el guió... i tot això porta al fet que s'adquireixin diferents habilitats: saber posar-te davant d'una càmera, habilitats orals, estètiques, narratives, de producció, muntatge i edició. Tot això s'adquireix amb una activitat que, a priori, pot semblar que no té finalitats d'educació mediàtica, però que al final sí que s'acaba incorporant.

I llavors, tornant al tema, aquí podem trobar-nos amb què el professorat no sàpiga editar vídeos. Però és que precisament aquí està la clau: no cal que sàpiguen fer-ho, cal que sàpiguen aprendre dels alumnes. De fet, els alumnes també poden aprendre entre ells: poden fer-se equips on un alumne més expert en un tema pugui ensenyar als altres sobre això.

Això pot fer-se sempre que el professorat vulgui apropar-se als alumnes, a què saben fer, a quines pràctiques fan, què els hi agrada, com i quan ho fan, etcètera. És que d'aquesta manera aprenem tots.

Llavors crec que, entre les moltes coses que queden per fer, el que s'ha de fer és començar a donar valor al coneixement dels adolescents i no pensar que fan tot malament i que estan tot el dia enganxats al mòbil. Perquè sí, és cert, però és que els adults també. I, de fet, els joves estan enganxats, però aprenen; els adults no.

8.7. QUINS ASPECTES D'EDUCACIÓ MEDIÀTICA ES PODEN ENSENYAR A CADA ETAPA FORMATIVA?

8.7.1. EDUCACIÓ INFANTIL

Ensenyar educació mediàtica des d'infantil permet desenvolupar consumidors de mitjans de comunicació responsables i que sàpiguen establir els filtres necessaris per poder crear-se una consciència crítica i, així, poder analitzar críticament totes les informacions provinents dels mitjans de comunicació (García Moral, 2013: 11). En el mateix estudi, García (2013) cita exemples de pràctiques que poden fer-se amb alumnes de preescolar per tal d'introduir-los en l'educació mediàtica.

Una de les pràctiques que es presenten l'aprenentatge a diferenciar entre la realitat i la ficció, ja que els nens i nenes d'entre tres i cinc anys, segons Tojeiro i Digón (2011:3), no tenen clares les diferències. Aquesta activitat es fa mitjançant l'exposició d'una fotografia, un vídeo i un quadre d'un mateix objecte: una poma; també els exposa una peça de la fruita en qüestió. Així es pretén fer entendre a la canalla que hi ha diferències entre la realitat i els productes audiovisuals. De fet, García exposa que aquesta activitat realment va fer que els alumnes reflexionessin sobre les diferències entre la realitat i la ficció quan els pregunta si és el mateix tenir a la seva mare al costat i tenir una fotografia.

Una altra de les activitats plantejada per introduir el pensament crític és la de mostrar fragments de relats audiovisuals on es facin accions que l'ésser humà per si sol no pot fer, com per exemple, una imatge de l'elefant que vola, en Dumbo, o una imatge de la Blancaneu parlant amb animals. Aquesta pretén arribar a la conclusió que no tot el que apareix en els relats de ficció és real. L'autora afirma que aquesta activitat funciona en el moment en què un infant, després d'afirmar que un elefant sí

que pot volar i que un humà també -perquè només s'ha d'aprendre la tècnica- intenta demostrar com volar i la realitat li colpeja.

A banda d'aquestes, també es plantegen activitats relacionades amb el llenguatge narratiu i crític. És el cas d'una sobre la simbologia del color. Consisteix a explicar els significats que tradicionalment s'han associat a cada color i, a partir d'això, veure com es relacionen amb alguns estereotips de gènere (dona passiva, príncep salvador, color associat a la dona, representació de la maldat a través de bruixes i madrastrès, dona encarregada de la llar i dona submisa que espera l'home): això es fa visualitzant diferents pel·lícules Disney. L'autora menciona que les alumnes admetien que les noies també poden salvar-se per si soles, mentre que els nois van assumir i entendre amb naturalitat tot allò que ella contava en referència als estereotips.

Una altra activitat proposada per a l'alumnat d'infantil fa referència a la iniciació en la creació de relats audiovisuals. Per dur-ho a terme, García (2013) ofereix un fragment d'un curtmetratge audiovisual i el para en un moment concret. A partir d'aquest moment, l'alumnat ha de pensar com continuar la història. Aquesta activitat, a més, pretén fomentar la creativitat, l'autonomia i la capacitat de decisió dels infants. L'autora de l'estudi exposa que la conclusió més rellevant que va extreure d'aquesta activitat va ser en referència a la pregunta d'una alumna que volia saber "per què els havia fet pensar si la pel·lícula no acabava com ells havien dit". Garcia va aprofitar la intervenció per donar una lliçó sobre la llibertat de pensament, assegurant que quan aquesta existeix, hi ha cabuda per veure les històries d'una manera alternativa i, fins i tot, per crear-ne de noves.

8.7.2. EDUCACIÓ PRIMÀRIA

D'acord amb l'etapa d'educació **primària**, l'educació mediàtica pot aplicar-se amb tècniques diferents i incidint en aspectes de manera més profunda. A continuació s'exposen una sèrie de pràctiques de referència per estudiar educació mediàtica en cursos de primària.

En primer lloc, cal destacar el programa educatiu del qual s'ha parlat prèviament, l'**EduCAC**. Aquest, que té com a objectiu promoure l'educació mediàtica a escoles i famílies, elabora materials dirigits a alumnat des de 3r de primària i fins a 4t d'ESO⁴⁵.

Així mateix, també convé posar en relleu les iniciatives d'educació mediàtica que poden posar-se en pràctica a les aules i que han estat creades per entitats i empreses privades que es dediquen a l'educació mediàtica⁴⁶.

En aquest sentit, també existeixen diferents activitats que involucren directament als mitjans de comunicació locals⁴⁷. De fet, Francesc Josep Deó (2014) fa una classificació per a les activitats educatives relacionades amb l'educació mediàtica i realitzades juntament amb mitjans de comunicació:

- **Activitats de referència:** es produeixen de manera puntual i esporàdica. Les proposen les televisions locals des dels prèviament esmentats Centres de Recursos Pedagògics o des d'altres entitats. La finalitat és oferir a l'alumnat la possibilitat d'apropar-se als mitjans de comunicació -sobretot a la televisió- amb una perspectiva tècnica i de producció. Alguns exemples d'aquestes pràctiques són: visites guiades, tallers de televisió o enregistraments.
- **Activitats de suport didàctic:** complementen i avaluen la feina acadèmica de l'alumnat. Es fan tallers pràctics avaluables i amb una clara intenció didàctica, com per exemple, la realització d'un producte audiovisual per la premsa. Aquests engloben un ventall molt ampli de temàtiques, fet que fa obrir la mirada dels alumnes i fer-los aprendre sobre diferents temàtiques mitjançant una mateixa activitat.
- **Activitats d'integració:** acostumen a ser puntuals o periòdiques i es defineixen per la participació directa de l'alumnat en la creació d'un producte periodístic, ja sigui per crear-lo des de zero, o per col·laborar en alguna de les fases.

⁴⁵Torneu a la pàgina 41 per saber-ne més.

⁴⁶Torneu a la pàgina 38 per saber-ne més.

⁴⁷Torneu a la pàgina 23 per saber-ne més.

L'objectiu d'aquestes activitats és integrar en la programació televisiva diferents temàtiques lúdiques i escolars.

Amb les iniciatives exposades fins ara queda clar que les aplicacions de l'educació mediàtica poden ser molt diverses, però totes les experiències detectades a Catalunya requereixen la presència d'entitats externes a les escoles.

8.7.3. EDUCACIÓ SECUNDÀRIA

Per a exposar **quines activitats d'educació mediàtica poden fer-se a secundària** es farà menció de la conversa que vaig compartir amb la Maria José Masanet, qui va explicar-me alguns exemples d'activitats que ella havia realitzat a secundària. Masanet exposa que s'han de potenciar i explotar els recursos de l'alumnat, en tant que moltes vegades tenen molts coneixements que els professors no tenen. Així doncs, tal com s'ha citat prèviament, ella apunta per l'aprenentatge bidireccional entre alumnes i professors i per trencar la barrera que dicta que el professor és qui ha d'ensenyar-ho tot.

Un cop va finalitzar l'entrevista, em va estar parlant sobre projectes que ella havia desenvolupat, i em van cridar l'atenció algunes de les activitats que em va contar que havia fet amb alumnes de secundària.

Un dels exemples de pràctiques que es poden fer té relació amb les anomenades *fan fiction*, les novel·les que giren entorn de la figura d'un personatge famós i on s'explica una història del tot allunyada de la realitat. Aquestes novel·les normalment les escriuen fans dels protagonistes de la història, que acostumen a ser cantants, actors o, fins i tot, personatges de llibres de ficció. Partint d'això, l'activitat que va plantejar Maria José Masanet és una expressió narrativa d'una sèrie que agradés als alumnes. Havien de reconstruir la identitat dels personatges, podien canviar els seus gèneres, les seves actituds, creences i/o qualsevol altre aspecte que volguessin.

Un cop havien fet això i basant-se en la creació dels personatges de cada alumne, es feia un debat sobre els estereotips associats al gènere, fet que també s'aplica en

l'etapa d'educació **infantil**, com s'ha detallat en els paràgrafs anteriors. Amb l'anàlisi i el debat dels estereotips associats al gènere, es reconstrueixen els personatges i el món narratiu, així com que es treballen aspectes ideològics i ètics i narratius.

La finalitat d'aquesta activitat és descobrir com construeixen el món els mitjans -ja que cal considerar que es parteix d'una sèrie- i quines maneres demostren els alumnes per trencar amb el discurs establert. Així doncs, mitjançant una activitat d'interès de l'alumnat i on ells són els protagonistes en tot moment, es treballen un ventall de competències mediàtiques: l'actitud crítica, la manera de trencar amb els relats establerts, la construcció d'una identitat i les possibles influències prejudicials i d'estereotips implícites, la creativitat i l'autonomia. De la mateixa manera, es valora en tot moment la capacitat de l'alumnat per construir històries i fugir dels cànons establerts, fet que també fa incrementar la seva autoestima i seguretat com a individus.

Una altra activitat que pot aplicar-se en l'etapa de secundària pot basar-se s fer una fusió entre els mitjans de comunicació i les assignatures; d'aquesta manera l'alumnat aprèn tant sobre l'àmbit mediàtic com sobre la temàtica concreta de l'assignatura.

Per exemple, el professor de física i química pot explicar un temari sencer i després proposar, com a part pràctica per avaluar els coneixements dels estudiants, elaborar un experiment i enregistrar-lo explicant-lo per alumnes més petits. Aquesta activitat comporta, pel que fa a l'assignatura de física i química, canviar el llenguatge i fer servir un de més proper, explicar les coses amb més passos, explicar coses bàsiques que l'alumnat de primària no sap; mentre que d'acord amb la part audiovisual, aquesta activitat suposa que els alumnes facin el guió d'un vídeo, el gravin i l'editin. Tot aquest procés desemboca en l'adquisició de moltes habilitats i molt diferents: saber posar-te davant d'una càmera, habilitats orals, estètiques, narratives, de producció, de muntatge i d'edició, entre d'altres com el treball en equip, la capacitat de lideratge... Tot això s'adquireix amb una activitat que, a priori, pot semblar que no té finalitats d'educació mediàtica, però que al final sí que les acaba incorporant.

8.8. PERSONES DE CONTACTE DE CADA ENTITAT

En aquest apartat s'exposa una llista de totes les persones treballadores d'entitats privades dedicades a l'educació mediàtica amb què s'ha contactat durant el Treball de Final de Grau. La llista mostra el nom, el correu de contacte i l'entitat a on treballa, d'aquesta manera es justifica amb qui s'ha contactat de cada plataforma.

Figura 10. *Taula de les persones de contacte de cada entitat catalana que es dedica a l'educació mediàtica*

ENTITAT	NOM I CORREU DE CONTACTE
Aliança Educació 360	Fathia Benhammou (fbenhammou@educacio360.cat)
Associació Casa de la Premsa	Gil Toll (casadelaprensa@gmail.com)
Associació de Mestres Rosa Sensat	Jordi Navarro i Domènech (jnavarro@rosasensat.org)
Ass de Programes Educatius Open Europe	Olena Korzhykova (international@openeurope.es)
UNESCO CAT	Eduard Vallory (centre@unescocat.org)
Col·legi Educadors Socials CAT	Albert Font (albert.fonttarres@gmail.com)
Col·legi Oficial Bibliotecaris i Documentalistes CAT	cobdc@cobdc.org
Col·legi de Pedagogs CAT	Àngel Casajús Lacosta (copec@pedagogs.cat)
Col·legi Professional de l'Audiovisual CAT	Carme Mayugó (gerencia@cpac.cat)
COMSOC	Damià Caro (info@comsoc.cat)
eduCAC	dligero.cac@gencat.cac / educac@gencat.cat
CCMA	Elisabet Ventura (eventura.d@ccma.cat) Gerard Hausmann (ghausmann.d@ccma.cat) i Carlos Baraibar (cbaraibar.q@ccma.cat)
Digital Film Productions	df@digitalfilms.cat

DocsBarcelona	Joan González (jgonzalez@docsbarcelona.com)
Drac Màgic	Marta Nieto (martan@dracmagic.cat)
El Parlante	Alfredo Cohen (alfredo@elparlante.es) Amàlia Torres (projectes@elparlante.es) i Ana Cervantes (ana@elparlante.es)
Equip de recerca en infància, adolescència, drets dels infants i la seva qualitat de vida	Sara Malo Cerrato (sara.malo@udg.edu)
Fed Moviments de Renovació Pedagògica CAT	Pilar Calçada / Pilar Gargallo (federacio@mrp.cat)
Fundació Ferrer i Guàrdia	Hungria Panadero (hungriapanadero@ferrerguardia.org) o (fundacio@ferrerguardia.org)
Fundació MediaBus	Raimon Ramis (rramis@fundacionmediabus.cl)
Fundació Montblanc per a la promoció de la Dona	Maria Pilar Arregui (arregui@fundaciomontblanc.org)
Revista Estris	Isabel Vergara (ivergara@peretarres.org)
Periodisme Plural	Josep Carles Rius i Baró (jcrius@periodistes.org)
Fundesplai	Josep Maria Valls Hausmann (jvalls@fundesplai.org)
Junior Report	Elisa Pont Tortajada (elisa.pont@blueglobe.media)
Learn to Check	Nereida Carrillo (info@learntocheck.org)
Secondnews Educació Digital	Oriol Torres i Tornel (orioltorres@secondnews.org)
UPF	Mònica Figueras (monica.figueras@upf.edu)
Verificat	Quique Badia (quique@verificat.cat)
Young Soul Studios	Maria Martín (maria@youngsoulstudios.com)
Col·legi de Periodistes CAT	Nuria de José nuriadejose@periodistes.org
Plataforma per a l'Educació Mediàtica	plataformaedumed@gencat.cat

TASCA	Núria Tort (nuriat@tasca.cat)
Minushu	Eva Domínguez (eva@minushu.com) // dominguez.eva@gmail.com
Consell Escolar CAT	Jordi Rodon Cuixart (jordi.rodonc@gencat.cat)
Associació Catalana de Ràdio	Miquel Miralles (info@acradio.org)
Coordinadora TV Públiques i Locals	Albert Jordana (ajordana@votv.cat)
Consorti d'Educació BCN	Isabel Nadal i Elena Roca (inadal.ceb@gencat.cat i erocha.ceb@gencat.cat)

Font: elaboració pròpia