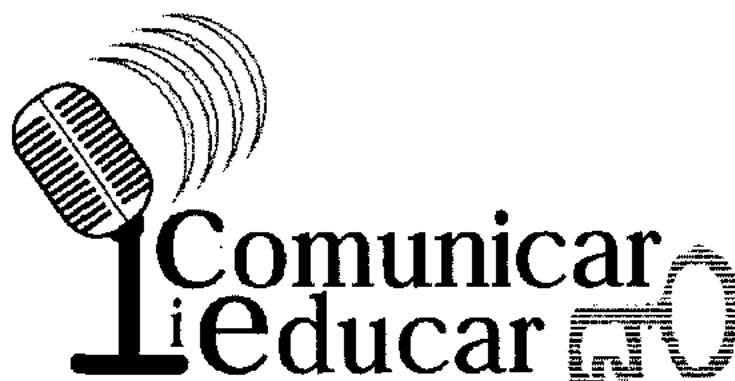




III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

**TELEVISION Y CONTEXTOS SOCIALES
EN LA INFANCIA:
HABITOS TELEVISIVOS Y JUEGO INFANTIL**

Per MAGDALENA ALBERO ANDRÉS

*Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona*

Tradicionalmente, muchos estudios sobre los niños y los medios de comunicación tienden a considerar que los contenidos de la televisión tienen un efecto directo y negativo sobre los niños (Liebert, 1973, Postman, 1985, Rico, 1992). Este tipo de análisis puede considerarse como consecuencia de unas motivaciones teóricas concretas. La tradición de estudios sobre los niños y la televisión parece haber ofrecido el tipo de preguntas y las metodologías de análisis que derivan de una concepción de los medios de comunicación como elementos de excesiva importancia en el proceso de socialización. Lo cierto es que el atractivo de la televisión, la forma en que las generaciones más jóvenes crecen con ella, y el tipo de imágenes que aparecen regularmente en la pequeña pantalla son razones suficientes para alarmarse y llegar a la conclusión de que la exposición de los niños a la televisión tiene una influencia negativa. Asimismo, la constante publicación de datos estadísticos parece proporcionar una base empírica para relacionar el alto consumo de televisión con actitudes violentas, confusión entre ficción y realidad, pasividad, falta de imaginación y de interacción social, así como con una creciente falta de interés en las actividades escolares (Murray et al. 1972, Surgeon General, 1972, Rico, 1993). Consecuentemente, tenemos mucha información sobre el número de horas que los niños ven la televisión y también sobre el alto grado de violencia en televisión, pero estos datos no son suficientes para poder entender **COMO** ven los niños estos contenidos. ¿Qué sacan los niños de lo que ven en televisión? ¿Cómo la forma de entender los contenidos televisivos cambia de acuerdo a la edad, personalidad y contexto? ¿Están los niños interesados en todos los contenidos que ven por televisión? ¿Qué es lo que recuerdan de lo que han visto y por qué? ¿Cuál es el papel que juega la televisión en el desarrollo cognitivo del niño? Desafortunadamente, existen todavía muy pocos estudios que intenten responder a estas preguntas. Por lo tanto, los datos que tenemos continúan siendo una peligrosa simplificación de una realidad compleja en la que los contenidos de la televisión y el ver televisión deben ser considerados como parte de un proceso socio-cognitivo global.

El contexto socio-cognitivo y cultural y la investigación sobre los niños y la televisión

Intentar dar una respuesta a las preguntas aquí enunciadas no es posible si no nos planteamos una percepción más compleja de la televisión como un agente socializador. En otras palabras, debemos estar atentos a la continua relación entre televisión, familia, grupo de edad y procesos cognitivos individuales. (Hansen, 1993, Morley, 1986, Hodge y Tripp, 1986, Lull, 1990). Esta aproximación no es la habitual en el estudio de los niños y la televisión. Generalmente a la televisión se la considera una tecnología y, por tanto, algo que viene de fuera y altera el contexto social tradicionalmente aceptado. Este tipo de conceptualización dificulta la posibilidad de un análisis más a fondo del papel de la televisión -juntamente con otros agentes socializadores- en la práctica y la percepción de la realidad social. Por este motivo existe todavía una fuerte tendencia a considerar a la televisión como no cultura y pensar en los contenidos televisivos únicamente como el resultado de intereses económicos. Este tipo de análisis muestra hasta qué punto existe todavía una fuerte división entre cultura y tecnología, que de alguna manera inhibe la posibilidad de estudiar la continua presencia de las tecnologías en la vida cotidiana y por tanto en el ecosistema cultural. (Silverstone, 1994). El estudio de los niños y la televisión podría quizás beneficiarse de la aplicación de una perspectiva holística que nos ayudaría a entender la acción conjunta de los diferentes agentes de comunicación (familia, televisión, escuela, grupo) con los que los niños interactúan y el papel que todos ellos juegan en el desarrollo de la personalidad individual y social del niño. Sin embargo, existe todavía una marcada tendencia a creer que en el mundo pre-televisivo los niños tenían juegos más variados, se comunicaban mejor con sus padres y leían mucho más que en nuestros días (Rico, 1993, Postman, 1985). De todos modos, ¿era eso cierto para todos los niños? ¿Tenían más oportunidad de hablar con sus padres antes de existir la televisión? ¿Estaban todos interesados en la lectura? Las respuestas a estas preguntas dependerán de las circunstancias de cada niño. Por tanto, podemos también pensar que la existencia de la televisión no significa necesariamente que los niños hayan dejado de jugar, de hablar con sus padres y de leer. En cualquier caso, dependerá de las circunstancias de cada uno.

Los niños realizan un proceso de desarrollo cognitivo a lo largo del cual aprenden de cada situación y observación (Piaget, 1952, 1954, 1975). Tradicionalmente, esta capacidad de aprendizaje ha llevado a muchos investigadores a creer que los niños que se hallan expuestos a la violencia en televisión desarrollaran actitudes violentas (American Medical Association, 1976, Baker, R.K., 1969, Cisin, I.H., 1972). Esta

forma de entender la relación de los niños con la televisión parece aceptar la idea de que los niños son como botellas vacías en donde se puede poner el líquido que sea sin alterarse. Afortunadamente, algunos estudios en desarrollo cognitivo han empezado ya a probar que este no es el caso ya que los datos recogidos muestran que los niños interpretan y negocian cada experiencia. Los niños entienden a su manera lo que ven en televisión, usando para ello las construcciones de la vida social que han aprendido de su propia experiencia y también de la televisión (Stephen Whitley and Ronald Abelas, 1980, Dorr 1980, Hodge y Tripp 1986). A partir de aquí puede decirse que la relación que se desarrolla entre el espectador televisivo, su contexto social y el texto que está interpretando es parte de un proceso muy complejo que debería ser estudiado a fondo. Si tenemos en cuenta que los actores sociales emplean activamente las herramientas de la comunicación para construir su realidad social. (Blumer, 1969, Frentz y Farrell, 1976, Delia, 1977), quizá debamos de empezar por considerar a los niños no necesariamente como individuos pasivos sino como mentes que entienden, seleccionan y utilizan cualquier información proveniente de su contexto y que, por algún motivo, consideran relevante. La televisión es parte de la vida cotidiana del niño y la forma en que la utilizan no está necesariamente modelada por los propios contenidos televisivos, sino por el uso y la comprensión individual de esos contenidos. Intentar comprender el proceso por el cual el niño otorga significado a los contenidos televisivos requiere una aproximación socio-cognitiva, ya que los niños interpretan los contenidos de los mensajes televisivos o no- y negocian sus significados de acuerdo a su edad, habilidad e influencias socializadoras. Asimismo, y teniendo en cuenta que la televisión es parte de las actividades diarias de los niños, debemos incluirla en el contexto comunicativo del niño actual, evidentemente mucho más complejo del que se tenía hace cincuenta años. Parece por tanto imprescindible intentar observar la realidad de una forma holística y dinámica, es decir, como un todo que está interrelacionado y en constante evolución (Capra, 1982).

El estudio que se presenta a continuación es el resultado de un intento de relacionar los diferentes contextos comunicativos en los que vive el niño con el fin de observar como éste incorpora los contenidos recibidos por la televisión a los que le llegan a través de la familia, la escuela o el grupo de edad, dentro de un mismo proceso de construcción de la realidad. El estudio pretendía también cuestionar afirmaciones que, basadas en planteamientos lineales y relaciones de causa y efecto otorgan a los modelos televisivos una importancia excesiva en la forma en que los niños se relacionan entre ellos (Comstock, 1978, Surgeon General, 1972, Rico, 1993). Por

este motivo se eligió una forma de relación habitual, cotidiana y relativamente fácil de adaptarse a una observación sistemática: el juego a la hora del recreo escolar. La investigación se planteó cuatro objetivos fundamentales: a) establecer cuáles son los hábitos televisivos de los niños en edades comprendidas entre los 7 y 9 años, b) conocer los contextos familiares y escolares de estos niños y la forma en que desde estos contextos se entiende la televisión, c), intentar definir las pautas interpretativas que aplica el niño a la hora de ver la televisión, y d) conocer si existe algún tipo de relación entre los contenidos televisivos que ven los niños y las formas de juego más habituales en la escuela. Si bien los resultados de esta investigación no parten de una muestra que los haga generalizables a toda la población infantil española, sí que pueden servir de base para la formulación de hipótesis, o tomarse como punto de partida y orientación para posteriores estudios.

La investigación y sus resultados

El estudio se centró en niños de edades comprendidas entre los 7 y 9 años y se realizó a lo largo de los cursos académicos 1992-93 y 1993-94. Un total de 965 niños, 576 padres y 45 maestros participaron. Los niños seleccionados eran estudiantes de escuelas públicas y privadas de la ciudad de Barcelona y otras poblaciones cercanas. La razón de seleccionar el grupo de edad de los 7 a 9 años, es básicamente que a esa edad, los niños dependen de sus padres pero también han ido desarrollando tanto la necesidad de estar con otros niños como también el interés y, en muchos casos el hábito, de ver televisión. Además, los niños a esta edad están ya acostumbrados a ir al colegio y muchos de ellos también participan en actividades extraescolares. Por tanto, los sujetos estudiados viven en un contexto comunicativo complejo.

La metodología utilizada en este trabajo incluyó entrevistas personales con los niños y sus maestros, cuestionarios anónimos que respondían los padres y observaciones sistemáticas de los niños jugando en los ratos de recreo durante la jornada escolar. El objetivo de las entrevistas personales con los niños era intentar establecer cuáles son los hábitos televisivos de los niños y de que forma interpretan los contenidos que reciben por este medio. Las entrevistas con los maestros tenían como objetivo obtener información sobre qué tipo de materiales audiovisuales utilizan en el aula, con qué periodicidad, y si encuentra o no una relación directa entre ver la televisión y falta de interés en las actividades escolares, tendencia hacia la violencia, el uso de

palabras soeces o dificultades en la relación con otros niños. El cuestionario dirigido a los padres intentaba averiguar hasta que punto la familia está involucrada en la forma en que los niños ven la televisión. (Orozco, 1993, Lull, 1990, Weaver and Barbour, 1992). El objeto de la observación de campo era ver si la televisión influye en el tipo de juego: los roles, el lenguaje utilizado, y también la forma en que los niños organizan sus juegos y resuelven sus conflictos.

El análisis de las entrevistas realizadas muestra que el grupo de niños que participaron en este estudio ven la televisión cada día, especialmente cuando regresan a casa después del colegio, pero también a la hora del desayuno y antes de irse a dormir, cuando únicamente se da programación adulta. El consumo televisivo aumenta considerablemente durante el fin de semana, especialmente los sábados y domingos por la mañana. Puede por tanto decirse que ver la televisión es una actividad cotidiana en el niño, perfectamente incorporada a su rutina diaria. La preferencia en cuanto a programas en los niños de esta edad es muy clara: dibujos animados, y entre los dibujos animados de las dos últimas temporadas, Bola de Dragón es el gran favorito. Según indican los datos recogidos en este estudio, prefieren aquellos programas que los hacen reír, y les gusta mucho la aventura. Todos los niños entrevistados se muestran unánimes en declarar que no les gustan nada los programas que son más populares entre la población adulta. Así, al preguntarles por qué no les gustaban las noticias contestaban que "porque no son divertidas" ó "porque son reales". Con respecto a las series y telenovelas declaran que "son muy aburridas". Fue una sorpresa observar que a la mayoría de los niños entrevistados no les gustan los anuncios, o simplemente no les prestan atención (puede que este no sea el caso durante las vacaciones de Navidad). De todos modos, los niños sí que parecían recordar dos anuncios: en uno el protagonista es un perro, en el otro, un niño que "hace cosas muy divertidas". Ninguno de los entrevistados recordaba qué era lo que el anuncio intentaba vender.

De los resultados anteriores parece desprenderse que los niños seleccionan aquellos contenidos que les motivan. En este sentido, el humor, la fantasía, la aventura y el reconocimiento de personajes o situaciones que pueden tener algún punto de conexión con el mundo real o imaginario de los niños aparecen como los ejes de la motivación infantil ante la televisión. Esta motivación parece incidir en la capacidad del niño para la comprensión y posterior interpretación de aquello que ve, siempre en relación con los referentes que le llegan a través de otros contextos

comunicativos. Cuando los elementos motivacionales no se dan, el niño simplemente abandona el interés por el programa. Es interesante constatar también como todos los entrevistados tendían a preferir contenidos fantásticos, rechazando aquello real por no considerarlo suficientemente atractivo. Esto parece indicar, también, que a la edad de 7 a 9 años ya se han recibido los suficientes referentes contextuales -vía familia sobre todo- (Lull, 1990) para distinguir entre realidad y ficción, y tener así unas preferencias claras con respecto a la programación televisiva.

Los resultados de las entrevistas con los profesores muestran que en general, los docentes comparten la opinión de que la televisión no es buena para los niños y que como enseñantes tienen grandes dificultades para atraer la atención de sus alumnos debido a la existencia y gran atractivo de este medio de comunicación. Algunos profesores se quejaban de que los padres permiten a los hijos ver demasiada televisión y que dejan toda la responsabilidad educativa en manos de la escuela. La mayoría de los entrevistados consideran que hay una relación directa entre ver demasiada televisión y la existencia de problemas económicos o afectivos en el seno de la familia. Todos los maestros admitieron que nunca preguntan a sus alumnos sobre lo que han visto en televisión o usan los programas preferidos de los niños como una alternativa posible para introducir, ilustrar o conectar con algún tema del currículo académico. La mayoría de los profesores opinan que los niños ya ven demasiada televisión fuera de la escuela, por lo que sienten que deben hacer algo diferente en el aula de clase. En general, los maestros entrevistados utilizan la televisión de manera muy esporádica o nada en absoluto. También reconocen que si usan la televisión es para pasar en la clase un video educativo. Los docentes afirman no haber observado actitudes violentas en los niños y todos parecen mostrarse de acuerdo en que sus alumnos -a excepción de algunos de naturaleza especialmente conflictiva- se portan correctamente tanto en el aula como en el recreo. Sin embargo, la mayoría de los maestros han constatado el uso de palabras mal sonantes. Algunos consideran que el origen de este tipo de vocabulario es la televisión.; otros opinan que esta forma de hablar se aprende en la familia.

El resultado de las encuestas enviadas a los padres arrojó información contradictoria y sorprendente. A los padres se les pedía que dijeran cuánta televisión ven sus hijos y el tipo de programas que prefieren, así como si acompañan o no a sus hijos cuando estos ven la televisión y si la comentan con

ellos. También les pedimos información sobre el tipo de actividades extraescolares en las que participan sus hijos y si creen que es necesario reducir el número de horas que sus hijos pasan delante del televisor. Fue una sorpresa descubrir que en casi todos los casos, los padres respondieron que sus hijos veían mucha menos televisión de lo que sus propios hijos habían contestado. Todos los padres coincidieron en afirmar que la televisión es mala para los niños, pero de sus respuestas se intuye también que la televisión es una niñera eficaz cuando los padres están ocupados y no pueden estar con sus hijos. Del resultado de las encuestas parece desprenderse que los padres no saben muy bien que es lo que ven sus hijos en televisión y qué les gusta, ya que la mayoría de ellos no supieron enumerar cuáles eran los programas favoritos de sus hijos. Otra incongruencia parece detectarse en el hecho de que los padres afirman que sus hijos ven muchos documentales y programas educativos, mientras que los hijos nunca los incluyen entre los programas que les gustan.

Es interesante observar también que los padres nunca mencionan que sus hijos ven programación para adultos, mientras que los niños conocen los nombres de los presentadores más populares y parecen disfrutar de algunos de éstos programas. Al mismo tiempo, todos los niños mencionan los informativos y las telenovelas como los programas que menos les gustan de la televisión. La mayoría de los padres contesta afirmativamente a la pregunta de si ven la televisión o hablan acerca de lo que han visto con sus hijos. Sin embargo, los niños declaran no ver ni hablar de aquello que les gusta en televisión con los padres. De estos resultados se desprende que los padres quizá piensan que deberían estar con sus hijos cuando estos ven la televisión, y se sienten culpables por no hacerlo así. Parece ser que muchos progenitores quisieran reducir el número de horas que sus hijos pasan con la televisión y, en general, da la impresión de que todos tratan de limitar el consumo televisivo durante la semana. Alternativas a ver televisión tales como realizar actividades extraescolares, invitar amigos a jugar a casa, o jugar padres e hijos después de la escuela, son menos frecuentes, y parecen tener una relación directa con el status socio-económico de la familia. Hay que destacar también que muy pocos padres escriben comentarios sobre las actitudes de sus hijos con respecto a la televisión. Los pocos comentarios recibidos podían dividirse en dos grupos: básicamente, los padres temen que sus hijos se conviertan en adictos a la televisión y les preocupa qué es lo que sus hijos están viendo. Otros padres se muestran satisfechos de que sus hijos no tengan demasiado interés en la televisión y sean capaces de apagar el aparato o realizar otras actividades a pesar de la presencia del

televisor. El cuestionario se envió a los padres a través de la escuela, acompañado de una carta en la que se explicaban los objetivos del estudio. Únicamente contestaron el 30%. Siendo que a muchos padres parece preocuparles el tema de la televisión, se esperaba un mayor grado de participación en el estudio.

Los resultados de la observación de campo muestran que los juegos tradicionales (fútbol, escondite, peleas, las conversaciones de las niñas, intercambio de cromos) son muy populares entre los niños del grupo de edad estudiado. Puede decirse que, en general, aparecen referencias a la televisión en los juegos de los niños, pero paralelamente existe también unas creaciones muy distintas entre ellas a partir del referente televisivo común. También pudo observarse que la mayoría de las referencias al cine y a la televisión, y las variaciones individuales que incorporan los niños, están muy relacionadas con los juegos tradicionales. Por ejemplo, durante el curso 1993-94, en algunas de las escuelas que participaron en este estudio, los niños jugaban a una variedad del *pilla-pilla* pero con dinosaurios. Unos representaban los dinosaurios buenos, los otros, los malos. El juego parece tener una clara relación con la película *Parque Jurásico*, de la que los niños habían sacado algún referente pero la habían adaptado a su manera. Otros juegos seguían modelos similares. Por ejemplo, en un par de colegios se observó que algún grupo de niñas jugaban a *Arare*, el personaje central de unos dibujos animados muy populares entre los niños. *Arare* es un robot femenino, y el juego consiste en imitar cada movimiento de la niña que interpreta el papel de *Arare*. *Rambo y Son --Goku* es el nombre de otro juego. En este juego, dos niños interpretan el papel de estos dos personajes famosos y luchan el uno contra el otro.

Después de observar durante varios días la forma en que juegan los niños, la impresión general es que los juegos de ahora parecen ser los mismos que los niños solíamos jugar en mi generación, e incluso en la generación de mis padres. La diferencia fundamental radica en el nombre por el que se les conoce hoy y en algunas de sus reglas, pero la base es la misma. Quizá deba también hacerse una referencia al hecho de que en todas las escuelas que participaron en el estudio, un grupo bastante numeroso de niños jugaban al fútbol durante el recreo diario, algunos de ellos incluso llevaban el uniforme del jugador que más admiraban. ¿Podemos considerar este interés en el fútbol como el resultado de ver mucha televisión? No creo que podamos hacer este tipo de correlación. Ciertamente, los niños ven fútbol en televisión, pero el interés en este deporte es algo que forma parte de nuestra

cultura y que trasciende el deporte mismo. Por este motivo, muchos niños desarrollan este interés por el fútbol observando e imitando a sus propias familias. Además, el fútbol es un tipo de deporte que combina tanto la necesidad de movimiento, como el deseo de pertenecer a un equipo, de ganar, o de ser bueno haciendo algo que resulta divertido y que, además, causa la admiración de los demás. Correr, chutar una pelota y ganar, todas ellas parecen ser actividades que gustan a la mayoría de los niños del grupo de edad de nuestra muestra.

En todas las escuelas participantes se observó que los niños generalmente juegan en grupos, a pesar de que siempre hay alguien que juega por su cuenta. Las niñas tienden a formar grupos más pequeños que los niños y parecen optar más por juegos más tranquilos que los de sus compañeros. Existe también una tendencia a jugar a un tipo de juego concreto durante muchos días, y después cambiar de juego. En general, los niños no usan la violencia física, aunque a veces se observan agresiones verbales: palabras soeces o gritos. Asimismo, no parecen tener ninguna dificultad en organizar sus juegos, crear las normas y seguirlas. En juegos como el fútbol, que se practica en grupos muy grandes, no parece haber un líder específico, pero en los grupos pequeños siempre hay alguien que dirige el juego y al que los demás siguen. Niños y niñas parecen ser igualmente activos durante el recreo, aunque hay algunos juegos que son todavía masculinos o femeninos. Por ejemplo, muy pocas niñas juegan al *fútbol* con los niños, y muy pocos niños juegan a *papas* y a *mamas* con las niñas. Según los maestros, los juegos parecen tener sus propios ciclos de modas que la mayoría de los niños siguen. También, hay modas que vuelven año tras año en la misma época. Por ejemplo, las niñas suelen jugar con las gomas elásticas en primavera, pero no durante el invierno. De la observación de campo puede desprenderse la conclusión general de que los niños no incorporan nuevos juegos simplemente porque ven unos dibujos animados específicos u otro tipo de programa televisivo, pero sí que recogen algunos de los contenidos televisivos y los adaptan a sus intereses. En la forma en que los niños incorporan contenidos televisivos en sus juegos, parece que haya un proceso dinámico de elaboración y creación en el que formas culturales nuevas y tradicionales derivadas de la familia, la escuela y la televisión, se entremezclan. Por lo que hemos observado de la forma en que los niños juegan, podemos llegar a inferir que participan activamente en la construcción de sus propias formas de actuación individual y grupal, a partir de bases culturales comunes.

Orientaciones para una investigación continuada

A pesar de tratarse de unos resultados todavía aproximativos, la información recogida en este estudio sí parece mostrar algunos aspectos que pueden ser orientativos a la hora de planificar nuevas investigaciones. En primer lugar, los datos recogidos de las entrevistas y observaciones de campo parecen indicar que los niños del grupo de edad de 7 a 9 años saben muy bien qué es lo que les gusta y lo que no de la programación televisiva. Por tanto, la idea de que los niños ven lo que sea con gran interés no parece corresponderse con la realidad de la muestra estudiada. De los resultados obtenidos se desprende también que los niños no perciben la televisión como algo diferente o necesariamente más interesante que las otras actividades que realizan en su tiempo libre. Los niños de este estudio simplemente ven televisión y toman referencias de este medio de la misma forma que las toman de otros elementos de su contexto diario como la familia, la escuela o el grupo de edad. Es más, ver la televisión con regularidad no parece haber alterado la forma en que los niños juegan. Los juegos tradicionales continúan estando tan de moda ahora como hace cincuenta años y -a pesar de que ciertamente existen referencias televisivas en los juegos de los niños- las bases de los juegos tienen varias generaciones de antigüedad.

Siendo que parece que los niños saben muy bien que es lo que quieren ver en televisión y por qué, el hecho de que también vean programas dirigidos a los adultos lleva a considerar que quizás no tienen otra opción. Por ejemplo, muchas familias españolas ven los informativos de la televisión a la hora de las comidas, por lo que los niños también los ven. Muchos niños urbanos no viven cerca de sus compañeros de clase, las calles son lugares poco seguros para jugar, y el tamaño estándar de los hogares españoles no permite mucho espacio para los juegos de los niños. Cuando otras opciones son disponibles: comer con la televisión apagada, tener amigos en casa para jugar, realizar alguna actividad extraescolar, jugar con los padres, o salir durante el fin de semana, a los niños no les importa ver menos televisión. Esto parece indicar que la infancia -y también la edad adulta- necesitan de una cantidad equilibrada de compañía, fantasía, aventura, humor y actividad. Cada individuo tenderá a buscar esos elementos en aquellas fuentes que tenga a su disposición. Si en un cierto contexto los niños tienden a utilizar demasiada televisión para satisfacer algunas de las necesidades mencionadas, puede ser que algo -y no necesariamente la existencia de la televisión- ha alterado el equilibrio de la responsabilidad compartida de todos los agentes socializadores en proveer de los

necesarios estímulos para que los individuos puedan desarrollar tanto su personalidad individual como social.

Al analizar los datos recogidos en este estudio parece observarse que tanto la familia como la escuela presentan ciertas peculiaridades que pueden haber alterado la situación de equilibrio deseable, y que deberían tenerse presentes a fin de poder entender el ecosistema socio-cognitivo en el que los niños urbanos crecen. Por ejemplo, debido al constante aumento de la competitividad en el mercado de trabajo, el deseo que muchos sienten de mantener un buen estándar socio-económico, y la falta de reconocimiento social para las mujeres que no trabajan fuera de casa, padres y madres se ven obligados a ajustarse a largos horarios laborales. Esto tiene como resultado una gradual limitación del tiempo que pueden pasar con sus hijos. Dadas estas circunstancias, es comprensible que no sepan qué es lo que sus hijos ven en la televisión y por qué les gusta tanto. Por otro lado, y debido a que los que ahora son padres crecieron en su mayoría en un contexto todavía más literario que audiovisual, tienden a sentirse amenazados por todas esas imágenes que ocupan la atención que sus hijos -piensan- dedicarían a la lectura. Pero, por otro lado, y siendo que en general los niños no parecen demasiado interesados en leer, los padres consideran que la televisión debería enseñarles algo útil y no ser únicamente una fuente de entretenimiento. Esta puede ser la razón por la cual dicen en las encuestas que sus hijos ven programas educativos, aunque no exista prácticamente un mercado donde escogerlos. De todos modos, de los resultados del estudio se desprende que - al menos para los niños entrevistados- todo es educativo e interesante si les gusta el programa, independientemente de sus objetivos comerciales o educativos. (Orozco, 1989). Por tanto, parece que una responsabilidad de los padres y educadores sería recoger ese interés y fascinación que la televisión despierta en sus hijos para enseñarles otras materias que pueden no estar directamente relacionadas con los contenidos televisivos pero que podrían beneficiarse de éstos. (Albero 1987, 1992, 1993).

Debido a importantes limitaciones en cuanto a tiempo y conocimientos, los padres encuestados desconocen las interpretaciones que sus hijos puedan hacer de los contenidos televisivos, y no saben como ayudarlos en los aprendizajes que se derivan de haber visto televisión (Brown, 1991). Pero las limitaciones de la escuela son, quizá, más complejas. Todavía prevalece esa curiosa dicotomía por la que a la escuela se la considera como un vehículo para el aprendizaje serio y útil, mientras

que ver la televisión está únicamente relacionado con el entretenimiento y una pérdida de tiempo general. Parece que una barrera se interpone entre la escuela y otros contextos de la vida cotidiana ya que, mientras que para la mayoría de las personas el conocimiento y la información llega básicamente por la vía audiovisual, en la escuela únicamente cuenta la palabra escrita. Durante las horas que pasan en la escuela se espera que los niños aprendan cosas; al salir del centro escolar se termina todo el aprendizaje. Por este motivo, los profesores no siempre ven la necesidad de integrar en la escuela el conocimiento proveniente del exterior para hacer el suyo más interesante y relevante para sus alumnos. Por otro lado, la mayoría de los sistemas escolares - y el español no es una excepción- no aceptan la idea de una educación continuada ya que tienden a creer que únicamente aquella información bien estructurada y presentada en soporte escrito es educativa. Sin embargo, los niños traen a la escuela una gran variedad de informaciones y herramientas cognitivas que son en parte el resultado de su exposición a las formas de expresión audiovisuales y que deberían integrarse de alguna manera en las experiencias escolares de aprendizaje y relación social. Del resultado de las observaciones realizadas para el estudio que aquí comentamos se desprende que los niños integran de forma natural todas las informaciones que les llegan de diferentes agentes socializadores. Si este es el caso, ¿Por qué la escuela continúa manteniendo una división artificial que los niños no parecen necesitar para aprender? Seguramente existen razones culturales, históricas, económicas, filosóficas, metodológicas, políticas e incluso administrativas que son la causa de esta situación. Pero quizás detrás de todas esas de alguna manera causas justificadas, se encuentra la falta de un esfuerzo conjunto desde las diferentes disciplinas para intentar conocer como los niños escogen, interpretan, modifican, mezclan e incorporan a su bagaje de conocimientos cualquier tipo de información que reciben, sin ser conscientes de las diferentes fuentes por las que han llegado esas informaciones.

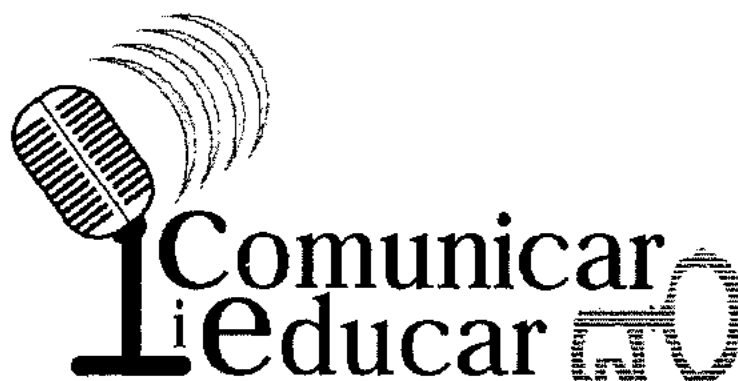
Los resultados del trabajo aquí presentado nos llevan a establecer la necesidad de continuar buscando maneras que nos puedan ayudar a entender la complejidad e interrelatividad de los contextos de socialización. En este sentido, la tradición transdisciplinaria es una herramienta muy útil ya que puede ayudarnos a conocer como las diferentes ciencias tratan la complejidad. En las últimas décadas, y mayormente gracias a los importantes avances conceptuales en física teórica (Bohm, 1987, Capra, 1982), emerge un nuevo paradigma científico que es sistémico y holístico y nos muestra la necesidad de un creciente reconocimiento de la

importancia crucial que tienen los contextos de los fenómenos, así como la recuperación de la mente como objeto y factor de estudio científico. (Capra, 1982, Morin, 1973, 1977, 1980, 1986). Esta creciente importancia de la persona en relación al signo se utiliza cada vez más en diferentes tendencias de la investigación tales como el análisis del discurso, la sociolingüística interaccional, la pragmática, la etnometodología, la ciencia cognitiva y la microsociología. Todas estas aproximaciones tienen en común una tendencia a ver los hechos como procesos humanos en los que los aspectos cognitivos e interpretativos juegan un papel muy importante en el comportamiento personal y social. Es en esta línea en la que deberíamos concentrar nuestros esfuerzos.

Bellaterra, 1996

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Albero Andrés, Magdalena. (1987) "Televisión y educación. Aproximación a un modelo aplicable." Primeras noticias, (septiembre):11-14.
- Albero Andrés, Magdalena. (1992) "El niño ante el televisor". Cuadernos de Pedagogía, 202 (abril): 59-62.
- Albero Andrés, Magdalena. (1993) "Infant i televisió: Una relació necessàriament negativa?" Revista de Catalunya, 72 (marzo): 13-22.
- Bohm, David. (1987) La totalidad y el orden implicado. Barcelona. Kairós.
- Brown, Lawrence Krasny. (1991) Como utilizar bien los medios de comunicación. Manual para padres y maestros. Madrid. Visor Distribuciones S.A.
- Capra, Fritjof. (1982). The turning point. New York. Simon & Schuster.
- Dorr, Aimée. (1980) "When I was a child I thought as a child." in Stephen B. Withey and Ronald P. Abeles. Television and Social Behaviour. Beyond Violence and Children. Hillsdale, New Jersey. Erlbaum Associates, Publisher.
- Hodge, Bob, and David Tripp (1988). Los niños y la televisión. (Spanish translation of Children and Television, 1986). Barcelona. Editorial Planeta.
- Liebert, Robert M. et al. (1973) The early window. Effects of television on children and youth. New York. Pergamon Press.
- Lull, J.. (1990). Inside Family Viewing. Ethnographic Research on Television's Audiences. London, New York. Routledge.
- Margalef, R. (1991). Teoría de los sistemas ecológicos. Barcelona. Publicacions de la Universitat de Barcelona.
- Morin, E. (1973). Le paradigme perdu: la nature humaine. Paris. Editions du Seuil.
- Morin, E. (1980). La méthode. 2. La Vie de la Vie. Paris. Editions du Seuil.
- Murray, J.P. et alii. (eds) (1992) Television and Social Behavior. Washington, D.C. US Government Printing Office.
- Orozco, G. (1989). "La televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella." Umbral XXI: 18-20. México. Universidad Iberoamericana.
- Orozco, G. (1993) "Cultura y televisión: De las comunidades de referencia a la producción de sentido en el proceso de recepción." En García Candini, Coord. El consumo cultural en México. México. CNCA.
- Rico, L. (1992) Televisión: fábrica de mentiras. Madrid. Espasa Calpe.
- Weaber, Barry & Nancy Barbour. (1992). "Mediation on Children's televiewing." Families in Society: The Journal of Contemporary Human Services. Family Service America, Inc.



III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

**INTERNET Y LOS ADOLESCENTES.
PRESENTE Y FUTURO DE LA
SOCIEDAD DE LA INFORMACIÓN**

Per MAGDALENA ALBERO ANDRÉS

*Facultat de Ciències de la Comunicació
Universitat Autònoma de Barcelona*

OBJETIVOS Y METODOLOGIA

En los últimos años, distintas investigaciones realizadas sobre el uso de los nuevos medios de comunicación por parte de los más jóvenes, evidencian una preocupación constante por cual puede ser la posible incidencia que estos medios están teniendo en los procesos de formación de los más jóvenes (Buckingham 1999, Sefton-Green 1999, Livingstone, 2001). Como ya ocurriera con la televisión, muchos de estos estudios aportan informaciones sobre el porcentaje de uso de estos nuevos medios en relación a los antiguos (Livingstone 1998, Van der Voort, Beentjes, Bovill, Gaskell, Koolstra, Livingstone, Marseille 1998; Jonson-Smaragdi D'Haenens, Krotz, Hasebrink 1998), de qué forma se puede proteger a los jóvenes de la violencia presente en Internet y los juegos de ordenador (Magrid 1998, Oswell 1999) y de cómo puede la escuela utilizar las nuevas tecnologías para ayudar a profesores y alumnos en el proceso de enseñanza aprendizaje (Buckingham 1998, Alberio 2001). En el caso del uso de Internet por parte de los niños y adolescentes es también evidente una tendencia a ver esta tecnología como un vehículo idóneo para el desarrollo de las capacidades de razonamiento, creatividad y comunicación (Tapscott 1998, Castells 2001). En general, estas investigaciones estudian de manera un tanto superficial una realidad demasiado compleja. El paradigma del determinismo tecnológico parece dominar todavía estas perspectivas e impide plantearse cuestiones que nos lleven a entender de qué forma los más jóvenes están integrando las nuevas tecnologías de la comunicación, qué elementos moldean esta integración y qué implicaciones puede tener a la hora de diseñar el objeto y la función de la escuela en la sociedad actual.

El objeto de este artículo es presentar los resultados de un estudio exploratorio sobre la utilización de Internet por parte de los adolescentes. La investigación se planteó como un intento de aportar algunos datos sobre los posibles usos sociales, emocionales y simbólicos de Internet entre los adolescentes (de 12 a 17 años) residentes en la ciudad de Barcelona y sus

alrededores. El estudio intenta explorar cómo la familia, la cultura del grupo, la escuela, y la experiencia previa con otros medios de comunicación están orientando el uso de Internet entre los adolescentes. Se busca también poder presentar alguna información sobre la forma en que las escuelas están utilizando Internet, a fin de conocer en qué grado las propuestas escolares con respecto a esta tecnología se adaptan a los intereses, motivaciones y necesidades que tienen los adolescentes cuando usan la Red. Esta investigación parte de la base de que la cultura es un producto de la vida cotidiana y -por tanto- sitúa el análisis de la comunicación en las necesidades, deseos, conflictos, fracasos y éxitos de las personas corrientes que intentan dar sentido a sus vidas.

Como todo estudio exploratorio el propósito de esta investigación era únicamente realizar una primera aproximación a la forma en que los adolescentes integran Internet en su vida cotidiana. No se planteaba, por tanto, obtener resultados generalizables ni comprobar hipótesis. El objeto de esta investigación era el de aportar informaciones válidas para orientar futuras investigaciones. Este planteamiento parecía justificar el empleo de una metodología cualitativa. Una vez se tomó esta decisión, los sujetos de la investigación se eligieron de forma aleatoria, únicamente teniendo en cuenta que se tratara de usuarios de Internet, y que llevaran al menos un año utilizándolo de manera habitual. Al elegir a los sujetos se tuvo en cuenta que únicamente el 45,7% de hogares catalanes tienen ordenador y de éstos solo el 27,1% están conectados a Internet (Estadístiques de la Societat de la Informació. Catalunya, 2001), por lo que algunos de los adolescentes que participaron en la investigación eran usuarios de Internet en cibercafés o en casas de amigos. Un total de 80 adolescentes de entre 12 y 17 años participaron en el estudio. Los jóvenes fueron seleccionados en 20 colegios situados en Barcelona y sus alrededores. Las diferencias de entornos socio-económicos no se tuvieron en cuenta en el estudio, como tampoco las relativas al sexo y a la edad. El objeto fundamental era intentar descubrir el significado que los adolescentes -como grupo que comparte motivaciones

similares, necesidades comunicativas y experiencia previa con otras tecnologías de la comunicación- otorgan a Internet en su vida cotidiana.

Con cada uno de los 80 adolescentes se realizó una primera entrevista con el fin de conocer con qué frecuencia entraban en Internet, por qué motivos, qué actividades realizaban, qué les gustaba y por qué. En una segunda entrevista se habló con el sujeto, pero en compañía de sus amigos a fin de conocer cuáles eran las motivaciones que tenían como grupo e identificar posibles diferencias con respecto a las individuales. Se realizaron también dos sesiones de observación, una con el sujeto en solitario, mientras estaba conectado a Internet, la otra con el sujeto en compañía de sus amigos cuando realizaban actividades en la red. También se llevó a cabo una entrevista con los padres de cada uno de los sujetos del estudio. El objeto de esta entrevista era conocer qué valores otorgaba cada familia a Internet, cuál era el nivel de conocimientos de los padres con respecto a esta tecnología, y si controlaban el acceso a la Red de sus hijos y por qué. Finalmente se entrevistaron dos profesores en cada uno de los centros donde los sujetos del estudio se habían reclutado. La entrevista con los profesores pretendía conocer los proyectos escolares con respecto a Internet, el grado de formación de los profesores en nuevas tecnologías de la comunicación, y su actitud respecto al uso de Internet en las escuelas. El estudio se llevó a cabo entre los meses de enero y diciembre del 2001.

LOS USOS DE INTERNET EN LA COMUNICACIÓN, EL JUEGO Y EL APRENDIZAJE

En esta primera parte del estudio se intentó identificar cuáles son los motivos de los adolescentes para conectarse a Internet. Se pretendía conocer no sólo el grado de integración de Internet en la rutina diaria de los adolescentes, sino también cuando, cómo y con quien usan la Red para comunicarse, si las conversaciones son diferentes de las que tienen lugar cara a cara, y cuáles son las formas de expresión utilizadas. También se pretendía conocer cómo los

adolescentes usan Internet para jugar y para buscar información sobre sus hobbies y otros intereses. En este apartado de la investigación se confiaba, asimismo, en encontrar datos relevantes de cómo los adolescentes utilizan Internet en la búsqueda de información para realizar trabajos escolares, como están aprendiendo todas las funciones de Internet, y con qué dificultades se encuentran.

La teoría de los usos y gratificaciones, que se ha servido de base con frecuencia para explicar los motivos que tienen las personas para usar los medios de comunicación, no ha sido tan utilizada en el estudio de las nuevas tecnologías de la comunicación, y más concretamente el uso de Internet. Los pocos estudios que han investigado los motivos para utilizar Internet se han centrado en los usuarios adultos (Feruson & Perse 2000; Papacharissi & Rubin 2000, Perse & Dunn 1998). Por otro lado, y aunque son varias la investigaciones que se han llevado a cabo para explicar el uso de los nuevos medios de comunicación entre niños y adolescentes (Livingstone, 2002; Suess, Suõninen, Garaitaonandia, Juaristi, Koikkalainen, Oleaga, 1998; Sefton-Green, 1998; Stern, 1999), poco se sabe todavía sobre como los adolescentes se comunican, juegan y buscan información en Internet. Algunos estudios sugieren que los niños y los adolescentes de hoy son quienes están definiendo los usos de las nuevas tecnologías de la Comunicación (Montgomery 2000). Hay también investigaciones que demuestran que los adolescentes pasan más tiempo on-line que los adultos, y que utilizan con mayor frecuencia el correo electrónico y el 'messenger' de lo que lo hacen los adultos (Kraut, Mukhopadhyay, Szczypula, Kiesler & Scherlis 1999, NOP Research Group 2000 a, 2000b). Otras investigaciones han tenido en cuenta las características de la adolescencia y cómo estas pueden afectar al uso de Internet (Roberts 2000). La identidad social, las interacciones con el grupo de edad se hacen más importantes en la adolescencia y esto se ve reflejado en el uso que los jóvenes hacen de la Red (Durkin, 1997). Según otros estudios, los adolescentes parecen también sentirse inclinados hacia el uso de Internet para la interacción social, con especial énfasis en las relaciones de amistad, en la

identificación con grupos y sus valores, y en el desarrollo de la identidad individual (Montgomery 2001, Suess, Garitaonandia, Juaristi, Koikkalainen, Oleaga 1998). Los resultados de todas estas investigaciones previas sobre Internet y los adolescentes se utilizaron como punto de partida al plantearse cómo avanzar en el conocimiento de los usos y significados que los adolescentes -socio-culturalmente situados en un contexto determinado- atribuyen a Internet.

a. La comunicación

De las entrevistas y observaciones realizadas con los adolescentes participantes en este estudio se desprende que Internet es un instrumento importante de comunicación, pero únicamente para comunicarse con sus amigos. Este resultado difiere del que aportaba Tapscott (1998). Los niños y adolescentes de su estudio también se servían de Internet con cierta regularidad para comunicarse con personas a las que no conocían. Quizá para los jóvenes angloparlantes, el compartir una misma lengua australianos, británicos, canadienses estadounidenses y sudafricanos, facilite ese deseo de entablar comunicación con desconocidos. Sin embargo, es muy posible que no sea esta la única causa. Si así fuera ¿Por qué los jóvenes que hablan español en distintos países no se comunican más entre ellos vía Internet? Puede que uno de los motivos resida en las grandes diferencias existentes entre la cultura anglosajona y la hispana, siendo esta última mucho más inclinada al grupo, la utilización de los espacios públicos y el ocio fuera del hogar.

Entre los adolescentes estudiados, el uso de los chats y del messenger son actividades regulares que se practican diariamente antes o después de la cena. De alguna forma, Internet parece haber substituido las largas conversaciones telefónicas con los amigos, tan frecuentes en la adolescencia. Los adolescentes usan la Red para continuar las conversaciones que han

iniciado en el Instituto, para hacer planes para el fin de semana, para resolver conflictos que se han generado en una conversación cara a cara. Es decir, Internet parece haber cambiado el vehículo de comunicación cuando los adolescentes están en casa, pero no ha modificado la necesidad de comunicarse ni los temas de conversación más comunes en esta etapa de la vida. Tampoco ha modificado sus preferencias. Si pueden elegir, prefieren verse, tal como sugiere el estudio de Livingstone (2002). En cuanto a dificultades para comunicarse via Internet, los sujetos observados no parecen encontrar ninguna. Algunos de ellos explicaban que cuando usan la Red sienten que pueden decir a sus amigos cosas que no se atreverían a decir en una conversación cara a cara.

Paralelamente al uso habitual de Internet para comunicarse con los amigos, la comunicación con personas desconocidas a través de la Red ocurre también en los adolescentes más jóvenes (12-14 años) para abandonarse después, como también comenta Tappscott, 1998). Es interesante observar que, entrar en un chat y conversar con desconocidos es generalmente una actividad que realizan cuando están en grupo. En la mayoría de los casos, la participación de los adolescentes en los chats tiene las características de un juego, y disfrutan creando diferentes personajes. Mentir sobre la edad, el sexo o la apariencia física es parte del juego. Son conscientes de que los otros participantes en el chat están haciendo lo mismo. Por este motivo, las amistades que se inician en un chat se acaban pronto. Los usuarios del chat no parecen tener interés en conocerse, aunque vivan en la misma ciudad, se comportan con cautela cuando entran en los chats y no dan información personal real. Los sujetos observados únicamente utilizan los chats en catalán o en castellano y no participan en los internacionales. La razón de esta falta de interés habría quizás que buscarla en el idioma. En la mayoría de los chats internacionales la comunicación ocurre en inglés, lengua en la que los jóvenes españoles todavía muestran escaso dominio. Aunque el idioma inglés se introduce en tercero de primaria, el sistema educativo vigente no parece dedicar el tiempo y recursos suficientes para ofrecer una enseñanza óptima en lenguas extranjeras en las

escuelas. El resultado es que los jóvenes tienen todavía serias dificultades para comprender el inglés en un texto escrito, y muchas más para expresarse en esa lengua. Esta dificultad en la comprensión del idioma inglés puede también incidir en el tipo de uso que se va a dar a Internet y limitar su capacidad de búsqueda de información.

Al observar las formas de expresión de los adolescentes cuando se comunican a través de la red aparece un uso generalizado de las abreviaciones. Se saltan las vocales que no son necesarias para la comprensión de la palabra, y utilizan mayúsculas para expresar el grito. Hay un claro paralelismo entre los textos que se escriben en Internet y los utilizados en la mensajería móvil. El lenguaje desarrollado por la necesidad que imponen los teléfonos móviles de compactar los mensajes en pocos caracteres ha pasado a Internet. Aquí no hay límite de espacio, pero la conversación en tiempo real conlleva la rapidez en la redacción del mensaje. El lenguaje de los mensajes en la Red y en los teléfonos móviles es claramente informal, no demasiado lejos del utilizado en los papelitos que se lanzaban en clase, de un lado al otro de las aulas, en otras generaciones. Sin embargo, no hay que olvidar que el uso de las abreviaciones no se inicia con los teléfonos móviles ni con Internet, sino que empieza a producirse cuando el joven llega a la enseñanza secundaria y debe tomar apuntes de clase. Con los nuevos sistemas de comunicación no hacen más que aplicar en un nuevo contexto una forma de escribir que se usa con normalidad en los textos privados –los apuntes de clase, los diarios, y los mensajes a los amigos. Además, el adolescente distingue claramente el momento y el lugar para utilizar este tipo de expresión y no lleva las formas del texto informal a la redacción de un examen, por ejemplo.

Al iniciar este estudio uno de los aspectos que se planteaba era el de ver en qué forma y en qué grado los jóvenes utilizan Internet para expresar sus intereses y darlos a conocer a los demás. El análisis de las páginas web diseñadas por ellos parecía, por tanto, una forma de conocer algo sobre este campo. Sin embargo, fue sorprendente encontrar un número muy pequeño

de adolescentes dispuestos a crear una página web. Los pocos que lo habían hecho se limitaban a unir unos cuantos links de sus equipos de fútbol o baloncesto, o bien sus fotografías y las de sus amigos. Además, la mayoría de las páginas eran abandonadas ante la dificultad que suponía su actualización. Al preguntarles el por qué no creaban sus propias páginas, la respuesta más habitual era que no sabían como hacerlo. Los adolescentes parecían poco dispuestos a realizar un autoaprendizaje que les requería tiempo, y sólo algunos deseaban que la escuela les enseñara a crear páginas web. Este dato es significativo ya que de alguna forma pone en cuestión las posibilidades de creatividad que automáticamente se asocian a Internet (Pappert 1995, Tappscott 1998, Castells 2001). La existencia de Internet por sí sola, no parece propiciar la creatividad. Algo hay en el contexto familiar, escolar, social y cultural de estos jóvenes que hace que se vean a sí mismos únicamente como receptores, nunca como creadores. Y es en el contexto donde se deberían introducir los cambios necesarios para que los jóvenes pudieran llegar a ver Internet como una posible fuente de creatividad.

b. El juego

El uso de Internet como una forma de juego está básicamente limitado a los chats, a los que generalmente se accede de forma colectiva. A la hora de jugar de manera individual, muchos de los adolescentes observados prefieren el uso de las video consolas y también los juegos en CD Rom. Para este último tipo de juegos, tienden a utilizar la Red con el fin de bajar información que les amplíe las posibles estrategias para avanzar en el juego. Los participantes en este estudio no parecían muy dispuestos a involucrarse en juegos en Red, y muchos de ellos señalaban como razones fundamentales las dificultades para conectarse a las páginas y utilizar los buscadores. A esto contribuye también el hecho de que la video consola se percibe como el lugar de juegos. La video consola –masivamente presente en los hogares españoles– es la solución adoptada por numerosas familias ante la inmensa

cantidad de memoria que requieren los juegos de ordenador, lo que puede bloquear el ordenador familiar, o bien obligar a actualizar el equipo informático con excesiva frecuencia.

En general, los adolescente no tienden a identificarse con los personajes de sus juegos, pero cuando esto ocurre, se da básicamente en varones mayores de quince años y se identifican con el protagonista, que suele ser agresivo, individualista y no muestra sus sentimientos. Algunos de estos juegos pueden desarrollar habilidades como la resolución de conflictos y valoran la inteligencia práctica para avanzar en los distintos niveles, así como la concentración y la observación de los detalles mínimos. Sin embargo, la mayoría de los participantes en este estudio suelen preferir los juegos sencillos on-line, pero sólo cuando no tienen nada mejor que hacer. No parecen mostrar interés por los juegos de lógica ni investigación, ni los que requieren esfuerzo intelectual. Esto podría indicar que los jóvenes identifican claramente el ordenador con el entretenimiento. La función lúdica asociada al ordenador puede actuar como freno a la hora de realizar actividades que requieran un esfuerzo intelectual, que generalmente identifican con la escuela.

Otra forma de juego en la Red se encuentra en las páginas web que visitan. Así, además de las páginas referentes a sus hobbies (deportes y música los chicos; música y moda las chicas), muchos visitan páginas relacionadas con el humor, como por ejemplo quefuerte.com (imágenes impactantes, humor picaresco), paisdelocos.com (humorística, de repertorio variado), o elterrat.com (página oficial de la productora catalana El Terrat, donde pueden participar en diferentes actividades, como un chat, o un foro, o bien dejar un mensaje). Es interesante observar esta preponderancia que dan al humor en sus actividades en la red (chats, páginas web). El humor se perfila claramente como uno de los elementos fundamentales de atracción de los niños hacia la televisión (Albero 1996) y parece continuar así en la adolescencia y con Internet. Este dato no resulta sorprendente ya que el humor actúa como un elemento fundamental en el desarrollo humano. El humor es signo de

inteligencia, es la prueba de una capacidad superior para generar distintos matices a la hora de interpretar nuestro entorno, y que únicamente se da en la especie humana. El humor puede ayudar a comprender situaciones, a ahuyentar miedos, a suavizar momentos tensos. El humor –juntamente con la fantasía– son elementos fundamentales que colaboran con la razón en el proceso de comprensión del mundo y en la búsqueda de un lugar en él. No es de extrañar, por tanto, que la búsqueda de situaciones humorísticas se convierta en un recurso frecuente en la adolescencia, y que ayude en muchos casos a superar los constantes cambios de ánimo tan frecuentes en esta etapa de la vida.

c. El aprendizaje

La utilización que los adolescentes que participaron en este estudio hacen de Internet como fuente de acceso a la información está muy lejos del desarrollo de la curiosidad, la capacidad de investigación y de razonamiento que autores como Tappscott (1998) y O'Brien (2001) atribuyen al uso de la Red por parte de los más jóvenes. Así, los resultados obtenidos parecen indicar que lo único que les impulsa a utilizar la Red para acceder a informaciones relacionadas con la educación formal, es la redacción de trabajos obligatorios que les piden los profesores. En general, ante la propuesta de algún trabajo de investigación, acuden a Internet y simplemente imprimen la información que encuentran. Los trabajos resultantes, son largos, bien escritos, bien ilustrados, pero la información que presentan no ha sido valorada, ordenada, resumida o ampliada por ellos mismos. En muchos casos se han limitado a imprimirla sin ni siquiera leerla. Nos encontramos por tanto ante un uso de Internet parecido al que se hacía de las enciclopedias, con el agravante de que las informaciones que se hallaban en ellas, al menos se leían antes de ser copiadas.

Los participantes en este estudio no acceden a páginas web educativas. La mayoría encuentran las páginas educativas aburridas, sin ningún interés. Quizá a estas páginas le falte fantasía, algo de humor, elementos que despierten la curiosidad, y también muestras de que se conoce y se valora el entorno y los problemas que pueden tener los jóvenes en estas edades. Precisamente, uno de los problemas con los que se enfrentan en la educación formal es el de la sucesión de informaciones descontextualizadas que deben aprender. Desafortunadamente, muchas páginas web están diseñadas con buenas intenciones, pero con la mentalidad, el oficio y los contenidos que guían la redacción de los libros de texto. Por este motivo, los portales educativos no incorporan -generalmente- los elementos necesarios para potenciar la interacción entre el usuario y la información, que pudieran llevarle a desarrollar su capacidad de investigación y de creatividad. La potenciación de estas capacidades sería posible, pero solo si se utilizaran al máximo las posibilidades que ofrece Internet.

En general, los adolescente estudiados no muestran curiosidad por buscar cosas nuevas y cuando acceden a una página web les interesa más su colorido y su movilidad; el contenido parece secundario. También es importante destacar aquí que la mayoría de los jóvenes reconocen que no buscan información (que no esté relacionada con sus hobbies) en la Red por iniciativa propia, para ampliar conocimientos. Consideran que lo que dice el profesor es prioritario y suficiente y se limitan a leer los apuntes de clase para preparar los exámenes. ¿Por qué ocurre eso? ¿Son acaso muy mayores para preguntarse el por qué de las cosas como hacen los niños? ¿Son muy jóvenes para plantearse nuevas preguntas? ¿O es que el sistema educativo no valora suficientemente este tipo de iniciativas?

La búsqueda de información sobre temas de actualidad política y social no es motivo de acceso a la Red. Estos temas no parecen despertar interés entre los jóvenes estudiado. Únicamente una minoría muestra curiosidad por temas de actualidad que provocan controversia (clonación humana, derecho al

aborto, etc.). Algunos adolescentes manifiestan que buscan a veces en la Web aclarar sus dudas sobre la sexualidad. Consultan a menudo las versiones digitales de los periódicos para obtener información sobre la actualidad deportiva, pero no parecen tender todavía definidos sus intereses sociales. Estos datos se diferencian claramente con los obtenidos en estudios como el de O'Brien (2001) en el que se describe como los jóvenes usan la Red para canalizar sus inquietudes sociales. El Observatori de la Joventut en Catalunya, también constata el aumento de participación de los jóvenes en ONG y otras organizaciones sociales. Quizá la razón de esta discrepancia resida en que este tipo de actividades se realizan en situaciones de comunicación cara a cara. En muchos casos las inquietudes sociales se despiertan en organizaciones infantiles y juveniles para el tiempo libre tipo 'esplais' y movimientos 'escolta' y se amplían con la participación en organizaciones locales, cuando estas existen. De todos modos, el interés y la participación en actividades de política social es todavía minoritaria. Una de las razones podría hallarse en la ausencia de una tradición fuerte en la creación de redes locales de participación social, algo muy extendido en los países anglosajones. En nuestro entorno cultural, la posible participación política de los jóvenes se reduce básicamente a su implicación en los grupos juveniles de los distintos partidos políticos, con objetivos –en general– demasiado amplios. Pocos son los jóvenes que se sienten atraídos hacia este tipo de participación política. Sin embargo, acciones sociales locales, relacionadas quizás con los servicios disponibles en su lugar de residencia, podrían despertar el interés de los adolescentes al ver como su participación puede incidir en la posible solución a un problema concreto del entorno donde viven y que les afecta de manera directa.

LAS FAMILIAS E INTERNET.

Si partimos de la base de que el consumo de las tecnologías de la comunicación se aprende en el hogar (Silverstone 1992, Turrow y Nir 2000),

es importante conocer de qué forma las familias utilizan Internet, qué valor simbólico le otorgan a esta tecnología, qué lugar ocupa con respecto a otras tecnologías de la comunicación y cómo todos estos elementos pueden influir a la hora de entender el valor que el adolescente da a Internet. En este sentido, el estudio de Pasquier, Buzzi, D'Haenens y Sjöberg (1998) de niños y adolescentes flamencos, franceses, italianos y suecos muestra cómo el uso de las tecnologías de la comunicación reforzaba las tendencias familiares existentes en cuanto a libertad de uso y privatización de acceso a las tecnologías de la comunicación. En los resultados de este trabajo se observa también la preponderancia de los usuarios varones y jóvenes en las familias. Así mismo, se indicaba que el uso de estas tecnologías es menos interaccional que el de otros medios, como por ejemplo la televisión.

La preocupación por entender la naturaleza del uso de Internet entre los más jóvenes y sus familias se hace también patente en otras investigaciones Caron y Caronia (2001) se preguntan cómo las familias utilizan los medios de comunicación en su vida cotidiana y llegan a la conclusión de que los usos y funciones asignados a cada uno de estos van evolucionando debido —a veces— a las nuevas dinámicas que las tecnologías de la comunicación imponen en las familias. Por su parte, Toni Downes (1999) investiga los diferentes razonamientos de las familias para el uso de Internet, descubriendo un contraste entre la valoración educativa de Internet que hacen los padres y la de entretenimiento que hacen los hijos. Este mismo estudio muestra por un lado la necesidad que tienen los padres de controlar el acceso de sus hijos a Internet a fin de protegerlos, mientras que por el otro los ven como expertos y maestros en este terreno.

Los comentarios de los padres de los adolescentes que participaron en este estudio parecen mostrar una realidad bastante homogénea en cuanto al uso que ellos mismos hacen de Internet, las razones por las que se han conectado, las preocupaciones ante el uso que sus hijos hacen de la Red, sus expectativas, y las preferencias que muestran con respecto a los distintos

medios de comunicación a disposición de la familia. En primer lugar, se observa que los padres entrevistados -salvo algunas excepciones- no han integrado Internet en su rutina cotidiana. La mayoría de los progenitores no sienten curiosidad ni interés por esta tecnología y -contrariamente a lo que ocurre con sus hijos- para muchos está ligada al trabajo, pero no a sus hobbies ni a sus formas habituales de ocio. Así y todo se observa que en algunos casos los padres utilizan la Red para realizar operaciones bancarias, planificar viajes, informarse antes de comprar un coche nuevo, o buscar información sobre algún asunto familiar importante, por ejemplo una enfermedad.

Son muy pocos los progenitores que han enseñado a sus hijos a navegar por Internet. En general, los padres reconocen cierta curiosidad por aprender a navegar en la Red mientras que las madres se muestran algo más reacias. Todos comentan la falta de tiempo como una de las razones de su poco conocimiento de Internet. En efecto, el auto aprendizaje del manejo de esta herramienta de información requiere la posibilidad de sentarse delante del ordenador durante largos períodos de tiempo. Las exigencias laborales y domésticas de la mayoría de los entrevistados hacen que esta disponibilidad de tiempo únicamente se de a partir de las 11 o las 12 de la noche, horario en el que apetece más descansar que dedicarse a una actividad que requiere una cierta concentración. Esta falta de tiempo quizá explicaría porque las madres están menos interesadas que los padres. Ellos, en la mayoría de los casos, realizan menos tareas domésticas al volver del trabajo, por lo que cuentan con algo más de tiempo para dedicarlo a navegar, si así lo desean.

La importancia de tener o no tener tiempo estaría relacionada con el uso de Internet por parte de los abuelos. En algunas familias entrevistadas se daba el caso de abuelos internautas que disfrutaban con el manejo de Internet, canalizando así algunos de sus hobbies, manteniendo contacto con sus familiares y amigos, e incluso enseñando a sus nietos. Todos eran autodidactas y ninguno manifestó haberse encontrado con dificultades

importantes a la hora de aprender a navegar. La existencia de un número cada vez mayor de internautas de la tercera edad rompe con el tópico de que a menor edad, más facilidad para aprender a manejar un ordenador. Lo que parecen indicar estos datos es que en las sociedades desarrolladas hay etapas en la vida –niñez, adolescencia y tercera edad- en las que el individuo dispone de más tiempo para dedicarse a sus intereses; y si estos le llevan a aprender a navegar en Internet, lo hará con facilidad. En la edad adulta, sin embargo, las responsabilidades laborales y familiares dejan en general poco tiempo para aprender a canalizar aficiones ya existentes por nuevos medios, como puede ser Internet. Únicamente en etapas de crisis personales importantes parece darse una situación diferente. Por ejemplo, es bastante habitual encontrarse con divorciados recientes que se han iniciado a Internet con el fin de conocer gente nueva en un chat. Contrariamente a lo que ocurre con los adolescentes, muchos adultos en una situación de cambio personal en sus vidas, sí tienen interés en entablar nuevas amistades, y no muestran –en general- reparo en conocer en persona a alguien con quien se ha estado a gusto chateando.

La mayoría de las familias que participaron en esta investigación se habían conectado a Internet en los últimos tres años y siempre por petición de sus hijos. Casi todos disfrutaban de tarifa plana y un número bastante elevado de familias había optado ya por la instalación de la línea ADSL. Internet había entrado en los hogares después de la consola de vídeo juegos, y con la renovación del equipo informático. En algunos casos la llegada del primer ordenador y la conexión a Internet se habían producido de forma simultánea. En general, los padres están convencidos de que Internet es una herramienta muy útil para los estudios de sus hijos. Internet se había introducido en las familias para facilitar los trabajos escolares, pero no como un vehículo de entretenimiento como es la televisión o las vídeo consolas. Así, parece que el valor simbólico que las familias otorgan a Internet está relacionado con el trabajo, con el acceso a más conocimientos y con la mejora de oportunidades de los hijos de cara a su futuro laboral. Es muy posible que esta valoración se vea alterada en los próximos años si Internet, como fuente de

entretenimiento, sigue ganando fuerza entre los jóvenes frente a otros usos más educativos.

Las preocupaciones de los padres con respecto a Internet y sus hijos se centran en el número de horas que éstos dedican a navegar. Muchos habían observado que sus hijos pasaban la mayor parte del tiempo que estaban conectados realizando actividades de entretenimiento y temían que esto llegara a alterar otros hábitos de ocio que consideran más saludables, como salir con los amigos o practicar algún deporte. Por otro lado, aunque la mayor parte de los padres desconocen qué hacen sus hijos en Internet, manifiestan en general una confianza plena en que sus hijos no accederán a informaciones que puedan perjudicarles. En los casos en que sí existe una preocupación por el contenido al que acceden los hijos, esta se centra más en los contenidos violentos que en los pornográficos. También, a algunos progenitores les preocupa que sus hijos entablen conversaciones con desconocidos o que den datos propios o de la familia. La mayoría se muestran más tranquilos con respecto al uso que sus hijos hacen de Internet cuando se trata del segundo hijo, porque la experiencia con el primero les ha llevado a pensar que Internet no tiene efectos negativos. Los padres consideran los chats como una pérdida de tiempo, y los que aún no han contratado la línea ADSL, se quejan de tener el teléfono bloqueado durante muchas horas al día. Aunque algunos padres manifiestan que se han llegado a llevar el teclado del ordenador al trabajo para que sus hijos no se conecten cuando están solos, todos ven más positivo que sus hijos estén conectado a Internet que viendo la televisión.

Por norma general, los padres comparten las opiniones que más se oyen con respecto a los aspectos positivos y negativos de Internet. Así, mientras les preocupa la violencia a la que pueden acceder sus hijos, también se muestran satisfechos con las grandes posibilidades de acceso a la información que ofrece la Red. Al no ser ellos mismos usuarios demasiado avezados, pocos detectan las dificultades que tienen sus hijos para sacar el máximo provecho

de Internet como fuente de acceso a la información. Piensan, que Internet les ayuda a aprender. De algún modo, la necesidad de usar la palabra escrita conlleva para muchos un sentimiento positivo con respecto al ordenador y todas sus posibilidades, algo que no ha ocurrido nunca con los medios de comunicación basados exclusivamente en la imagen, como la televisión o las vídeo consolas. Los padres –por norma general- desconocen como se trabaja con Internet en los colegios y únicamente algunos de los entrevistados muestran inquietud por saber más acerca de las posibilidades de Internet para poder aconsejar a sus hijos.

INTERNET Y LA ESCUELA

Con la aparición de los medios de comunicación de masas, el interés que suscitaban , y la preocupación ante su rápida extensión como forma de entretenimiento, llegaron también las expectativas de los estudiosos y el deseo de los gobiernos de dar a esos medios de comunicación una orientación educativa. En general, se esperaba de la televisión –como ahora de los ordenadores- que estos instrumentos ayudarían a los profesores en su labor y contribuirían a paliar los problemas de poco interés y bajo rendimiento escolar presentes en muchas escuelas. Así, se fue desarrollando una línea de pensamiento con respecto a las tecnologías de la comunicación en la que se contrasta por un lado la información desordenada, violenta, inútil y perjudicial de los medios de comunicación en su función de entretenimiento masivo, con la otra de información ordenada, educativa, útil y necesaria para mejorar las capacidades de las personas en edad escolar para enfrentarse con éxito a sus estudios y por tanto a su futuro profesional y personal. Sin embargo, mientras las tecnologías de la comunicación como instrumento de entretenimiento no han hecho más que prosperar, hasta prácticamente instalarse como función absoluta, el uso de los medios de comunicación con fines educativos no ha dejado de enfrentarse a una larga serie de fracasos, con algún éxito como

excepción. Se ha hablado mucho de la entrada de los medios de comunicación en las escuelas y el discurso se repite con la aparición de cada nuevo avance en tecnologías de la comunicación. Sin embargo, como ya apuntaba Pappert (1995), la escuela no ha integrado las tecnologías de la comunicación, sino que simplemente las abandona.—caso de la televisión— o intenta convertirlas en una asignatura más, como está ocurriendo con los ordenadores. En general, el concepto de progreso asociado a Internet produce que se intente introducir en las escuelas sin haber realizado previamente las investigaciones necesarias para saber cómo podría sacársele el mejor partido (Bruckman, 1999).

Según Healy (1998) existe un vacío importante entre las campañas de promoción del valor educativo de los ordenadores y el uso que se les da tanto en la escuela como en el hogar. El desconocimiento de cual es el significado que niños y adolescentes otorgan a los ordenadores produce en la mayoría de los casos productos educativos basados en la memorización y la práctica repetitiva de contenidos, textos audiovisuales que copian documentos escritos en cuando a su planteamiento, desarrollo duración y objetivos, y páginas web que no despiertan el interés de los alumnos. Valentine y Holloway (1999) consideran que la visión de los gobiernos con respecto a las nuevas tecnologías de la comunicación es demasiado determinista y eso hace que se separe la tecnología del contexto de la práctica social. Según estos autores, y partiendo de un estudio realizado en tres escuelas británicas de diferentes características, no se tiene en cuenta la importancia del tiempo y del lugar, ni como se promocionan las tecnologías de la comunicación ni qué sentido tienen para los distintos usuarios. En los resultados de su estudio se ve claramente como cada escuela —según sus características y su alumnado— sostiene una visión diferente del papel que las tecnologías de la comunicación deberían tener. Este imaginario moldea la forma en que los profesores dan sentido a las tecnologías de la comunicación y por tanto su utilización en la práctica docente. Esto se manifiesta principalmente en el lugar donde se colocan los

ordenadores, la forma en que se usan en clase y el acceso que tienen los chicos y chicas fuera de las horas lectivas.

Por su parte Sefton-Green, Harvey y Buckingham (1999), Buckingham (1998) y Castells (2002) al considerar las implicaciones educativas de las tecnologías de la comunicación llegan a la conclusión de que los cambios necesarios para asegurar un uso efectivo de las tecnologías de la comunicación en el proceso educativo pasan por un cambio radical de los principios en que se organiza la institución escolar que ahora conocemos. Ante todo esto, cabe preguntarse ¿Cuál es el contexto cultural, social y económico que hace posible que las escuelas no usen bien las tecnologías de la comunicación? ¿Cuál es el origen de los mitos acerca de uso de los ordenadores por parte de los más jóvenes, y por qué persisten? ¿Por qué muchos profesores no se cuestionan su forma de enseñar utilizando estos recursos? ¿Por qué no se da un diálogo con los jóvenes a fin de saber de qué forma perciben Internet? ¿Por qué no se tiene en cuenta el reto que suponen las tecnologías de la comunicación en cuanto al tiempo, el lugar y la autoridad en la forma de enseñar y aprender que actualmente tiene lugar en las escuelas?

Las preguntas anteriores no tienen respuesta en esta investigación, pero sí que muchos de los datos que aporta este estudio pueden ayudar a ver con más claridad que está ocurriendo en las escuelas con respecto a Internet, por qué está ocurriendo esto, y cómo se debería a empezar a trabajar en la búsqueda de una solución. Quizá el primer lugar para empezar a entender la distancia que hay entre las expectativas que se tienen sobre la introducción de Internet en las escuelas y las posibilidades reales de utilización, pasaría por conocer los ordenadores y las conexiones a Internet por alumno de que disponen las escuelas españolas. Según Eurobarómetro 2001, en España hay 12,4 alumnos por cada ordenador disponible y 25,3 alumnos por ordenador con conexión a Internet. Las estadísticas nos sitúan claramente por debajo de Suecia que ocupa el nº 1 en Europa con 4,1 y 4,8 respectivamente, y también por debajo de la media europea que es de 8,6 y 14,9. Pero existen también

otros factores importantes para entender de qué forma se está integrando Internet en las escuelas y que los resultados de las entrevistas con los profesores que participaron en nuestro estudio parecen perfilar.

Un primer dato importante es que la mayoría de los profesores coinciden en afirmar que el centro en el que trabajan no tiene establecido ningún tipo de guía ni de principios que pueden ayudarlos a utilizar Internet en sus respectivas asignaturas. De los datos obtenidos para este estudio parece desprenderse que, en la mayoría de las escuelas, el trabajo con Internet en clase es algo más que deben asumir los profesores en su ya dilatada lista de responsabilidades. Esto lleva a que, por norma general, su trabajo con Internet se limite a dar a los alumnos un listado de páginas web que pueden consultar, de la misma manera que se les indica la bibliografía sobre un tema. En la época en que se realizaban estas entrevistas con los profesores, la Generalitat de Catalunya acababa de lanzar Edu365.com, un premiado proyecto pionero en Europa y que se plantea la implicación de familias, profesores, niños y jóvenes en el uso sistemático y continuado de Internet con fines educativos, fuera y dentro de la escuela. Los Centros escolares eran los encargados de recoger las hojas de inscripción al programa que los niños y sus familias habían recibido en sus hogares. Al preguntar a los profesores su opinión sobre Edu365.com, muchos comentaban que no estaban bien informados, la mayoría no habían accedido al portal y pocos habían comentado con sus alumnos las posibilidades que ofrecía el programa. ¿A qué se debe esta falta de interés ante una iniciativa que, en principio, parecía idónea? Una de las posibles causas de este rechazo podría hallarse en que en los centros educativos existen otras prioridades, urgencias y problemas que marcan el día a día de la actividad docente —la ausencia de recursos materiales y personales, mantener la disciplina en clase y poder llegar a explicar la mayor parte de los contenidos del programa— se perciben como los más importantes.

Si bien en la mayoría de las escuelas visitadas la actividad con Internet es escasa, también es cierto que algunos centros —generalmente tras la iniciativa

individual de algún profesor- participan en proyectos educativos con otras escuelas, en los que los alumnos mantienen un contacto con jóvenes de otros centros a partir del correo electrónico. En muchos casos, sin embargo, el uso habitual de Internet se da únicamente en asignaturas concretas como Inglés e Informática. Algunas escuelas se habían apuntado a la experiencia del periódico virtual en las escuelas que propicia El País. De todas formas -y a pesar de existir experiencias positivas con Internet- por las opiniones de los docentes se extrae que, en general, en las escuelas no se estimula el uso de Internet como herramienta de aprendizaje, y por tanto no se explica a los alumnos como seleccionar la información, ni como valorarla, ni como avanzar en su investigación sobre algún tema.

La mayoría de los profesores entrevistados había recibido algún tipo de formación básica con respecto las tecnologías de la comunicación. Algunos centros -pocos- organizaban cursos de formación para sus profesores. Varios docentes comentaron que la asistencia a estos cursos les había estimulado a seguir formándose por su cuenta en el uso de las tecnologías de la comunicación, pero esta opinión no es la mayoritaria. Todos coinciden en que los cursos a los que habían asistido los preparan como usuarios, pero no les daban información de cómo utilizar Internet en sus clases. Otra coincidencia importante entre los profesores entrevistados es su convicción de que los conocimientos de los alumnos sobre Internet superan los suyos. Así, cuando la escuela decide organizar un curso para los alumnos -básicamente créditos variables- se encuentran con que el nivel del curso es demasiado bajo y la mayoría de los alumnos no avanzan en sus habilidades con la Red. Muchos adolescentes -en casa, en los cibercafés o en casas de amigos- ya han aprendido por su cuenta los rudimentos de Internet.

Un número importante de los docentes entrevistados mantiene todavía una actitud de rechazo con respecto a Internet. Esta actitud parece deberse a varias causas. En primer lugar, la poca o nula información que han recibido los profesores sobre Internet como herramienta didáctica, lo que les impide

ver de qué forma la enseñanza de asignaturas como -por ejemplo- las matemáticas podría beneficiarse. En segundo lugar, muchos citan las grandes dificultades – falta de disciplina, falta de interés por parte de los alumnos- que tienen que superar para poder llegar a dar el programa de la asignatura, lo cual les impide dedicar tiempo a cualquier actividad “extra”. En tercer lugar, se encuentran con dificultades de infraestructura, como tener que trasladar a los alumnos al aula de informática, con la distracción y pérdida de tiempo de clase que esto supone. Muy pocos centros disponen de ordenadores en las aulas, y si los tienen resultan insuficientes para el número de alumnos. Los profesores comentan que tampoco pueden pedir a sus alumnos trabajar con Internet fuera de las horas de clase ya que el acceso a los ordenadores para hacer trabajos se limita a las horas de patio. En algunos centros se cobra incluso una pequeña cantidad al alumno por acceder a Internet. Por otro lado, en algún colegio privado al que asisten jóvenes de familias acomodadas, también pudo observarse que todo y disponer de más ordenadores por alumno, la utilización didáctica que se hace de Internet no es muy distinta de la que se da en centros con menos recursos. Este último dato parece indicar que detrás de las limitaciones de infraestructura técnica –que resultan las más evidentes- se encuentra también un evidente desconcierto sobre el qué hacer con una herramienta de acceso a la información que puede llegar a cuestionar los principios de transmisión de conocimientos actualmente vigentes en el sistema educativo.

Las actitudes negativas o de desconfianza que se observan en algunos profesores responden más a un desconocimiento de las posibilidades reales de Internet, y a una falta de ayuda para poder trabajar con esta tecnología informativa, que a un rechazo absoluto a todo lo que tiene que ver con la Red. Así, muchos profesores reconocen que Internet puede funcionar como gancho para atraer a los alumnos, pero que también la motivación del alumno con respecto a esta herramienta de acceso a la información reside a su relativa novedad. Y esta opinión puede efectivamente ser cierta si Internet se utiliza – como básicamente se ha hecho hasta ahora- como libro de texto. La edad de

los profesores a veces parece directamente relacionada con la aceptación o rechazo de Internet. Así, a mayor edad, menos posibilidades ven en el uso de Internet, y a menor edad aumentan las expectativas de llegar a hacer algo mejor algún día. Sin embargo, detrás de esta actitud no se encuentra una posible mayor o menor facilidad para adaptarse al uso de las tecnologías de la comunicación según la edad, sino la influencia de los años que se lleva trabajando una asignatura de una determinada manera. El cambio siempre cuesta y sobre todo si este cambio se exige pero no se aportan los mecanismos necesarios para cubrir esas exigencias. Si los gobiernos —como es el caso de la Generalitat de Catalunya con su Plan Estratègic de la Societat de la Informació— intentan dar la oportunidad de que todos utilicen las tecnologías de la comunicación, deben mostrar más atención a lo que ocurre cuando las tecnologías y las escuelas se encuentran en la práctica. Quizá el conocimiento de cómo se relacionan los adolescentes con Internet, que valor simbólico tiene para ellos y con qué dificultades se encuentran, podría ayudar a las escuelas a perfilar algunos cambios en las prácticas docentes y evitar así el delegar únicamente en las expectativas políticas que aspiran a cambiar realidades complejas que apenas conocen.

A MODO DE CONCLUSION

Quizá una de las observaciones más destacadas en este estudio es que, a pesar de que el número de hogares conectados a Internet es todavía bastante menor que el de otros países europeos, los jóvenes que han tenido acceso a la red —ya sea en su casa o fuera de ella— han incorporado su uso al conjunto de sus actividades cotidianas. El proceso de acercamiento, conocimiento y dominio de algunas de las funciones de Internet se ha hecho de forma autodidacta en la mayoría de los casos, y los conocimientos adquiridos en el manejo de la Red son únicamente una parte muy pequeña de las posibilidades que ofrece esta herramienta. El potencial de Internet como fuente de acceso

al conocimiento no es lo que ha llevado a los adolescentes a conectarse de manera asidua. Lo que ha ocurrido es que han visto en Internet un vehículo más para canalizar sus intereses como grupo de edad y como individuos. Así, puede observarse como la participación en chats o el uso del messenger substituye al teléfono para conversar con los amigos desde casa. Sin embargo, la comunicación on-line no ha substituido en forma alguna a la comunicación cara a cara.

En la observación de los adolescentes se detectan dos importantes limitaciones en el uso de Internet. En primer lugar, el poco conocimiento del idioma inglés frena las posibilidades de acceso a la información y también su capacidad para usar los buscadores. En segundo lugar, no parecen mostrar interés por las posibilidades educativas de Internet. Continúan delegando en la televisión para estar informados sobre la actualidad, pero, en su mayoría viven esa información de forma pasiva y no se sienten inclinados a ampliarla o comentarla. No recurren a Internet para informarse, como tampoco muestran -ni siquiera los más mayores- interés en la lectura de la prensa. Se ven a sí mismos como receptores de la información pero no como buscadores. Mantienen una división entre entretenimiento y aprendizaje que se observa en su forma de acercarse a la Red. Así, Internet es entretenimiento cuando chatean con sus amigos o acceden a información sobre sus hobbies, y es aprendizaje cuando buscan información para un trabajo escolar. Sin embargo, esta búsqueda de información únicamente se hace si lo pide el profesor. Cuando esto ocurre, los jóvenes se limitan a acceder a las direcciones que les han facilitado sus profesores o bien a bajar la información de la primera página web que encuentran y que les habla sobre el tema. No hay -en general- un trabajo de reflexión sobre la información encontrada, ni de ampliación de la búsqueda, ni de contraste entre informaciones diversas. Esto nos muestra una vez más lo erróneo del planteamiento del determinismo tecnológico que todavía parece creer que el potencial de las tecnologías modificará las formas en que actúan las personas. Las personas -y los adolescentes de este estudio no son una excepción- actúan según unos

patrones culturales y sociales que han recibido desde la infancia y éstos son los que aplican a la hora de integrar las tecnologías de la comunicación en su vida cotidiana. Así, si los medios de comunicación han sido siempre únicamente una fuente de entretenimiento, esto ocurrirá también con Internet, y si en la escuela se les pide básicamente que aprendan lo que dice el profesor, esta función la pasarán también a Internet.

Para poder ampliar los usos de Internet que ahora hacen los adolescentes sería necesario guiarlos, abrirles nuevas opciones para llegar al conocimiento. Y para hacer esto es imprescindible trabajar primero un entramado social complejo que pasaría por reestructurar las funciones de la familia y de la escuela, y por supuesto poner los medios necesarios para que estas reestructuraciones fueran posibles. Y los medios necesarios no son únicamente posibilitar el acceso a un ordenador conectado a Internet; este sería el último eslabón de la cadena. El primero debería implicar el diseño de una buena política de protección a la familia que se planteara adoptar las medidas necesarias respecto a los horarios laborales, que diera a los padres la posibilidad de acceder a una mejor formación cultural y también el tiempo necesario para poder ejercer como padres en su propio hogar. Es un dato importante comprobar la relación directa que existe entre la formación cultural de los padres y su tiempo de dedicación a los hijos, con el rendimiento escolar de estos (Tapscott 1998, Livingstone 2001). Esta relación se irá haciendo también cada vez más evidente en la forma en que distintas familias utilizan la Red. Si no se ponen los medios necesarios, Internet no hará más que aumentar los desniveles ya existentes en cuanto a acceso a la información y competencia escolar, que están marcados no sólo por el disponer o no de tecnologías de la comunicación en el hogar, sino también por el nivel de recursos materiales en general, su accesibilidad y el interés y apoyo familiar. Se debería, por tanto, crear necesidades en el uso de Internet que pudieran implicar a las familias de todos los niveles socio-económicos. Estas necesidades son muy difíciles de definir si no se conocen a fondo los problemas más habituales de las familias con pocos recursos. Una buena

política de ayuda a la familia en su papel de generadora de intereses y recursos culturales para sus hijos repercutiría en la formación básica que los adolescentes reciben antes de acceder a la escuela secundaria, lo que haría disminuir —en muchos casos— tanto la falta de motivación e interés como los problemas de disciplina. En esas condiciones, los profesores podrían sentirse más predispuestos a realizar el esfuerzo personal que requiere la constante mejora e innovación de la labor docente. Pero para aumentar la motivación de los profesores se requiere también un mayor reconocimiento social de sus funciones y la mejora de su formación de base (no solo licenciados en materias, sino profesionales suficientemente capacitados para poder enseñar esas materias), facilitándoles el acceso a una formación continuada, y mejorando los incentivos económicos para animarlos a ejercer una docencia de calidad.

El poco interés que parecen mostrar los adolescentes por Internet como herramienta de aprendizaje no es de extrañar, cuando contrastamos estos datos con los que han aportado los profesores entrevistados y las escuelas visitadas. En las escuelas Internet no está integrado ni aprovechado como herramienta educativa. Las posibles causas de esta situación no hay que buscarlas en el rechazo visceral hacia las nuevas tecnologías por parte de algunos profesores, ni en la falta de dotación informática suficiente de la que adolecen todavía bastantes centros. Sí como dice Castells (2001) el saber utilizar correctamente Internet es una necesidad social, imprescindible en un futuro muy cercano, ¿qué se requiere para formar correctamente en el uso de Internet?. En primer lugar sería necesario plantear qué tipo de orientación deberían recibir los centros educativos y los profesores con respecto a cómo utilizar esta tecnología. Al profesor se le debería ayudar a encontrar un equilibrio entre ejercer la función docente de una manera atractiva y aplicarla a una estructura educativa todavía demasiado rígida. Y esto no puede conseguirse si, como hasta ahora, se plantea la informática como una asignatura en la que el único objetivo es hacer que el usuario sepa su funcionamiento técnico, o Internet como un libro de texto más. El uso

transversal de la informática en la enseñanza secundaria, y todas las posibilidades de trabajo con la información que eso conlleva es todavía una asignatura pendiente que deben plantearse los responsables de nuestro sistema educativo. Mientras esto no se haga, no debe sorprendernos que los adolescentes accedan a Internet únicamente como entretenimiento, y los profesores vean en su introducción en las aulas una demanda más. Demanda a la que deben responder sin la información básica necesaria, usando para ello grandes dosis de buena voluntad y recibiendo a cambio escaso o nulo reconocimiento por sus esfuerzos.

Contrariamente a lo que podría parecer, Internet no parece estar alterando los principios de socialización de los adolescentes sino que amplía algunas de las formas en que esta ocurre. Tampoco está modificando los procesos de aprendizaje. Los jóvenes están integrando Internet a su cotidianidad a partir de los parámetros culturales ya existentes y que marcan sus intereses como grupo, su relación con las tecnologías de la comunicación y su actitud respecto a los contenidos escolares. El hecho de que los adolescentes mantengan un nivel de uso muy básico de esta herramienta informativa pone de manifiesto la existencia de dos niveles de acceso a Internet. Por un lado, para canalizar intereses individuales y de grupo relacionados con el ocio. Por otro lado, para buscar información que pueda ser seleccionada y analizada de forma consciente, en un proceso susceptible de desarrollar el pensamiento y la creatividad. Si bien el primer nivel de acceso se da de forma natural, el segundo no se está produciendo, ni lo hará sin el desarrollo de mecanismos de intervención coherentes dentro del sistema educativo -orientados a crear necesidades de búsqueda activa de información- que permitan a los jóvenes aprender a convertir la información en conocimiento, y el conocimiento en sabiduría.

BIBLIOGRAFÍA

Albero, Magdalena (1996): "Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil", *Comunicar*, (Andalucía), nº 6, pp 129-139.

Albero, Magdalena (2001): "Internet, escuela y vida cotidiana en la infancia". *Telos* (Revista de Estudios Interdisciplinarios Universidad Dr. Rafael Bellosó Chacín) Maracaibo (Venezuela), vol. 3, nº 1, pp 9-20.

Bruckman, Amy (1999): "The Day after Net Day. Approaches to Educational Use of the Internet", *Convergence*, vol. 5 number 1. pp 24-45.

Buckingham, David (1998): *Teaching Popular culture. Beyond Radical Pedagogy*. London: UCL Press.

Buckingham, Sefton-Green (1999): "Children, Young People and Digital Technology" (Special Issue), *Convergence: The Journal of Research into New Media Technologies*, winter, vol. 5 number 4.

Caron, A. y Caronia, L. (2001): "Active Users and Active Objects. The Mutual Construction of Families and Communication Technologies": *Convergence*, vol. 7, number 3, pp 38-61.

Castells, Manuel (2001): *The Internet Galaxy. Reflections on Internet, Business and Society*. Oxford: Oxford University Press.

Castells, Manuel (2002): *Critical Education in the New Information Age*. Rowman and Littlefields Publishers.

Downes, Toni (1999): "Children and Parents Discourse about Computers in the Home and School". *Convergence*, vol. 5, number 4, pp 104-111.

Durkin, K. (1997): *Developmental Social Psychology: From Infancy to Old Age*. Malden (MA.): Blackwell.

Ferguson and Perse (2000): "The World Wide Web as a functional alternative to television". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44, pp 155-174.

Garitaonandia, C., Juaristi, P., Oleaga, J.A., Pastor, F. (1998): "Las relaciones de los niños y los jóvenes con las nuevas y las viejas tecnologías de la comunicación". *ZER*, nº 4, mayo, pp 131-161.

Garitaonandia, Cc, Juarist, P., Oleaga, J. (1999): "Qué ven y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación", *ZER* nº 6, mayo, pp 67-95

Healy, Jane (1998): *Failure to Connect: How Computers Affect our Children's Minds -for Better and Worse*. New York: Simon and Schuster.

Johnson-Smaragdi, U., D'Haenens, F., Hasenbrink, U. (1998): "Patterns of Old and New Media Use Among Young People in Flanders, Germany and Sweden". *European Journal of Communication*, vol. 13, number 4, pp 479-501.

Kraut, R., Mukhopadhyay, T., Szczypula, J., Kiesler, S., Scherlis, B. (1999): "Information and Communication: Alternative Uses of the Internet in Households". *Information Systems Research*, 10, pp 287-303

Livingstone, S. (1998) "Mediated Childhoods. A Comparative Approach to Young People's Changing Media Environment in Europe". *European Journal of Communication*, vol 13, number 4, pp 435-456.

Livingstone, Sonia. (2001): *Children and their Changing Media Environment: A European Comparative Study*. London: Lawrence Earlbaum Associates.

Livingstone, S., Bovil, M. (2002): *Young People and New Media*. London: Sage.

Magrid, L.J. (1998): *Child Safety on the Information Highway*. Washington: National Center for Missing and Exploited Children.

Montgomery, K. (2000): "Youth and Digital Media: A Policy Research Agenda". *Journal of Adolescent Health*, 27, number 25, pp 61-68.

NOP Research Group (2000a): *Four Million Kids now Online*. <http://www.nop.co.uk/survey/internet>.

NOP Research Group (2000b): *Mobile Phones: The Teen's must Have*. <http://www.nop.co.uk/survey/internet>.

O'Brien, Ellen. (2001): *From Sles Pitches to Civics Lessons: Something for Everyone Online*. Washington: Center for Media Education.

Oswell, David (1999): "The Dark Side of Cyberspace. Internet Content Regulation and Child Protection". *Convergence*, vol. 5, number 4. pp 42-61.

Pappacharisi, Z., Rubin, A.M.(2000): "Predictions of Internet Use". *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44, pp 175-196.

Pappert, (1995). *La máquina de los niños*. Barcelona: Paidós.

Pasquier, D., Buzzi, C., D'Haevens, L., Sjöberg, (1999): "Family Lifestyles and Media Use Patterns. An Analysis of Domestic Media among Flemish, French, Italian and Swedish Children and Teenagers". *European Journal of Communication*, vol. 13, number 4, pp 503-519.

Perse, E.M., Dunn, D.G. (1998): "The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity". *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42 , pp 435-456.

Roberts, D.F. (2000): "Media and Youth: Access, Exposure and Privatization". *Journal of Adolescent Health*, vol. 27, number 2, pp 8-14.

Sefton-Green, Buckingham, Tobin (1998): "The Difference is Digital? Digital Technology and Student Media Production". *Convergence*, vol. 5, number 4, pp 10-19.

Silverstone, Roger (1992): *Consuming Technologies. Media and Information in Domestic Spaces*. London and New York: Routledge.

Stern, S. (1999): "Adolescent Girl's Expression on Web Home Pages. Spirited, Sombre and Self-Conscious Sites". *Convergence*, vol. 5 number 4, pp 24-41.

Suess, D., Suonien, A., Garitaonadia, C., Juaristi, P., Koikkalainen, R., Oleaga, J.A. (1998): "Media Use and the Relationship of Children and Teenagers with their Peer Groups. A Study of Finnish, Spanish and Swiss Cases". *European Journal of Communication*, vol. 13, number 4, pp 521-538.

Tapscott, Don. (1998): *Growing Up Digital. The Rise of the Net Generation*. New York: Mc Graw Hill.

Turrow, J., Nir, L.(2000): *The Internet and the Family: The View from Parents, the View from Kids*. Philadelphia: Annenberg Public Policy Center.

Valentine, G., Holloway, S. (1999): "'The Vision Thing'. Schools and Communication Technology". *Convergence*, vol. 5, number 1, pp 24-45.

Van der Voort, H.A., Eeentjes, J., Bovil, M., Gaskell, G., Koolstra, C., Livingstone, S., Marseille, N. (1998): "Young People Ownership and Uses of New and Old Forms of Media in Britain and in The Neetherlands". *European Journal of Communication*, vol. 13, number 4, pp 457-477.



III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

L'EDUCACIÓ EN MITJANS DE COMUNICACIÓ I LA FI DEL CONSUMIDOR CRÍTIC

Per DAVID BUCKINGHAM
Institut d'Educació, Universitat de Londres

Introducció.

La idea de postmodernitat ja fa temps que ha superat la data de caducitat. Quan es va introduir en la consciència popular, al començament de la dècada de 1990, ja s'havia convertit en un clixé acadèmic desgastat. Des d'aleshores, els teòrics culturals més avantguardistes s'han inclinat cap a la post-postmodernitat, mentre altres han format part d'un moviment en favor de posicions teòriques clarament «retro», com és el cas de l'economia política i l'anomenat «nou historicisme». Potser la ironia més gran de tot això és que la postmodernitat s'ha acomodat molt bé en l'acadèmia. De fet, n'hi ha que defensen que, en el seu llenguatge esotèric i tortuós i en la seva aparent retirada de les realitats empíriques mundanes, la teoria postmoderna sempre ha estat un moviment acadèmic per excel·lència. El que sembla haver-se oblidat és que el moviment postmodern representa un repte fonamental per fixar formes d'educació, tant pel que fa als conceptes tradicionals sobre el coneixement i l'aprenentatge com pel que fa a les formes institucionals en què s'insereixen.

En aquesta ponència vull tornar a fer front a aquest repte postmodern per a l'educació. El meu objectiu no és presentar una altra tanda reciclada de teories postmodernes. Tampoc no vull oferir una crítica abstracta de les pràctiques diàries dels professors, des de la meua posició privilegiada a l'acadèmia. Generalment, aquestes anàlisis no representen gaire més que una exhortació retòrica, i quan es tracta d'explicar-ne detalladament les implicacions per a les classes pràctiques, sovint són increïblement evasives (vegeu Buckingham, 1996). En aquest ponència, vull tractar les implicacions de la postmodernitat, concretament en relació amb l'educació en mitjans de comunicació. M'agradaria examinar si l'educació en mitjans és necessàriament una empresa «modernista» i fins a quin punt s'ha de mantenir així. I vull presentar aquestes qüestions amb exemples específics de les classes pràctiques a les escoles.

Mitjans de comunicació, educació i canvi social: el repte postmodern.

Tant si estem d'acord com si no amb la idea de postmodernitat, s'ha de reconèixer que les relacions entre els joves, els mitjans de comunicació i l'educació estan experimentant un canvi molt rellevant. La proliferació de tecnologies de la comunicació, la comercialització i globalització dels mercats de la comunicació, la fragmentació de les audiències i l'augment de la interactivitat estan transformant les nostres relacions diàries amb els mitjans. Els mitjans digitals —sobretot Internet— han augmentat de manera considerable la participació activa, tot i que la majoria de persones que no hi tenen accés corren el risc de l'exclusió i la manca de representativitat. De tota manera, el desenvolupament de la comunicació moderna dona lloc a un entorn més heterogeni, on les fronteres entre la comunicació de masses i la comunicació interpersonal i entre els productors i els consumidors cada cop són menys clares. Els mitjans ja no es poden considerar «indústries de la consciència» —tal com ho solen fer els educadors en mitjans de comunicació— que imposen falses ideologies o valors culturals a una audiència passiva.

Moltes d'aquestes transformacions estan relacionades amb els nens i els joves (vegeu Buckingham, 2000). La gent jove es troba entre els mercats més importants de moltes d'aquestes tecnologies i formes culturals, i fins i tot els nens més petits formen un grup de consum cada cop més fort. Aquest fet té implicacions importants pel que fa a l'accés dels joves als mitjans de comunicació: avui dia, els joves tenen accés als mitjans per a adults —a través de la televisió per cable, el vídeo o Internet— d'una forma molt més fàcil que els seus pares. Com a conseqüència, ha augmentat la necessitat de buscar urgentment nous mitjans de control. D'altra banda, la gent jove també disposa dels seus «àmbits de comunicació», que els adults cada cop troben més difícils d'entendre. La idea del nen vulnerable i que necessita protecció enfront els perills dels mitjans de comunicació —una noció en la qual se sol basar l'educació en mitjans— cada cop deixa més pas a la idea del nen com a «consumidor autònom».

De tota manera, és important destacar que aquests avenços no es limiten exclusivament a l'àmbit dels mitjans de comunicació. Molts analistes socials afirmen que el món contemporani es caracteritza per un sentiment creixent de fragmentació i individualisme. En el món occidental, es considera que el gir cap a la societat de consum «postindustrial» ha desestabilitzat les formes existents de treball, habitatge i vida social. Cada cop es qüestionen més les institucions socials establertes, les normes de conducta de la societat civil i les concepcions tradicionals de la ciutadania. Aquests avenços han tingut implicacions importants pel que fa a la formació de les identitats. La mobilitat social i geogràfica està debilitant els llaços socials tradicionals, com ara la família i la comunitat, i la majoria dels joves creixen en societats cada cop més heterogènies i multiculturals, en què cohabituen diferents concepcions de la moralitat i tradicions culturals molt diverses. En aquest context, la identitat es considera una qüestió d'elecció individual, més que no pas un dret de naixement o una qüestió de destí, i en aquest procés, les persones es tornen més flexibles i diverses —i fins a cert punt més autònomes— en la seva manera de fer servir i interpretar els béns culturals. De fet, aquestes noves societats són, en molts aspectes, més desiguals i estan més polaritzades que les societats que substitueixen: no tothom pot escollir lliurement la identitat i la manera de viure. Tanmateix, sembla que les cultures de consum contemporànies almenys proporcionen una aparença exterior d'elecció i, per tant, promouen una creença subjectiva en la força i la capacitat de les persones.

De nou, hi ha alguns aspectes d'aquests avenços que estan relacionats principalment amb els nens i els joves (vegeu Buckingham 2000). Les relacions d'autoritat i força entre els adults i els nens estan canviant, com també les definicions socials de la infantesa. D'una banda, les institucions socials que tradicionalment han intentat definir la infantesa —sobretot la forma convencional de la família nuclear— s'estan debilitant. Els crítics socials conservadors constaten que sembla que la infantesa estigui desapareixent. Sembla que els nens es fan «grans cada cop més joves»: tenen relacions sexuals abans, augmenten els delictes infantils, i les drogues s'han convertit en

un aspecte comú de moltes de les activitats d'oci dels joves. D'altra banda, però, també es podria argumentar que la infantesa està cada cop més institucionalitzada: avui dia, els nens reben més hores d'educació formal, tenen menys independència per desplaçar-se i depenen econòmicament dels seus pares durant més temps. Cada cop s'apliquen més mesures disciplinàries per frenar l'autonomia dels joves, sovint en forma de tocs de queda, mesures de vigilància paterna i d'altres canvis en el sistema de justícia.

Tanmateix, aquests canvis representen un gir important en l'estatus dels joves com a grup social diferenciat. Mentre que hi ha persones que defensen les relacions tradicionals i preferirien tornar a l'època en què als nens «se'ls veia però no se'ls escoltava», d'altres consideren que aquests canvis representen una extensió de la democràcia i els drets dels ciutadans als nens. Per tant, juntament amb els intents de fer front a la manca de disciplina, també s'ha posat èmfasi en els drets dels nens, tot i que cada cop és més difícil distingir els drets dels nens com a ciutadans dels drets dels nens com a consumidors. D'una banda, sembla que les fronteres tradicionals entre nens i adults cada cop són menys clares, tot i que, d'altra banda, també sembla que comencen a redefinir-se.

Així doncs, aquesta situació, quines implicacions té per a l'educació? La més clara és que cada cop sembla haver-hi una diferència més gran entre el món dels joves fora de l'escola i l'experiència a l'aula. Mentre que les experiències socials i culturals del jove s'han transformat de manera dràstica durant els últims cinquanta anys, les escoles no s'han adaptat a aquest canvi. Les escoles actuals serien fàcilment reconeixibles per als pioners de l'educació pública de mitjan segle XIX: la manera com s'organitza l'ensenyament i l'aprenentatge, les matèries i els coneixements que es valoren, i bona part dels continguts dels temaris actuals han canviat molt poc en aquest temps. De fet, alguns afirmen que l'educació està experimentant certs retrocessos, passant de la incertesa dels canvis socials contemporanis a l'aparent estabilitat d'un nou «fundamentalisme educatiu», en què es podrien restaurar les relacions tradicionals d'autoritat entre els adults i els nens (Kenway i Bullen, 2001).

Actualment hi ha un contrast extraordinari entre els alts nivells d'activitat que caracteritzen les cultures de consum dels nens i la passivitat que envaeix, cada cop més, la seva educació. Els professors sempre s'han queixat de la limitada capacitat d'atenció dels nens, tot i que els nivells de concentració intensa i d'energia que caracteritzen els jocs dels nens, amb fenòmens com Pokémon, contrasten amb la influència limitada de la classe d'ensenyament mecànic que sol donar-se a la majoria d'aules (Buckingham i Sefton-Green, en premsa). Tal com afirmen Jane Kenway i Elizabeth Bullen (2001), la «política del coneixement» de la cultura de consum dels nens sovint s'oposa a l'educació formal, caracteritzada pels professors avorrits i seriosos, dignes, en comptes d'admiració, d'una reacció justificada en contra. Com en un «carnaval rabelaisià», la cultura en mitjans de comunicació dels nens s'està convertint en un àmbit en què els valors autoritaris de seriositat i conformisme s'estan debilitant. En aquest context, no és d'estranyar que els nens no identifiquin

l'escola amb les seves identitats i preocupacions, que la considerin una mena de tasca funcional.

Aquest fet, en quin punt situa l'educació en mitjans de comunicació? En certa manera, el més urgent sembla exposar els arguments en favor del mitjans de comunicació. A més, com l'educació en general, l'educació en mitjans pot considerar-se una part del projecte modernista. Es basa en el cultiu del pensament racional i en la possibilitat de la comunicació pública ben regulada. Com a educadors en mitjans de comunicació, la nostra intenció és formar ciutadans ben informats i responsables, que podran adoptar una posició distanciada envers els plaers immediats dels mitjans de comunicació. Volem oferir als nostres estudiants el coneixement crític i les eines analítiques que creiem que els serviran per convertir-se en uns agents socials autònoms i racionals. El nostre objectiu és crear «consumidors crítics», tot i que el que volem dir amb el terme «crítics» en aquest context sovint s'allunya de la definició més adient.

En vista dels grans canvis que he apuntat anteriorment, molts teòrics postmoderns dirien que es tracta d'un exercici superflu. Afirmen que els educadors ja no es poden veure com a «legisladors» que imposen els valors i les normes de la cultura oficial (Usher i Edwards, 1994). Com a màxim poden aspirar a actuar com a «intèrprets», oferint «múltiples realitats» i formes diverses de percepció i coneixement. Consideren que les concepcions «realistes» de representació, racionalitat i objectivitat en què es basa l'educació estan en crisi. Mentrestant, la retòrica de l'ensenyament públic —la seva voluntat d'emancipar els estudiants del poder i transformar-los en agents socials autònoms— es considerada com una simple il·lusió de la modernitat capitalista.

En tot cas, aquestes qüestions incideixen molt més en l'educació en mitjans que en els temes acadèmics convencionals. En el context que he destacat, els intents d'imposar una autoritat cultural, moral o política en els mitjans de comunicació amb què els nens interaccionen diàriament no es prenen seriosament. Si, com en la majoria dels casos, es basen en el menyspreu paternalista pels gustos dels nens, és evident que s'han de rebutjar. La idea que els estudiants podrien, en certa manera, deixar de banda el que consideren la seva cultura popular en favor dels valors polítics i culturals dels professors, cada cop sembla més impossible. Fins i tot en quan els professors han provat d'apropar-se de manera més positiva a les cultures dels mitjans de comunicació dels nens, el que en el fons volien era atraure'ls per als seus propòsits, i en aquest procés, la majoria de vegades han acabat reinterpretant conceptes tradicionals del que es considera el coneixement vàlid.

Alguns d'aquests temes els han tractat els educadors en mitjans de comunicació durant els últims anys. Els professors cada cop estan més d'acord que l'educació en mitjans no ha de ser una creuada per rescatar els nens d'aquests mitjans. Els enfocaments proteccionistes de l'educació en mitjans—ja siguin de caràcter cultural, moral o polític— cada cop es consideren més redundants o contraproductius. És evident que els professors més joves d'avui dia, que han

crescut amb els mitjans electrònics, tenen una actitud molt més natural: és menys probable que es considerin uns missioners denunciant la influència negativa dels mitjans, i es mostren més entusiastes amb la idea que els joves utilitzin els mitjans com a forma d'expressió cultural. (Morgan, 1998; Richards, 1998).

Tanmateix, l'educació en mitjans continua sent bàsicament una empresa modernista. Els educadors en mitjans desconfien dels gustos dels joves en els mitjans. No ens refiem de la sensualitat, l'emoció i la irracionalitat, i trobem difícil tractar-los quan inevitablement apareixen. La política ens fa definir i fixar els significats i els gustos, de manera que es puguin avaluar i refutar de manera racional. Tot i que comencem a reconèixer el potencial de la producció dels mitjans, sovint dubtem del joc creatiu amb significat que sembla oferir. En darrera instància, sembla que l'únic aprenentatge que compta és el que es fa de manera conscient, és a dir, l'aprenentatge que es du a terme de manera acadèmica, «crítica» i discursiva.

Evidentment, aquests aspectes de l'aprenentatge són necessaris, o si més no inevitables. Però els avenços que he descrit plantegen algunes qüestions importants als educadors en mitjans. L'entorn multimèdia més heterogeni en què creixen els joves representa un repte per a la «política d'identitat» de l'educació contemporània en mitjans, que emfatitza les nocions de racionalitat i concepcions «realistes» de la representació. Pot crear l'espai per a formes pedagògiques més «lúdiques», que connectin més directament amb els lligams emocionals dels joves en els mitjans. En aquesta ponència m'agradaria explicar que existeixen moltes possibilitats, sobretot pel que fa a la producció dels joves en els mitjans. També m'agradaria advertir dels perills d'un optimisme massa fàcil. Crec que hauríem de considerar amb més atenció el que volem que els estudiants aprenguin en aquest context i en quin punt sabem que ho han après. Em sembla que els meus arguments segurament reflecteixen la meua adhesió a un enfocament modernista.

Identitats postmodernes?

Tal com he insinuat, l'experiència dels joves que creixen en un entorn multimèdia contemporani és força diferent de l'experiència de la majoria dels professors. Aquest fet complica, inevitablement, la tasca dels educadors en mitjans, ja que posa límits a tot el que podem saber i la importància del nostre ensenyament. En comptes de l'accessible «cultura popular» de les emissions televisives, actualment els joves es troben amb moltes opcions de mitjans de comunicació, moltes de les quals ens poden semblar inaccessibles, o si més no incomprensibles. Ja no podem donar per fet que els nostres estudiants compartiran experiències similars entre ells, i molt menys amb nosaltres. I tampoc no podem refiar-nos d'una explicació simplista de la «política d'identitat», en què es considera que les imatges dels mitjans tenen conseqüències úniques i predictibles pel que fa a la idea que els estudiants tenen del seu lloc en el món.

Els professors en mitjans de comunicació no necessiten sentir-se identificats amb l'entusiasme dels seus alumnes, de la mateixa manera que no han d'esperar saber més del que saben. Segons la meua experiència, les preferències i les aportacions personals en certs aspectes dels mitjans poden ser contraproductives per a les classes: els estudiants sempre estan disposats a rebutjar el que ens agrada als professors, sobretot si els ho demostres clarament. A més, la diferència generacional entre professors i estudiants no és únicament una qüestió de gustos, sinó que pot tenir unes implicacions molt importants pel que fa a les suposicions teòriques que influeixen en el nostre ensenyament.

Un bon exemple en seria l'ensenyament sobre la representació. En una reflexió interessant sobre la seva manera d'ensenyar, Elizabeth Funge (1998) fa al·lusió a les diferències entre les percepcions sobre el gènere que els seus estudiants extreuen dels mitjans i les teories feministes en què es basa la major part de l'educació en mitjans. Funge afirma que el feminisme de la dècada de 1970, amb l'èmfasi en la deconstrucció ideològica, simplement no encaixa amb la política de gènere d'avui dia, encarnada, per exemple, en la noció del «poder de la dona». L'anàlisi dels estereotips i la consideració «opressiva» del cos de la dona com a objecte no ens ajuden a entendre l'atracció de les Spice Girls o de Lara Croft. Funge considera que tampoc encaixa amb l'expressió insistent i força poderosa que les seves estudiants tenen de la seva sexualitat.

Tot això no implica únicament que els educadors en mitjans hagin d'adaptar-se a les experiències canviants dels seus alumnes amb els mitjans, sinó que, a més, han de acceptar que aquestes experiències poden ser molt diferents de les seves i que poden tenir implicacions teòriques més àmplies. La raó no és solament que els mitjans són diferents, sinó que la manera com els joves s'hi relacionen —les modalitats d'interpretació, compromís i inversió— també han canviat de manera substancial. Funge afirma que ens trobem en una «nova fase de representació» en què la norma poden ser les múltiples interpretacions i les reaccions ambivalents. Funge sosté que en aquest context «postmodern» hem de reconèixer que les representacions dels mitjans són més complexes, i les audiències més sofisticades i autònomes que al començament. Les representacions contemporànies dels gèneres no es poden comparar amb les nocions antiquades dels «estereotips», les «imatges negatives» i la «mirada masculina», tot i que precisament aquestes idees encara es donen en l'educació en mitjans.

En certa manera, aquesta qüestió ens remet a la idea de Judith Williamson (1981/82) sobre la falta de connexió entre les anàlisis ideològiques i l'experiència real, tot i que Funge també planteja la qüestió clau —que Williamson obvia— sobre en quin punt deixa tot això els nois de la seva classe. El repte més important és saber si la manera com els joves defineixen i construeixen les seves identitats de gènere —i com utilitzen els mitjans per fer-ho— ha canviat amb el temps. Les evidències semblen difícils d'establir, tot i que alguns analistes feministes de la cultura juvenil postmoderna en suggereixen algunes (per exemple, McRobbie, 1994). De fet, algunes teories

feministes han qüestionat la noció d'una identitat de gènere fixa o essencial, argumentant que el gènere és una classe de representació o «farsa» (Butler, 1990), i, evidentment, la figura de Madonna s'ha convertit en la icona més popular de la versió «postmoderna» de feminitat (Schwichtenberg, 1993).

Fins i tot si acceptem aquests arguments, és qüestionable si es poden aplicar a altres aspectes de la formació de la identitat. Durant les últimes dècades, s'han produït molts canvis en la posició social i l'experiència de la dona, i seria estrany que no es reflectissin en les representacions dels mitjans de comunicació. El que és més qüestionable és si alguns arguments similars poden aplicar-se, per exemple, a la «raça» o l'ètnicitat. Alguns analistes celebren l'aparició de persones no blanques «amb carisme» i de «noves ètnicitats» més híbrides en els mitjans de comunicació, tot i que la presència de la retòrica i les pressuposicions racistes és difícil d'ignorar. Novament, les implicacions d'aquest fet en termes de «política d'identitat» —i pel que fa a l'educació— encara no són prou clares.

Phil Cohen (1998) presenta algunes reflexions útils sobre aquests temes en el seu informe sobre l'ensenyament de la «raça» en el context de l'educació artística. Cohen rebutja fermament les nocions simplistes d'«imatges positives», argumentant que es basen en un enfocament racionalista, que considera el racisme com el resultat de la irracionalitat o la desinformació. Com Funge, Cohen afirma que les imatges es poden interpretar de maneres diferents, de vegades contradictòries, i que els significats relacionats amb una noció com la de «raça» són intrínsecament inestables. Cohen considera que un punt de partida més constructiu seria reconèixer els elements de «farsa» —paròdia, mímica, juxtaposició lúdica— que caracteritzen algunes cultures juvenils contemporànies. Així mateix, suggereix que aquests elements poden ser utilitzats pels estudiants per minar algunes identitats ètniques essencials i per generar narracions més complexes del jo. El seu exemple, la imatge d'una «petita guerrera índia», creada per un grup ètnic mixt de nenes de 7 i 8 anys, és un clar híbrid, una creació «multicultural» que també expressa el seu desacord amb la injustícia racial.

Darrere dels dos estudis que he esmentat s'amaga una insatisfacció més gran amb les idees «modernistes» de significat i identitat. Refuten explícitament l'ensenyament políticament correcte, que busca proporcionar una mena de «contrapropaganda» a les que es consideren desilusions ideològiques promogudes pels mitjans de comunicació dominants. Aquestes idees també impliquen que la identitat en ella mateixa no es pot considerar en termes únics com una cosa fixada o essencial. Suggereixen que les estratègies d'ensenyament prescriptives, que proven de fixar els significats i d'imposar els pensaments «correctes», poden ignorar una bona part del potencial polític positiu de les cultures dels mitjans dels estudiants. La imposició d'una autoritat d'ensenyament pot deixar de banda les qüestions realment importants.

Pedagogies lúdiques.

En última instància, les qüestions sobre la política i la identitat no es poden separar de la qüestió crucial del plaer. Tal com sosté Roger Silverstone (1999), el plaer i el joc són aspectes centrals de les nostres relacions amb els mitjans de comunicació. Els aspectes irracionals, corporals i eròtics són fonamentals en l'experiència social, tot i que sovint es negui. Silverstone afirma que la cultura popular sempre ha ofert un escenari per al joc, en què aquestes coses es podrien autoritzar, sempre de manera temporal. En els mitjans electrònics, podem trobar els mateixos espais per al joc, tot i que les fronteres entre «seriós» i «lúdic» cada cop són més permeables i estan menys diferenciades. I tal com suggereix, el joc també és una oportunitat per proclamar la nostra individualitat, per construir les nostres identitats a partir dels rols que assumim i de les regles que seguim.

Aquesta dimensió lúdica ha representat un impuls clau en la teoria postmoderna. En lloc de les idees realistes de representació, alguns teòrics postmodernistes són partidaris d'un joc irreverent amb el significat, en què la seriositat i la racionalitat són substituïts per la ironia i la paròdia. Segons Usher i Edwards (1994:15), la cultura moderna «seriosa» vol oferir una representació «verídica» de la realitat i educar les persones perquè observin el món de determinades maneres que condueixin al «progrés». Es basa en la noció de domini a través de la racionalitat, i en la negació o supressió de desig. Per contra, la cultura postmoderna rebutja aquests discursos totalitaris (que tenen l'objectiu d'explicar la «veritat» en última instància) a través d'una mena d'eclecticisme i la negació dels significats fixats. Per a alguns, aquesta dimensió lúdica del postmodernisme és fonamental perquè resisteixi l'*status quo* modernista opressiu. D'altres afirmen que és aquí on el postmodernisme desplega la seva complicitat amb el consumisme del capitalisme contemporani.

Tal com he indicat, la producció en mitjans proporciona un espai en què els estudiants poden explorar els plaers i les inversions emocionals en els mitjans, d'una manera molt més subjectiva i «lúdica» que amb l'anàlisi crítica. Evidentment, la producció en ella mateixa sovint és molt agradable, sobretot pel que implica de col·laboració: formar part d'un equip, compartir el treball amb persones afins, riure, disfressar-se i explicar acudits són característiques bàsiques de l'activitat. Alhora, es considera que molts projectes reflecteixen una mena de subversió o transgressió de les normes del comportament educatiu «seriós», tot i que, com veurem, pot tenir conseqüències negatives.

Potser no és estrany que aquestes dimensions lúdiques de l'educació en mitjans hagin tingut més èxit amb els nens més petits. En el context de l'alfabetització, el treball d'Anne Haas Dyson (1997) i Rebekah Willett (2001) proporciona aproximacions interessants a la manera com els nens fan servir els elements dels mitjans i la cultura popular en l'escriptura creativa. A l'aula, Dyson descriu l'activitat d'uns nens anomenada «teatre d'autor», en què narren les seves històries per tal que els companys de classe les representin. En aquest context, la història escrita es converteix en un «tiquet per actuar»: el «teatre d'autor» introdueix alguns dels elements del joc informal de l'hora del pati a la classe, i,

amb ells, la complexa negociació de relacions socials i identitats que representa un joc com aquest. L'ús extensiu de personatges i narracions dels mitjans (sobretot de superherois de dibuixos animats) que fan els nens en els seus escrits és una manera de definir i representar les seves identitats socials, com també un punt de possible tensió entre la cultura oficial de l'escola i la cultura extraoficial de la vida diària dels nens.

D'una manera semblant, els estudis de Willett (2001) se centren en l'ús dels temes i personatges dels mitjans en el context d'una classe de «procés d'escriptura». Els nens prenen de manera entusiasta elements de la seva cultura, com ara les Spice Girls, els jocs d'ordinador i la pel·lícula *Titanic*. Però Willett demostra que fan molt més que imitar narratives basades en els mitjans. De fet, malgrat la invitació aparentment oberta a escriure, els nens es veuen immersos en negociacions força tortuoses en el seu esforç d'adaptar el material dels mitjans a les «normes» de l'escriptura a l'escola. Tal com afirma Dyson, Willett demostra que l'ús dels mitjans proporciona les bases per a una mena de «treball d'identitat» en què les amistats particulars i aspectes més amplis de la identitat social (sobretot el gènere) es negocien i defineixen. Altres estudis en aquesta línia es poden trobar a Marsh (1999) i Dyson (1999).

De maneres diferents, tots dos autors plantegen algunes de les preocupacions relacionades amb l'ús dels mitjans per part dels nens. Willett mostra que les preferències dels nois en els mitjans —per exemple, els jocs d'ordinador— encaixen pitjor amb les convencions de l'escriptura a l'escola que les preferències de les noies i, per tant, és més probable que plantegin preocupacions morals sobre la «violència». Dyson intenta «recuperar» aspectes de la cultura popular, per exemple comparant els superherois dels dibuixos animats amb la mitologia grega, tot i que també sotmet els textos en què els nens es basen —X-Men, Els tres ninja, els Power Rangers, etc.— a alguns judicis ideològics sumaris sobre la «violència» i els «estereotips».

Aquests temes els plantegen de manera més directa Donna Grace i Joseph Tobin (1998) en els seus estudis sobre les produccions de vídeo en una escola primària de Hawaii. Es va permetre als nens produir vídeos sense cap limitació, fet que va provocar que sovint transgredissin les normes i convencions de l'escola. Tot i que la majoria de les produccions no van resultar problemàtiques, d'altres contenien accions i situacions, o feien servir un llenguatge que els professors del centre van considerar groller, inapropiat o inacceptable. Moltes d'aquestes produccions estaven influïdes per la cultura popular, no només pels dibuixos animats i les pel·lícules familiars, sinó, en alguns casos, per pel·lícules de terror i programes «tabú» com *Beavis and Butthead*. Com en el «carnaval» rabelaisià, l'èmfasi en les rialles i la paròdia, el comportament corporal, la violència i el mal gust van representar una inversió lúdica de les formes tradicionals d'ordre i autoritat (Bakhtin, 1968).

Grace i Tobin afirmen que, mentre els educadors «progressistes» aparentment animen l'«autoexpressió», sovint el que intenten és limitar-la. D'altra banda, aquest projecte va permetre «un espai per a la diversió», en què l'humor i els interessos diaris dels nens es reflectien a l'aula. Alhora, molts dels vídeos

violaven clarament —i ens alguns casos, de manera aparentment deliberada— les normes de la correcció política. Les paròdies dels personatges discapacitats i nadius de Hawaii, o la reproducció dels estereotips de gènere i atracció física van fer sentir els adults incòmodes. Tòt i que Grace i Tobin reconeixen les dificultats que representa, consideren que l'enfocament «carnavalesc» permet mostrar i tractar aquestes diferències en comptes d'ignorar-les.

De manera conjunta, aquests estudis són un bon argument per a un tractament «lúdic» més obert de la producció audiovisual. De tota manera, també alerten d'alguns dels seus problemes potencials. Tots aquests estudis se centren en els nens, i cap d'ells no descriu el procés d'ensenyament en detall. En el cas de Willett i Dyson, l'objectiu principal de l'activitat és animar l'escriptura creativa, més que no pas desenvolupar la comprensió que els nens tenen dels mitjans. Per a Grace i Tobin, els objectius no són tan clars. Afirmen que no estan d'acord amb les transgressions de les normes de la classe, però no expliquen com poden intervenir els professors en aquesta classe d'activitats, a part de fer servir la seva «intuïció i el seu judici» per parar els projectes que poden ser excessivament ofensius. Les bases per a aquesta mena d'intervenció —i el que s'espera que els nens aprenguin d'aquestes activitats— s'han de definir millor.

La política de la paròdia.

A la pràctica, poques de les activitats de producció en mitjans de les escoles deixen tanta llibertat aparent com les que he descrit. En el context de l'educació en mitjans, els objectius del treball de producció gairebé sempre estan definits en termes conceptuals. La producció generalment es véu com una manera concreta d'explorar els temes relacionats amb la representació, la institució i el públic. Aquestes activitats sovint prenen la forma de simulacions o «exercicis» amb una estructura molt delimitada. Tanmateix, la producció és un aspecte en què els professors necessàriament cedeixen una part del control als estudiants, i el que ells fan amb aquest control no sempre ens agrada. Fins i tot les activitats de simulació poden representar un espai autoritzat per al joc, en què és possible dir allò que no es pot dir, flirtejar amb el que es pot reconèixer clarament com a políticament incorrecte i, com podem veure, les conseqüències polítiques són sovint complexes i problemàtiques.

Els educadors en mitjans sovint expressen la seva preocupació sobre el perill que els estudiants imitin els principals mitjans. Sembla que es pressuposi que si els estudiants imiten les formes dominants, inevitablement, i sense que ningú se n'adoni, adquiriran les ideologies que aquestes formes amaguen. Aquests arguments es basen en suposicions força simplistes sobre les maneres com els estudiants llegeixen i estudien els mitjans. Tampoc tenen en compte molt del que representen les produccions dels estudiants.

En el cas de la imitació, sovint implica paròdia, és a dir, un ús afectat i exagerat de les convencions dominants per aconseguir efectes còmics o ridículs. Hi ha diverses raons que ho expliquen. La paròdia pot suposar un vàlvula

d'escapament per a la possible vergonya que suposa una producció audiovisual. Els estudiants reconeixen que el seu treball no serà tan autèntic com la «realitat», i abans que es consideri que ho fan malament, prefereixen que la seva interpretació sigui una paròdia. Per a molts estudiants, actuar en grup és una situació incòmoda, i per això és més fàcil exagerar l'actuació fins a aconseguir efectes còmics. La paròdia també ofereix la possibilitat d'enfrontar-se als imperatius ideològics dels professors, ja que facilita l'ús de formes dominants alhora que permet desentendre's de tot compromís.

La paròdia es pot considerar el fenomen postmodern per excel·lència. Es basa en una mena de rebuig de la fixació del significat i de la serietat de l'autoria. La paròdia pot considerar-se una qüestió de la intenció de l'autor, però també depèn del judici del lector. I si el lector no reconeix els senyals de la intenció de paròdia, o la diferència entre l'original i la paròdia, això pot tenir conseqüències negatives. No està clar fins a quin punt podem refiar-nos del que l'autor diu sobre el treball, ja que el dret a la paròdia es pot considerar una racionalització o una justificació *post-hoc*. La paròdia ofereix una llibertat potencial en què ningú no ha de donar explicacions pel que es diu. Aquestes ambigüitats poden ser especialment problemàtiques quan els autors són estudiants i els lectors en són els professors.

Dos dels meus estudis d'investigació assenyalen algunes de les dificultats que poden sorgir en aquest punt. El primer estudi formava part d'un projecte més gran descrit en detall a Buckingham, Grahame i Sefton-Green, 1995: capítol 6. Una de les produccions va ser realitzada per sis nois de catorze anys. Es tractava del tràiler d'una comèdia de situació titulada *Flat Broke* sobre un grup heterogeni de persones que comparteixen pis. Els estudiants veien aquests personatges com uns estereotips ordinaris: una feminista violenta que odia els homes, un pederasta gai, un «macho» grec i una «meuca» aprofitada. Tot i que alguns membres de la classe (i nosaltres mateixos com a professors) no veiem clar que es tractés d'una comèdia adequada per a l'edat del públic objectiu (nois i noies d'onze anys), de seguida vam deixar de banda les reticències. I fins i tot un dels nois líder del grup veia aquestes objeccions com una mena de censura.

De tota manera, un dels principals problemes que el grup va haver de negociar era una qüestió ideològica. A l'hora de presentar les seves idees a la classe, els estudiants es mostraven molt més políticament correctes en la descripció dels personatges que quan parlaven entre ells. Els estudiants insistien en què l'humor era imparcial i que, en qualsevol cas, el que s'esperava d'una comèdia de situació era exactament un grup d'estereotips escandalosos. Evidentment, els primers que els estudiants volien escandalitzar érem nosaltres, els professors, i la institució de l'escola, així és que al personatge femení li van donar el cognom del professor de la classe. En certa manera, els estudiants van veure el projecte com una oportunitat per dir tot allò que normalment no poden dir, per deixar anar les coses impopulars i subversives que la institució de l'escola no admet. (cf. Britzman, 1991).

De tota manera, seria un error intentar justificar aquesta mena de treball amb una noció simplista de «resistència». Els líders d'aquest grup eren descaradament homòfobs, i justificaven l'aparició d'un pederasta gai en la creença que tots ells «odiaven els gais». La situació amb el personatge grec era més complexa, ja que el noi que l'interpretava també era grec, i tot i que va negar rotundament que la caracterització del seu personatge fos racista, es podia interpretar com una negació de la seva etnicitat. Una de les principals dificultats va ser que els estudiants eren capaços de rebatre tots els arguments que podíem utilitzar per desafiar-los. A les explicacions escrites de la representació, els mateixos estudiants la descrivien com «estereotipada» i fins i tot políticament incorrecta, i també es van plantejar si una televisió «liberal» l'emetria. Com que l'activitat era una simulació i ells representaven el paper de productors ficticis, els estudiants van poder rebutjar la idea que el programa representava les seves pròpies idees. La naturalesa ambigua de la producció — alhora real i fictícia— els va permetre fer tot el que van voler.

El segon estudi (Buckingham i Sefton-Green, 1994: capítol 10) presenta contradiccions i dilemes semblants. *Slutmopolitan* (Meucapolitan) és una paròdia de la revista de dones *Cosmopolitan*, realitzada per quatre noies de disset anys a una altra escola de Londres, com a part dels seus estudis de comunicació. La revista està formada per setze pàgines a tot color. La portada conté la fotografia d'un escot adornat amb un penjoll antinuclear i un anunci per a les Tina Tights (mitges de la Tina), amb un seguit de cames amb mitges de malla. La contraportada és un anunci de les barres de xocolata Flake, amb una imatge que al·ludeix a una típica fel·lació. A dins de la publicació hi ha diferents seccions i consultoris, com ara Dear Doreen (Benvolguda Doreen), que tracta el cas del terror a les ungles trencades, o Clare's Clever Cookery Page (La pàgina de cuina intel·ligent de la Clare), on es descriu com cuinar pèsols congelats, amb l'ajut d'il·lustracions amb una model en posicions suggestives. També destaca l'apartat Deirdre's Do-it-Yourself (Fes-t'ho tu mateix de la Deirdre), que explica les complexitats de canviar una bombeta.

En certa manera, *Slutmopolitan* podria considerar-se una paròdia deconstructiva d'una forma dominant en els mitjans, en què els temes teòrics de la representació del gènere es tracten de manera força explícita. L'atracció del projecte no es basa en la crítica teòrica, sinó en l'exhibició del cos, en un sentit de l'humor vigorós i groller, i en el sentiment compartit de «riure». En aquest cas, la producció també juga amb l'ambigüitat, amb un espai per al joc en què els significats no es poden precisar exactament.

Aquesta ambigüitat va presentar alguns problemes, sobretot en la valoració de la feina. La descripció escrita del treball deixava clar que les autores no sempre estaven d'acord en l'objectiu de la paròdia. En alguns casos es tractava de les revistes, però en altres dels seus lectors. Per a algunes, es tractava de la representació convencional que els mitjans fan de les «meuques», mentre que per a les altres consistia a mostrar les pròpies «meuques». El projecte semblava funcionar a diferents nivells alhora, tant des del punt de vista dels creadors com de nosaltres com a professors. De fet, aquesta ambigüitat forma part de la gràcia de la producció. La dimensió de paròdia del projecte implícitament va

situar el grup objectiu en «altres persones» mentre que, alhora, permetia a les noies convertir-se en aquestes «altres persones», o almenys reconèixer (i consentir) «l'altre» en elles mateixes. El projecte oferia l'oportunitat de representar la conducta «de meuca», amb la qual cosa les noies podien expressar la seva sexualitat (o una construcció de la seva sexualitat) en un fòrum semipúblic. El resultat es podria considerar completament sexista, o també es podria considerar totalment subversiu, almenys en el context de les noies vistes com a «nenes» en les relacions de poder de l'escola.

Com el treball descrit per Grace i Tobin (1998), *Slutmopolitan* podria considerar-se un exemple carnavalesc, una subversió de la respectabilitat a través de la transgressió corporal. Des del punt de vista feminista postmodern descrit anteriorment, es podria veure com una mena de celebració i una deconstrucció de la farsa de la feminitat. Des d'aquesta posició, el gènere no només es considera una forma de comportament o un tribut personal, sinó una forma de paròdia en ell mateix (Butler, 1990), malgrat que fins i tot la més «femenina» de les autores —i aquesta és una etiqueta que segurament totes rebutjarien— no hauria conceptualitzat el projecte d'aquesta manera.

Tot i que aquest treball proporciona una bona alternativa als punts més racionalistes d'alguns aspectes de l'educació en mitjans, alhora planteja algunes dificultats. Si únicament considerem aquest treball com una «subversió» o «transgressió» de les normes dominants, no es té en compte que també pot servir per reforçar algunes desigualtats i formes d'opressió existents. Aquestes activitats de producció proporcionen als estudiants diferents posicions en relació amb l'autoritat del professor i de l'escola, tot i que seria exagerat afirmar que «enforteixen» els alumnes, en qualsevol accepció del terme (cf. Ellsworth, 1989). És difícil determinar quina classe d'aprenentatge s'està duent a terme, i la relació d'aquest aprenentatge amb qualsevol mena de consciència política. Com a molt, es pot considerar que aquest treball ofereix als estudiants un espai relativament «segur» en què poden jugar amb una sèrie d'identitats que tenen a l'abast, i reflectir-ne les possibilitats i conseqüències contradictòries. Però si aquesta reflexió no es fa prou explícita en algun moment, ens és difícil saber com promoure-la o considerar-la:

Treballar passant-ho bé?

Sara Bragg (2000) utilitza molts d'aquests arguments en el seu estudi del treball d'un grup d'estudiants de setze i disset anys sobre el terror. En alguns aspectes, el terror es podria considerar un «cas límit», ja que el seu atractiu sobrepassa els intents de racionalització intel·lectual. Tal com afirma Bragg, es tracta d'un gènere «degradat» al qual sovint s'acusa de conduir els seus fans al caos moral. Bragg nega rotundament la visió defensiva de l'educació en mitjans com una mena de «tecnologia moral», per exemple a l'hora de tractar el problema de la violència en els mitjans. Així doncs, quins són els aspectes positius de l'ensenyament sobre el terror?

La resposta de Bragg es troba sobretot en les anàlisis de les produccions dels estudiants. Una d'aquestes produccions, un tràiler creat per Lauren, una estudiant de setze anys, per a una pel·lícula titulada *White Gloves* (Guants blancs) sobre un assassí en sèrie, comparteix moltes característiques «políticament incorrectes» de les paròdies descrites anteriorment. L'assassí és espanyol, i la seva etnicitat és l'única causa de les seves accions (està ressentit contra els anglesos). Les seves víctimes són dones grans indefenses que, implícitament, són considerades prescindibles. La producció de Lauren es podria interpretar com una simple reproducció dels valors patriarcals de les pel·lícules de terror, en què els homes assassinen dones indefenses. Bragg sosté que el gènere contemporani de terror no es pot reduir a fórmules simplistes com «violència» o «misogínia», i afirma que el treball de Lauren presenta un control conscient de les convencions que l'allunya de qualsevol imitació irreflexiva.

El més destacat de l'estudi és l'afirmació de Bragg que l'experiència de la producció va permetre Lauren treballar alguns dilemes i emocions complexos i difícils. Bragg considera que la figura de l'assassí serveix de clau per explorar — i alhora negar— un desig de control que la societat li nega per ser una dona jove. El tràiler de Lauren mostra l'assassí lluitant contra els seus impulsos violents: el seu poder com a home no és segur, ja que no pot cometre els assassinats sense l'ajut dels guants blancs. Bragg afirma que aquesta producció va oferir a Lauren diferents formes d'identificació, tant amb l'assassí com amb les víctimes, però també com a espectadora i com a «directora» de l'obra. Aquest fet li va permetre desfer-se de les identitats en què es podia reconèixer —com a dona jove i com a estudiant— i establir noves relacions amb les persones que l'envoltaven, encara que fossin relacions temporals.

Un segon exemple seria el tràiler de Richard, *18 With a Bullet* (18 amb una bala), que explica com un grup d'adolescents són assassinats sistemàticament per un psicòpata, que a la seqüència final també mor a mans d'un ós. Aquest projecte també mostra un seguit de convencions sobre el terror, en particular sobre les pel·lícules de sang i fetge. De nou, Bragg afirma que l'escenari del treball i el tràiler no s'han de considerar únicament com «exercicis» de gènere, sinó que també permeten a Richard explorar algunes fantasies desconegudes del masoquisme dels homes, si bé (en aquest cas) amb el mecanisme de l'humor. Tanmateix, l'explicació escrita que Richard presenta del seu projecte diu una altra cosa: tot i que els examinadors poden rebutjar-lo per ser únicament «descriptiu», el treball desprèn vitalitat i energia en la descripció de les maneres improvisades i *ad hoc* de com es dona la majoria de l'aprenentatge.

Cap d'aquestes dues produccions té un caràcter explícit de paròdia com *Slutmopolitan*, per exemple, tot i que presenten un nivell semblant de control de les convencions relatives al gènere. Aquestes convencions ofereixen els elements per formar les bases de reflexions i anàlisis més explícites. De tota manera, l'argument de Bragg sembla anar més enllà d'aquestes aspiracions racionalistes. Intentar avaluar aquest treball únicament en funció del que reflecteix sobre la «comprensió conceptual» dels estudiants és un enfocament inevitablement reductiu. I forçar els estudiants a reflectir-la en el context limitat

del discurs acadèmic tradicional representa perdre's bona part del significat del que passa. Alhora, Bragg no considera la producció únicament com una mena d'autoexpressió, o com una oportunitat terapèutica per explorar les tensions psíquiques més profundament. Bragg creu que hauríem de veure els estudiants com una única i autèntica «veu», i que hauríem de tenir en compte tot el que aquesta «veu» tingui a dir.

D'alguna manera, aquests raonaments podrien considerar-se una continuació de les crítiques que he plantejat en capítols anteriors. L'estudi de Bragg ens porta més enllà del paradigma «modernista» en què se situen la majoria dels estudis sobre l'educació en mitjans, inclòs el meu. Bragg s'enfronta a l'obsessió dels educadors en mitjans per la «distància crítica» i el «debat raonat», a la seva desconfiança implícita d'allò emocional i irracional, i a la seva recerca de significats finals i definitius. L'estudi de Bragg planteja la idea que fins i tot pot haver-hi un ego conscient i controlador al centre del nostre aprenentatge, i rebutja la idea que els professors hagin de controlar continuament el progrés moral o ideològic dels alumnes, convertint-los en estudiants en tot moment aplicats i conscients dels seus deures.

Després de John Shotter (1993) i Sue Turnbull (1998), Bragg defensa una major atenció al «coneixement pràctico-moral» que es troba en les activitats diàries i en les relacions socials. Aquest «coneixement d'un tercer tipus» és diferent del coneixement del «què» (un coneixement de fets o principis) i del coneixement del «com» (un coneixement de tècniques). Aquest tercer coneixement no és abstracte ni tècnic, sinó que depèn dels judicis dels altres, i és la classe de coneixement que només es pot adquirir en una situació social específica. Des d'aquesta perspectiva «ètica», la responsabilitat de fer judicis culturals, morals o ideològics no pot limitar-se als professors. Els estudiants han de ser capaços de treballar amb el que tenen i amb el que són, i no amb el que els professors volen que siguin.

Conclusió.

Segons el que acabo d'explicar, sembla que els joves comencin a implicar-se en noves formes d'aprenentatge que implícitament qüestionen el coneixement teòric o «crític» que els educadors en mitjans han intentat promoure sempre. Sembla que els professors en mitjans intenten desenvolupar conceptes del coneixement i l'aprenentatge més lúdics —i potser «postmoderns»— que van més enllà de les limitacions de l'academicisme tradicional i racional.

De tota manera, els estudis que he esmentat anteriorment també plantegen qüestions importants que s'han de tractar amb més deteniment. En introduir la cultura popular a les aules, inevitablement també introduïm una sèrie de desitjos i experiències que normalment no es tracten a les escoles o, si es tracten, sovint se censuren. El fet que aquesta introducció sigui inevitable no la fa menys desagradable. Els professors tenen l'obligació de convertir la classe en una comunitat estable i respectuosa, i tenen el dret d'evitar comportaments que

puguin posar en perill aquesta estabilitat. Però si intentem censurar el que creiem políticament o moralment inacceptable —o limitar-ho a una mena d'anàlisi crítica que pràcticament només ordena obediència i conformitat— les conseqüències poden ser contraproductes.

Reconèixer el valor del joc o les limitacions d'un enfocament purament racionalista no significa suggerir que simplement hauriem d'aplaudir l'activitat i l'energia de les relacions dels joves amb els mitjans. Si existís aquest enfocament, seria superficial i, en el pitjor dels casos, podria considerar-se com la representació d'una mena de complicitat amb les afirmacions de la «sobirania consumista» dels joves que amb tant entusiasme promouen les indústries dels mitjans. L'autonomia dels joves com a usuaris dels mitjans presenta certes limitacions, així com la diversitat de les seves experiències. Els mitjans estan lligats a xarxes més grans de poder social, econòmic i institucional, i és important que els joves entenguin les maneres complexes i de vegades contradictòries com funcionen.

En el meu cas, diria que l'educació en mitjans no es pot permetre abandonar el projecte «modernista» de la crítica cultural. De tota manera, s'ha de reformular per tal que pugui crear el nou potencial de la cultura postmoderna, i les noves «formes de compromís» que ofereix als joves. La producció en mitjans hi pot tenir un paper important, ja que sembla que ofereix als estudiants maneres d'explorar i reflectir les diferents posicions que ocupen en la cultura contemporània dels mitjans. Permet un espai per al joc, en què es poden expressar els desitjos més «inconfessables» i els discursos totalistes es poden transgredir i desautoritzar. És molt important que s'animi els estudiants a reflectir aquests processos, a entendre les condicions en les quals es produeixen els seus significats i plaers. Per tal d'aconseguir-ho, necessitaran desenvolupar un metallenguatge, una forma de discurs crític en el qual descriure i analitzar el que està passant. Alguns veuran aquest fet com una traïció a la dimensió «lúdica» de la postmodernitat, i un intent per recuperar-la amb formes convencionals de seriositat i racionalitat acadèmica. Personalment, no puc imaginar-me l'educació d'una altra manera.

Bibliografia.

Bakhtin, M. (1968) *Rabelais and His World* Cambridge, MA: MIT Press.

Bragg, S. (2000) *Media Violence and Education: A Study of Youth Audiences and the Horror Genre*, doctorat, Institute of Education, University of London.

Britzman, D. (1991) «Decentering discourses in teacher education: or, the unleashing of unpopular things», *Journal of Education* 173(3): 60-80.

Buckingham, D. (1996) «Critical pedagogy and media education: a theory in search of a practice», *Journal of Curriculum Studies* 28(6): 627-50.

Buckingham, D. (2000) *After the Death of Childhood: Growing Up in the Age of Electronic Media*, Cambridge: Polity.

Buckingham, D., Grahame, J. i Sefton-Green, J. (1995) *Making Media: Practical Production in Media Education*, Londres: English and Media Centre.

Buckingham, D. i Sefton-Green, J. (1994) *Cultural Studies Goes to School*, Londres: Taylor and Francis.

Buckingham, D. i Sefton-Green, J. (en premsa) «Gotta catch 'em all: structure, agency and pedagogy in children's media culture», *Media, Culture and Society*.

Butler, J. (1990) *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*, Londres: Routledge.

Cohen, P. (1998) «Tricks of the trade: on teaching arts and "race" in the classroom», a Buckingham, D. (ed.) *Teaching Popular Culture: Beyond Radical Pedagogy*, Londres: UCL Press.

Dyson, A.H. (1997) *Writing Superheroes: Contemporary Childhood, Popular Culture and Classroom Literacy*, New York: Teachers College Press.

Dyson, A.H. (1999) «Coach Bombay's kids learn to write: children's appropriation of media material for school literacy», *Research in the Teaching of English* 33 (4): 367-402.

Ellsworth, E. (1989) «Why doesn't this feel empowering? Working through the repressive myths of critical pedagogy», *Harvard Educational Review* 59(3): 297-324.

Funge, E. (1998) «Rethinking representation: Media studies and the postmodern teenager», *English and Media magazine* 39: 33-36.

Grace, D. i Tobin, J. (1998) «Butt jokes and mean-teacher parodies: video production in the elementary classroom», a Buckingham, D. (ed.) *Teaching Popular Culture: Beyond Radical Pedagogy*, Londres: UCL Press.

Kenway, J. i Bullen, E. (2001) *Consuming Children: Education, Entertainment, Advertising* Buckingham: Open University Press.

Marsh, J. (1999) «Batman and Batwoman go to school: popular culture in the literacy curriculum», *International Journal of Early Years Education* 7(2): 117-31.

McRobbie, A. (1994) *Postmodernism and Popular Culture*, Londres: Routledge.

Morgan, R. (1998) «Media education in Ontario: generational differences in approach», a Hart, A. (ed.) (1998) *Teaching the Media: International Perspectives*, Mahwah, NJ: Erlbaum.

Richards, C. (1998) «Teaching Media Studies: "the cool thing to do"?» *Changing English* 5(2): 175-88.

Schwichtenberg, C. (ed.) (1993) *The Madonna Connection: Representational Politics, Subcultural Identities and Cultural Theory* Boulder, CO: Westview.

Shotter, J. (1993) *Cultural Politics of Everyday Life*, Toronto: University of Toronto Press.

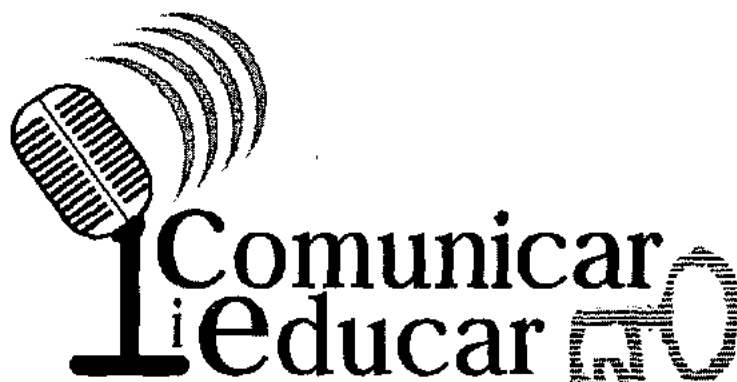
Silverstone, R. (1999) *Why Study the Media?* London: Sage.

Turnbull, S. (1998) «Dealing with feeling: why Girl Number Twenty still doesn't answer», a Buckingham, D. (ed.) *Teaching Popular Culture: Beyond Radical Pedagogy*, Londres: UCL Press.

Usher, R. and Edwards, R. (1994) *Postmodernism and Education*, Londres: Routledge.

Williamson, J. (1981/2) «How does Girl Number Twenty understand ideology?» *Screen Education* 40: 80-7.

Willet, R. (2001) *Children's Use of Popular Media in their Creative Writing*, tesi doctoral, Institute of Education, University of London.



III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

POSAR EN DUBTE ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

UNA GUIA PER A ESTUDIANTS

*ESBORRANY D'UNA PUBLICACIÓ PER A LA UNESCO
Juny 2001*

Per DAVID BUCKINGHAM

Institut d'Educació, Universitat de Londres

1. Introducció

Què són els mitjans de comunicació?

Un mitjà és una cosa que fem servir quan volem comunicar-nos *indirectament* amb altres persones —en lloc de fer-ho personalment o cara a cara. “Media” [mitjans] és el plural de “medium” [mitjà].

El terme “media” [mitjans de comunicació] inclou un ampli ventall de mitjans de comunicació moderns: televisió, cinema, vídeo, ràdio, fotografia, publicitat, diaris, i revistes, música gravada, jocs d'ordinador i Internet.

A molts d'aquests sovint se'ls anomena “mitjans de comunicació de massa”, el que implica que arriben a grans audiències. No obstant això, alguns mitjans només pretenen arribar a petites o especialitzades audiències i també poden ser importants.

Els textos dels mitjans de comunicació són els programes, pel·lícules, imatges, pàgines web, etc., que són transmesos per aquestes diferents formes de comunicació.

Els textos dels mitjans de comunicació sovint fan servir diferents tipus de comunicació a la vegada —imatges visuals (en moviment o no), àudio (so, música o discurs) i llenguatge escrit.

Què és “l'educació en mitjans de comunicació”?

L'educació en mitjans de comunicació és l'educació *sobre* els mitjans, que no és el mateix que l'educació *a través* dels mitjans —per exemple, fer servir la televisió o Internet per aprendre sobre altres assignatures de l'escola.

L'educació en mitjans de comunicació es basa en els mitjans que trobem en la nostra vida diària fora de l'escola: els programes de televisió que veiem i que ens agraden, les revistes que llegim, les pel·lícules que veiem i la música que escoltem.

Aquests mitjans de comunicació ens envolten i són un paper important en les nostres vides. Els mitjans de comunicació ens ajuden a entendre el món i el lloc que hi ocupem. Per això és tan important per a nosaltres entendre'ls i estudiar-los.

L'educació en mitjans de comunicació implica tant la creació de mitjans de comunicació com l'anàlisi dels mitjans, tot i que en aquest text donem més importància a l'anàlisi.

Posar en dubte els mitjans de comunicació

El nostre objectiu no és aconseguir que deixis de veure els teus programes de televisió favorits ni salvar-te del que algunes persones veuen com a males influències. Tampoc no volem que estiguis d'acord amb un punt de vista particular sobre els mitjans de comunicació.

La nostra intenció és simplement que et plantegis el fet de posar en dubte els mitjans de comunicació que veus cada dia i que intentis esbrinar una mica més com funcionen.

En aquest text estudiarem detingudament quatre preguntes bàsiques:

- Producció: Qui fa els mitjans de comunicació?
- Llenguatge: Com transmeten el significat els mitjans de comunicació?
- Representació: Com retraten el món els mitjans de comunicació?
- Audiència: Quin sentit dona la gent als mitjans de comunicació?

2. Producció

Els textos dels mitjans de comunicació no apareixen del no res. Es necessita temps —i a vegades molts diners— per produir-los. Alguns estan fets per persones individuals que treballen soles, pel seu compte o per familiars o amics. No obstant això, la majoria dels textos dels mitjans de comunicació que consumim estan produïts i distribuïts per grups de gent que sovint treballen per a grans companyies. Els mitjans de comunicació són un gran negoci: les pel·lícules i els programes de televisió més populars aconsegueixen uns grans beneficis. Els mitjans de comunicació també són internacionals: les mateixes pel·lícules, discos i formats televisius estan disponibles en països d'arreu del món.

Preguntes clau

Estudiar la producció dels mitjans de comunicació significa estudiar:

- **Tecnologies.** Quines tecnologies es fan servir per produir i distribuir els textos dels mitjans de comunicació? Quines diferències provoquen en el producte?
- **Pràctiques professionals.** Qui fa els textos dels mitjans de comunicació? Qui fa què i com treballen junts?
- **La indústria.** A qui pertanyen les empreses que compren i venen mitjans de comunicació? Com en treuen profit?
- **Connexions entre els mitjans de comunicació.** Les companyies, com venen els mateixos productes a diferents mitjans de comunicació?
- **Regulació.** Qui controla la producció i la distribució dels mitjans de comunicació? Hi ha lleis sobre això, i fins a quin punt són efectives?
- **Circulació i distribució.** Com aconsegueixen els textos les seves audiències? Quina elecció i quin control tenen les audiències?
- **Accés i participació.** Quines veus se senten als mitjans de comunicació? Quines s'hi exclouen i per què?

Exemples

Exemple 1: News Corporation

News Corporation és un exemple d'una gran empresa multinacional de mitjans de comunicació. Rupert Murdoch n'és el propietari. L'empresa va començar com a editorial d'un diari i actualment té interessos a la televisió, el cinema i a Internet. És propietària de Fox TV networks, Times Newspapers, Twentieth Century Fox i Star TV. Intenta esbrinar quines altres companyies i noms de marca pertanyen a *News Corporation*. Quina connexió tenen aquestes companyies entre elles. Quins són els avantatges i els inconvenients dels mitjans de comunicació dirigits per companyies tan grans?

Exemple 2: Big Brother (Gran Hermano)

El *reality show* *Big Brother* és un exemple de format televisiu que ha estat venut per tot el món. El format el va inventar una companyia holandesa i se n'han emès versions en més de 40 països. *Big Brother* també ha desembocat en altres *reality shows* en els quals gent real afronta reptes i l'audiència pot votar per fer-los sortir. Intenta trobar més exemples d'aquest tipus de programa. Com fan servir aquest tipus de programes els altres mitjans de comunicació com la premsa o Internet? Aquests programes són interactius i donen poder a l'espectador tal com reclama la gent?

Exemple 3: GAP (Global Action Project)

GAP és una petita organització que treballa amb gent jove per fer cintes de vídeo i programes de televisió. Es centra en la ciutat de Nova York però ha treballat amb gent jove de molts països entre els quals trobem Guatemala, Irlanda i Israel. El seu objectiu no és el benefici econòmic i està fundada per societats benèfiques i fundacions. Intenta esbrinar els productes que ha fet i a on els han emès. Hi ha companyies de producció com aquesta al teu país? Amb quines dificultats es troben aquest tipus d'organitzacions? Per què no apareixen més en la programació principal de la televisió?

Anar més enllà

Propietaris

Aconsegueix un exemplar de la teva revista favorita o del diari que llegeix la teva família. Intenta trobar a quina companyia pertany. Quines altres companyies tenen, per exemple altres companyies de mitjans de comunicació?

Marca

Fixa't en dos canals de televisió del teu país. Compara els logos i els gràfics que fan servir i les connexions entre els programes. Quin tipus d'identitat o de sentiment intenten crear? Quin et sembla que és el seu objectiu?

Marxandatge

Agafa un mitjà de comunicació popular que estigui de moda —una pel·lícula nova o un joc d'ordinador. Fixa't amb el ventall d'altres mitjans de comunicació que l'envolten: difusió periodística, ofertes gratuïtes, publicitat, marxandatge. Com intenten maximitzar l'audiència?

Qüestions per debatre

Cultura global

Mira una llista de les pel·lícules o els discos més populars. Quants han estat produïts al teu país? D'on més provenen? Creus que tots acabarem amb els mateixos mitjans de comunicació? I això importa?

Comercialització

Quants dels mitjans de comunicació produïts al teu país són fets per treure'n profit? D'aquests, quants han estat fets pel govern o per organismes no comercials? Quins són els avantatges i els inconvenients d'un sistema "públic" en oposició a un sistema de "mercat"?

Control

Si els mitjans de comunicació són controlats per grans companyies, és més difícil per les veus minoritàries aconseguir que les escoltin? Alguns mitjans de comunicació ofereixen més oportunitats de participació que d'altres?

3. Llenguatge

Cada mitjà de comunicació té el seu propi "llenguatge" o combinació de llenguatges que fa servir per comunicar un significat. La televisió, per exemple, fa servir llenguatge oral i escrit així com el llenguatge de les imatges en moviment i del so. Aquests últims també els anomenem "llenguatges" perquè fan servir codis familiars i convencions generalment acceptades. Determinats tipus de música o angles de la càmera poden ser utilitzats per mostrar certes emocions, per exemple, una pàgina d'un diari o una seqüència de plans en una pel·lícula es poden muntar fent servir un determinat tipus de "gramàtica". Mitjançant l'anàlisi d'aquests llenguatges podrem entendre millor com els mitjans expressen significat.

Preguntes clau

Analitzar el llenguatge dels mitjans de comunicació significa analitzar:

- **Significats.** De quina manera els mitjans fan servir diferents formes de llenguatge per expressar idees o significats?
- **Convencions.** Com esdevenen familiars i generalment acceptats aquests usos del llenguatge?
- **Codis.** Com s'estableixen les "regles" gramaticals dels mitjans de comunicació? Què passa quan es trenquen?
- **Gèneres.** Com operen aquests codis i convencions en els diferents tipus de textos dels mitjans de comunicació, com les notícies o el terror?
- **Elecció.** Quins són els efectes d'escollir determinades formes de llenguatge com per exemple un determinat pla de càmera?
- **Combinacions.** Com s'expressa el significat a través de la combinació o seqüència d'imatges, sons o paraules?
- **Tecnologies.** Quines repercussions tenen les tecnologies en els significats que es poden crear?

Exemples

1: Les imatges en la publicitat

Els publicistes fan servir les imatges i el disseny gràfic per dir que el seu producte és únic i valuós. Per exemple, fan servir els colors i la llum per crear un determinat estat d'ànim; angles de càmera inusuals per afegir dramatisme i tipus de lletra per donar sensació d'un estil. El vestuari i la imatge de la gent que surt als anuncis estan molt estudiats per tal de mostrar com el producte els fa més poderosos, més sensuais o més intel·ligents. Compara una selecció d'anuncis per a un determinat tipus de producte. Què fan els publicistes per crear la idea que el producte és clàssic o modern, natural o d'alta tecnologia, sofisticat o pràctic?

2: Els codis dels telenotícies

Normalment els telenotícies segueixen unes regles i unes convencions molt estrictes. Els presentadors vesteixen de manera elegant, normalment estan asseguts darrere d'una taula i es presenten en un primer pla mitjà; quasi mai mostren emocions i miren directament a la càmera, la qual cosa no es permet a ningú més. Les notícies comencen amb històries "sèries" i acaben amb d'altres més alegres; sovint se centren en esdeveniments dramàtics o inusuals i acostumen a parlar de polítics o de celebritats més que de la gent normal. Per què algunes coses esdevenen "notícia" i d'altres no? Per què els telenotícies són tots tan semblants?

3: El llenguatge de l'edició

Els cineastes seleccionen i combinen plans de manera acurada per tal d'explicar una història i crear els efectes que ells volen. La majoria de les pel·lícules comercials utilitzen el muntatge de continuïtat o invisible, que té regles molt definides. Per exemple, quan veiem un pla d'un personatge mirant fora del quadre i immediatament veiem un altre pla d'un objecte o d'una altra persona, assumim de manera automàtica que és el que el personatge està mirant. Molts videos musicals i algunes pel·lícules experimentals fan servir el muntatge que podríem anomenar intel·lectual o d'idees, que combina diferents plans entre si amb la finalitat de crear sensacions i idees. Fixa't en la seqüència d'una pel·lícula i intenta concentrar-te únicament en el muntatge. És ràpid o lent, suau i invisible o en canvi, molt evident als ulls de l'espectador? Com ajuda a explicar la història o crear l'ambient?

Anar més enllà

El llenguatge del cos

Agafa algunes fotografies d'una revista de moda en què figurin dones i homes. Compara els gestos, la manera en què els models miren la càmera (o entre ells o fora del pla), la utilització de la llum i el color. Quines similituds i diferències hi ha i què et diuen?

Ràdio

Grava en un cinta un programa de ràdio (amb trucades telefòniques o d'opinió). Escolta amb atenció el tipus de llenguatge que fan servir i qui controla el debat. Quines són les regles de la ràdio? Quin tipus de discurs no està permès?

Fer storyboards

Fes un *storyboard* d'un anunci de TV que hagi gravat. Dibuixa cada pla de manera que es vegi clar si és un primer pla o un pla llarg, un angle baix o alt i com s'ajunta cada pla amb el següent. Com fa servir el publicista el "llenguatge" visual per explicar una història o donar al producte una identitat única?

Qüestions per debatre

Llenguatges alternatius

Intenta trobar exemples de pel·lícules o vídeos que "trenquen les regles" o que intenten crear un llenguatge diferent, per exemple, pel·lícules experimentals fetes per artistes. Són més difícils d'entendre o menys entretingudes que la majoria de pel·lícules? Per què / per què no?

Barreja de gèneres

Fixa't amb els mitjans de comunicació que barregen o combinen gèneres —com ara pel·lícules de comèdia i terror o documentals dramàtics de TV. Quins són els problemes de barrejar gèneres? Quines idees noves es poden expressar d'aquesta manera?

Noves tecnologies

La tecnologia digital ens ha ofert noves formes de llenguatge de mitjans, per exemple als jocs d'ordinador i a Internet. Però de quina manera aquestes tecnologies han afectat els mitjans de comunicació "antics" com els diaris, la televisió o la música gravada?

4. Representació

Els mitjans no ens ofereixen tan sols una finestra al món. No es limiten a presentar la realitat, sinó que la representen. Els productors de mitjans de comunicació inevitablement han d'escollir: seleccionen i combinen, converteixen fets en històries, creen personatges, ens conviden a veure el món d'una determinada manera. Els mitjans ens ofereixen versions de la realitat. Però les audiències també comparen els mitjans amb les seves pròpies experiències i jutgen fins a quin punt s'hi pot confiar. Les representacions dels mitjans de comunicació poden ser reals en alguns casos i en d'altres no: podem saber que una cosa és fantasia però així i tot ens pot dir coses sobre la realitat.

Qüestions clau

Estudiar les representacions dels mitjans significa estudiar:

- **Realisme.** El text pretén ser realista? Per què alguns textos semblen més realistes que d'altres?
- **Dir la veritat.** De quina manera els mitjans demanen explicar la veritat sobre el món? Com intenten semblar autèntics?
- **Presència i absència.** Què inclou i què exclou el món dels mitjans de comunicació? Qui parla i a qui es silencia?
- **Tendència i objectivitat.** Els mitjans de comunicació donen suport a punts de vista particulars sobre el món? Comuniquen valors morals o polítics?
- **Estereotips.** De quina manera els mitjans representen grups socials particulars? Són exactes aquestes representacions?
- **Interpretacions.** Per què les audiències accepten algunes representacions dels mitjans com a vertaderes o en rebutgen d'altres com a falses?
- **Influències.** Les representacions dels mitjans de comunicació afecten el nostre punt de vista sobre determinats grups socials o qüestions?

Exemples

1: A les notícies

La majoria dels diaris tenen una "línia" política particular o un partit polític determinat al qual donen suport. Això normalment es veu bastant clar a la secció de l'editorial dels diaris, on els periodistes poden exposar el que pensen directament. Encara que les creences polítiques també poden influir en el tipus de noves històries que trien per donar cobertura, i en com les interpreten i les presenten. Compara de quina manera dos diaris cobreixen una mateixa notícia política o una elecció. Com es noten les seves creences a través de la seva elecció del llenguatge i de les imatges? La tendència de les notícies influeix necessàriament els lectors?

2: Representació de grups socials

Els crítics sovint han dit que els mitjans de comunicació ignoren les minories o els grups menys poderosos o bé que els mostren des d'un punt de vista negatiu. La proporció de dones o de gent de minories ètniques que apareixen a la televisió, per exemple, és generalment molt més baixa que la proporció que hi ha a la societat. Els investigadors també s'han adonat que els personatges que no són de raça blanca tenen més possibilitats de ser mostrats com a criminals o dolents; i que les dones tenen menys possibilitats de ser mostrades desenvolupant un paper de poder. Quines creus que són les conseqüències d'aquesta situació? Podries trobar alguna excepció important a això que acabem de dir, i què en pots treure?

3: Accessibilitat

Els mitjans de comunicació majoritaris sovint estan dominats per grups de poder. No obstant això, moltes cadenes de televisió o de ràdio tenen horaris d'"accés" que permeten que la gent corrent presenti els seus punts de vista: això tant pot ser a través del telèfon com en un programa al qual pots anar a expressar la teva opinió o en programes a part. Molts grups minoritaris també publiquen diaris o fan cintes de vídeo per comunicar idees sobre assumptes que els concerneixen. Intenta trobar un exemple d'un diari o una revista minoritaris, o mira un programa de la televisió dels que permeten accessibilitat a la gent. En què es diferencia dels mitjans de comunicació majoritaris (tant pel que diu com per de quina manera ho diu)?

Anar més enllà

Les persones i el drama

Agafa un parell de sèries dramàtiques o telenovel·les. Quin paper hi tenen les dones o els personatges de minoria ètnica? N'hi ha algun clarament "estereotipat"? Per què sembla que els estereotips siguin tan necessaris?

Documentals

Mira un documental que tracti sobre un tema que tu ja coneguis: podria ser sobre l'escola o la gent jove o sobre una afició o un interès que tu tinguis. El documental en dóna una idea exacta? Com intenta dir la veritat?

Fantasia

Fixa't en un text fantàstic, com una pel·lícula, una novel·la o un joc d'ordinador. Estudia'n l'escenari, la història i l'acció dels personatges i mira com estan retratats. Què té de real i d'irreal aquest text? Pot ser les dues coses alhora?

Qüestions per debatre

Objectivitat

Sovint els periodistes diuen que representen el món d'una manera objectiva sense donar el seu propi punt de vista. Però, és possible l'objectivitat? Hi ha alguna diferència entre ser objectiu o ser just?

Influències i efectes

Algunes persones veuen els mitjans de comunicació com la font principal de prejudicis com el racisme i el sexisme. Però quina importància tenen els mitjans si els comparem amb altres influències com la família o l'escola?

Imatges positives

Els crítics sovint han dit que els mitjans de comunicació ens mostren les minories o els grups menys poderosos de la societat d'una manera negativa. Demanen més imatges positives. Les imatges positives sempre tenen efectes positius, per exemple en les actituds de la gent?

5. Audiència

Els mitjans de comunicació no existirien sense les audiències. Malgrat això, els mitjans han de competir per captar l'atenció i l'interès de la gent; i aconseguir i mantenir una audiència no és fàcil. Els productors es poden imaginar que saben quins diferents grups de gent volen, però sovint és difícil explicar per què algunes coses es fan populars i d'altres no. La gent també acostuma a interpretar i a respondre als mitjans de maneres diferents. Un text d'un mitjà de comunicació no significarà el mateix per a tothom. Entendre i reflectir els nostres propis usos del mitjans i els que en fan els altres és una part important de l'educació en mitjans de comunicació.

Preguntes clau

Estudiar les audiències del mitjans de comunicació significa estudiar:

- **Objectiu.** Com es dirigeixen els mitjans a determinades audiències? Com intenten captar la seva atenció?
- **Discurs.** Com parlen, els mitjans, a l'audiència? Quines suposicions fan els productors de mitjans sobre les audiències?
- **Circulació.** Com arriben els mitjans a l'audiència? De quina manera l'audiència sap el que està disponible?
- **Utilització.** De quina manera l'audiència fa servir els mitjans en la seva vida diària? Quins són els seus hàbits i models d'utilització?
- **Interpretació.** Com interpreta l'audiència els mitjans de comunicació? Quins significats en treuen?
- **Satisfaccions.** Quines satisfaccions aconsegueix l'audiència dels mitjans de comunicació? Què els agrada i què no?
- **Diferències socials.** Quin és el paper del gènere, la classe social, l'edat i l'origen ètnic en el comportament de l'audiència?

Exemples

1: Mesurar les audiències televisives

En la majoria de països la popularitat dels programes de televisió es mesura per índexs d'audiència. Sovint una mostra bastant reduïda de telespectadors tenen comptadors en els seus televisors detectar quan està encès; i alguns tenen "comptadors de gent", per comptar quantes persones hi ha a la sala en aquell moment. Aquesta informació es multiplica per donar una aproximació de l'audiència total. Aquesta informació és vital per als publicistes, els quals volen saber quanta gent mirant la televisió en un moment determinat i quin tipus de gent és. Les companyies de televisió també ho fan servir per saber quant han de cobrar als anunciant per emetre els seus anuncis. Quines creus que són les limitacions d'aquest sistema?

2: La cultura dels "fans"

Molts programes de televisió, estrelles de cinema i grups musicals tenen un gran seguiment de *fans*. En molts casos, els mitjans de comunicació hi donen suport creant clubs de *fans* i publicant revistes i pàgines web per a *fans*. De totes maneres, els *fans* sovint intercanvien informació entre ells a través de revistes o d'Internet, o en reunions o "convencions", i en alguns casos fins i tot escriuen històries o fan cintes de vídeo sobre les seves estrelles favorites. Mira de trobar alguns exemples d'aquest material. Què et diu sobre els plaers que la gent obté dels mitjans de comunicació? Creus que els *fans* són típics de tots els mitjans de comunicació?

3: La violència als mitjans de comunicació

Una de les àrees més importants d'investigació es refereix als efectes de la violència en els mitjans. Algunes investigacions ha dut a terme experiments en els quals les respostes d'algunes persones als mitjans de comunicació són observades i mesurades. Alguns han realitzat enquestes en què es pregunta a la gent sobre els programes que veuen a la televisió i la seva actitud envers la violència. Hi ha un gran desacord entre els investigadors pel que fa a la natura i a l'extensió d'aquests efectes. Per què creus que hi ha hagut tanta investigació respecte a aquest tema? Algun dia es trobaran proves convincents?

Anar més enllà

Classificació de lectors

Agafa dos diaris que vagin dirigits a diferents grups de lectors. Observa les diferències entre tots dos, per exemple pel que fa al preu, el disseny, el llenguatge, l'ús de les fotografies, l'extensió de contingut i la difusió de determinades històries. Què assumeixen els editors d'aquests diaris sobre els seus lectors?

Diaris sobre mitjans de comunicació

Escriu un diari personal sobre mitjans de comunicació durant una o dues setmanes. Si és possible compara'l amb el d'un amic. Hi ha patrons previsibles en el teu consum de mitjans? Creus que ets un prototipus de la gent de la teva edat o del grup social al qual pertanyes?

Observem les audiències

Passa una tarda o un cap de setmana observant l'ús que la teva família fa dels mitjans de comunicació. Quin debat o interacció es du a terme quan la gent mira la televisió, llegeix el diari o navega per Internet? La gent combina diferents mitjans de comunicació? Qui controla l'ús dels mitjans i com?

Qüestions per debatre

Influències negatives?

Molta gent diu que els nens i la gent jove són particularment vulnerables a la influència dels mitjans. Altres els veuen molt més coneixedors i versats que els adults. Què en penses? Quines proves en tens?

Audiències globals

Alguns textos de mitjans de comunicació són populars entre les audiències d'arreu del món, sobretot els que es produeixen als Estats Units. Segons alguns crítics, això vol dir que les audiències s'estan dirigint totes a acceptar les ideologies i els valors americans. Hi estàs d'acord?

Mitjans de comunicació interactius

Internet i els jocs d'ordinador sovint es descriuen com a mitjans "interactius". Fins a quin punt i de quina manera permeten a l'audiència ser "activa"? Quina quantitat de poder i de control posseeix realment l'audiència?

6. Crear mitjans de comunicació

L'educació en mitjans de comunicació no consisteix tan sols a analitzar els mitjans sinó també a fer-ne un de propi.

Hi ha varies raons per voler fer el teu propi mitjà:

- Exposar el teu punt de vista a una audiència.
- Ajudar-te a explorar les teves pròpies idees i experiències.
- Aprendre a treballar amb altra gent.
- Divertir-se!

Tecnologies

Les noves tecnologies creen tot tipus de possibilitats per fer mitjans de comunicació. Amb els ordinadors indicats pots manipular fotografies i imatges, crear dissenys per diaris o revistes, editar vídeo i so, i posar el teu treball a la xarxa d'Internet. Aquesta tecnologia cada vegada es troba a un preu més assequible i pots aconseguir que el teu treball sembli professional.

Però per fer mitjans de comunicació no cal dominar l'alta tecnologia. Pots fer coses molt bones amb càmeres instantànies, o simplement amb paper, tisores i goma d'enganxar. Les revistes, collages, pòsters i exposicions de fotografies són assequibles i fàcils de fer, i poden ser una bona manera de difondre el teu missatge. La ràdio o les cintes de casset també poden ser un bon mitjà per treballar.

Audiències

Evidentment, és molt divertit quan simplement ens entretenim amb els mitjans de comunicació. Però si realment vols millorar el teu treball pots aprendre molt intentant aconseguir una audiència concreta. Això et farà pensar més profundament sobre què és el que vols dir i com ho diràs.

Esbrinar com respon la gent a allò que tu has produït pot ser sorprenent i informatiu, i (si tens sort) et pot donar confiança. La gent jove cada vegada té més maneres de donar a conèixer els seus productes: fes servir Internet o acosta't a la teva emissora de ràdio o de televisió locals.

Posar en dubte els mitjans de comunicació

El fet de fer tu mateix un mitjà de comunicació també et pot ajudar a pensar sobre com ho fan els professionals. Vàries de les qüestions que hem plantejat aquí també es poden plantejar sobre les teves pròpies produccions. Aquí tens algunes coses sobre les quals pots pensar:

PRODUCCIÓ

- Quin tipus de tecnologia podem fer servir i quina repercussió tindrà sobre el producte acabat?
- Com organitzarem el nostre treball en conjunt?
- Com aconseguirà una audiència el nostre producte?

LLENGUATGE

- Quines són les maneres més efectives de comunicar el nostre missatge?
- Podem fer servir convencions o gèneres coneguts o necessitem fer alguna cosa nova?
- Quina tria fem i quines conseqüències tindrà?

REPRESENTACIÓ

- Quines idees o valors intentem transmetre?
- Com volem representar el món?
- Fem servir estereotips? I quines són les conseqüències de fer-ho?

AUDIÈNCIA

- Amb qui ens comuniquem i per què?
- Quines suposicions fem sobre la nostra audiència?
- Com pensem persuadir-los o aconseguir que ens creguin?

7. Conclusió

En aquest text hem qüestionat quatre preguntes principals:

- Producció: qui fa els mitjans de comunicació?
- Llenguatge: de quina manera els mitjans transmeten significats?
- Representació: com retraten els mitjans el món?
- Audiència: quin sentit dóna la gent als mitjans de comunicació?

Evidentment, totes aquestes preguntes estan connectades. Si en preguntes una, estàs gairebé obligat a preguntar les altres.

Aquestes preguntes es poden aplicar a qualsevol fenomen mediàtic, ja sigui els Pòkémon o les Spice Girls o *Quiere ser millonario*? Aquestes preguntes t'haurien d'ajudar a pensar una mica més sobre el que està passant. I aquestes preguntes també les podem aplicar a les nostres pròpies produccions, ja sigui una fotografia del nostre àlbum familiar, una cinta de vídeo casolana, un *fanzine* o una cinta de casset que has gravat amb els teus amics.

Esbrinar més coses

Hi ha moltes maneres de saber més coses sobre els mitjans de comunicació:

- Llegeix revistes especialitzades i busca les pàgines sobre els mitjans de comunicació als diaris.
- Contacta amb la teva televisió local o emissora de ràdio o diari i demana'ls que t'enviïn informació sobre la seva feina.
- Fes servir Internet per buscar pàgines web sobre els mitjans de comunicació.
- Busca informació sobre tallers de mitjans de comunicació alternatius, festivals de cinema i de vídeo i esdeveniments.

Recomanacions del



Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya



sobre
el tractament
informatiu
de la immigració

Abril 2002

Recomanacions del

Consell de l'Audiovisual de Catalunya

sobre el tractament informatiu

de la immigració

La immigració ha esdevingut en els darrers temps un fenomen de gran impacte social. Tot i la tradició permanent de processos migratoris que caracteritza la nostra trajectòria històrica, el fenomen apareix ara revestit d'una encara major complexitat, especialment per la diversitat i pel grau de diferenciació de les tradicions culturals que entren en contacte. El debat públic imprescindible que la nova centralitat d'aquest fenomen suscita està molt condicionat, sens dubte, pel tractament informatiu que rep de part dels mitjans de comunicació. I en aquest tractament sovint s'hi escolta la propensió a una visió tòpica, amb imatges de pasteres, víctimes, cues de persones que volen regularitzar la seva situació, vagues de fam o tancaments a les esglésies.

L'agenda temàtica relativa a la immigració, la reiteració d'alguns arguments o la utilització de determinades imatges que contenen implícit un discurs fonamentalment problematitzador del fenomen migratori resulten habituals i són difícilment evitables en els programes informatius de les ràdios i televisions del nostre país. Col·lectius professionals, organitzacions solidàries, institucions i equips de recerca amb participació de periodistes i acadèmics van començar a plantejar, fa temps, la necessitat de prendre consciència

de les limitacions de les rutines informatives aplicades al tractament de les migracions, els seus protagonistes i els seus impactes socials i culturals. S'han celebrat trobades i debats, s'han elaborat estudis, s'han formulat propostes i s'han encetat experiències d'autoregulació. Els hem pres tots com a referència. Però la realitat és encara poc satisfactòria i cal contribuir des de totes les plataformes possibles a millorar els instruments del treball i la qualitat de la informació relativa al tema.

Per això el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, atenent a la funció de promoure l'autoregulació que estableix l'article 10.i de la seva Llei de creació, es va proposar reflexionar, amb la col·laboració de professionals i experts, sobre quin és ara i quin hauria de ser el tractament informatiu que rep el fenomen de la immigració. Comprendre com els mitjans de comunicació contribueixen a perfilar la imatge, potser massa fàcilment tòpica, de les persones immigrades en la nostra societat. Com es dona una determinada visió d'aquests col·lectius a partir dels hàbits de producció de la informació, de la immediatesa i de la inèrcia de l'agenda. O com, paradoxalment, l'adopció mecànica i sistemàtica d'una actitud apologetica o d'un suposat llenguatge "políticament correcte" poden arribar a ser, en ocasions, formes d'expressió de paternalisme eurocèntric.

En aquesta tasca de reflexió, com ja hem dit, ens hem trobat amb moltes persones, organismes públics i col·lectius que ja havien treballat i generat propostes a l'entorn d'aquesta qüestió. En aquest sentit han estat especialment valuoses les aportacions de Col·legi de Periodistes de Catalunya, el Consell de la Informació, la Comissió

Parlamentària sobre Política d'Immigració, la Secretaria del Govern per a la Immigració, el Consorci de Recursos i Documentació, els distints Grups de Recerca de les universitats, algunes ONG i organitzacions de suport, col·lectius de persones immigrants i sindicats, els mitjans de comunicació amb manuals d'estil propis, i, molt específicament, els ponents i participants a les **Jornades sobre el Tractament Informatiu de la Immigració** que el Consell de l'Audiovisual de Catalunya va convocar a Barcelona els dies 27 i 28 de novembre de 2001.

Més enllà de fer la nostra aportació al debat social, o de fer una invitació a adoptar una actitud crítica i autocrítica sobre l'elaboració de la informació, voldríem posar en relleu la gran responsabilitat social que tenen contreta els mitjans de comunicació -i molt especialment els audiovisuals- davant temes tan complexos com la immigració. Com és d'imprescindible que tinguin present el seu pes i influència en la conformació de l'opinió pública relativa a aquest àmbit. I com cal crear els mecanismes per tal que els professionals en puguin informar de forma serena i ponderada per tal de contribuir a la convivència cívica i a l'enfortiment de la democràcia.

Aquesta responsabilitat social que esmentàvem afecta i involucra tothom. Però de manera molt particular correspon a autoritats, empreses i grups gestors dels mitjans de comunicació, i professionals de la informació.

- **Les autoritats**, perquè sovint determinen les condicions específiques de treball en les quals es desplega l'activitat

informativa, especialment en el cas d'esdeveniments sobtats; perquè sovint emeten declaracions i adopten posicionaments públics; i perquè, en qüestions relatives a la immigració, generalment actuen com a font principal, o fins i tot única, d'informació d'alguns mitjans i periodistes.

- **Les empreses de comunicació i els seus mitjans**, perquè elles creen les condicions permanents per al desenvolupament de la tasca informativa dels seus treballadors i treballadores; perquè fan possible o dificulten l'especialització i la formació del seu personal; perquè estimulen o no l'adopció de pautes i filtres que abonin l'objectiu de la qualitat informativa.

- **I les persones dedicades professionalment a la informació** perquè, al capdavant, són els actors directes de la construcció del discurs informatiu; qui viu més intensament les pressions, les mancances i els prejudicis que poden afectar la tasca periodística; qui pot patir, qui pot posar en pràctica i qui pot deixar en evidència una elaboració massa simple o massa tòpica de la informació sobre immigració, potser massa marcada per rutines i automatismes acrítics o per nocions d'eficiència estrictament mercantils.

Des del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, doncs, recollint indicacions i propostes de persones i col·lectius com els abans esmentats, relatives al tractament informatiu de la immigració, proposem a les autoritats implicades, als mitjans audiovisuals de comunicació i als professionals que hi exerceixen la seva tasca que prenguin en consideració les recomanacions següents.

Recomanacions adreçades especialment a les autoritats

1. Independentment de la qualitat general del tractament a què estan obligades en la seva aproximació al fenomen de la immigració, **convé que les autoritats** en general, les autoritats amb competències específiques en immigració i els cossos professionals (seguretat, prevenció, assistència, serveis, etc.) que hi estan relacionats, **assumeixin amb plena consciència la seva condició també de font d'informació.**

2. **Aquesta condició de font informativa habitual**, en relació amb la difusió pública de notícies i missatges sobre immigració i sobre persones immigrades, **requereix l'assumpció de la responsabilitat específica de facilitar la tasca dels mitjans de comunicació.**

3. Aquestes autoritats i cossos professionals han d'adoptar com a prioritari l'objectiu de **proporcionar informacions precises, detallades, provades i contextualitzades** als mitjans de comunicació.

4. Aquestes informacions han d'**evitar**, de manera general, **l'espectacularització o la dramatització innecessària** de les situacions; procurant **no incitar el receptor del missatge a la simplificació, a la presumpció condemnatòria o a l'activació de prejudicis** de naturalesa xenòfoba o discriminatòria.

5. Aquestes autoritats i cossos professionals de les administracions

són la primera peça de la cadena informativa que ha d'abordar la immigració fonamentalment com a tema i no pas, inevitablement i imperativament, com a problema, sense defugir les circumstàncies problemàtiques o les tensions i contradiccions que pugui suscitar en cada moment. Però sense perdre de vista que es tracta d'un fenomen social i històric gairebé permanent, constant, que és comú - en una o altra direcció- en la majoria de societats contemporànies; que no constitueix en ell mateix una amenaça, i que pot ser abordat des de moltes perspectives en un sentit també positiu, d'aportació i d'enriquiment social.

6. Aquestes autoritats i cossos professionals han de ser particularment vigilants i escrupolosos en la utilització d'un llenguatge que bandegi el tòpic discriminator i instauri formes expressives respectuoses amb la dignitat de les persones i els col·lectius en situació d'immigració, i amb les seves circumstàncies socials i culturals.

7. És convenient assegurar la coordinació i la cooperació entre els serveis d'informació i comunicació de les diverses administracions.

Recomanacions adreçades especialment a les empreses audiovisuals

1. Les empreses públiques i privades que elaboren informació audiovisual, atenent a la responsabilitat social que tenen contraeta, han de col·laborar en les polítiques públiques d'incorporació de la població immigrada. Han d'assumir un paper actiu en la difusió d'informació i coneixement sobre les migracions i els seus contextos, que constitueixen elements estratègics fonamentals per a una gestió avançada i eficaç de la diversitat. I han de contribuir a l'establiment d'un clima de diàleg social.

2. Convé que les empreses audiovisuals utilitzin la seva capacitat de difusió per tal de facilitar informació bàsica relativa a la immigració per a la població autòctona i, molt especialment, per a la població al·lògena, que es troba sovint en situació precària per accedir als coneixements instrumentals més elementals.

3. Cal que s'estableixin criteris professionals i procediments interns de garanties que evitin el recurs a fonts parcials o poc contrastades. Els mitjans han de fomentar l'autoregulació i la creació d'instàncies o mecanismes que vetllin per la qualitat del tractament informatiu dels temes relacionats amb la immigració.

4. Convé estimular l'adopció de codis professionals específics sobre el tractament de les migracions i/o l'elaboració de criteris d'estil propis del mitjà o del grup, que minimitzin l'efecte de la deriva tòpica, la fórmula rutinària i el llenguatge discriminatori.

5. Les empreses d'informació audiovisual, en funció de la seva dimensió i possibilitats, han d'**afavorir l'especialització, la formació i l'actualització permanent de coneixements** de professionals involucrats en el tractament informatiu de la immigració.

6. Aquestes empreses també haurien d'**invertir recursos en la diversificació de les fonts** i haurien de proporcionar a les persones que informen sobre immigració el temps i les **condicions de treball** que permetin l'**elaboració de missatges més complexos, més contextualitzats i de major capacitat explicativa.**

7. Cal **evitar els desplegaments desproporcionats de mitjans i les estratègies de sobreatenció** que només persegueixen engrandir la dimensió de determinats esdeveniments o conflictes, directament o indirectament relacionats amb persones immigrades. Cal tenir present que l'**espectacularització artificial d'esdeveniments sol fomentar les visions tòpiques i simplificadores.**

8. De manera semblant i complementària, **convé sovint prescindir d'elements merament anecdòtics**, rutinaris o superflus dels relats d'actualitat que no incorporen informació significativa i, en canvi, **reforçar la reflexió experta** que faciliti la comprensió de les raons profundes d'allò que s'esdevé.

9. La **composició de les plantilles**, sense conculcar procediments de selecció per mèrit, idoneïtat i oportunitat, **hauria de tenir en compte la diversitat i la pluralitat socialment existents.**

Recomanacions adreçades especialment als professionals de la informació audiovisual

1. Resulta imprescindible, en el tractament informatiu de la immigració, **comptar amb les persones immigrades com a font informativa**, per tal de completar el recurs a altres fonts habituals lligades generalment a l'àmbit policial o judicial. El principi de **la contrastació, la relativització i la diversificació de les fonts** inclou també les fonts oficials.

2. En un sentit semblant al del pluralisme de les fonts, en el decurs de l'elaboració de la informació sobre immigració, **cal garantir especialment també a les persones i col·lectius immigrants el seu dret a la llibertat d'expressió**.

3. La intimitat i la privadesa són drets universals que s'han d'aplicar amb independència del país d'origen o la condició de les persones que s'hi veuen involucrades. No s'haurien d'emetre plans curts de persones ferides o mortes, encara que es tracti d'esdeveniments allunyats de l'àmbit de referència dels mitjans. L'atribució de caràcter exòtic o aliè a persones o fets, per justificar un relaxament de les pautes d'autócontrol o autoregulació en el tractament de les informacions, no és acceptable en cap circumstància i encara menys en una societat marcada per una creixent interculturalitat.

4. L'aplicació dels drets i dels principis relacionats amb el respecte a

la intimitat de les persones ha de ser escrupolosa en relació amb la informació sobre immigració. **No haurien d'obtenir-se imatges invasives, o plans curts, sense comptar amb l'autorització expressa dels protagonistes.** Les hipotètiques dificultats afegides de comprensió que puguin produir-se entre els mitjans i persones de recent immigració requereixen extremar la cura a l'hora de garantir que la lliure voluntat d'aquelles no sigui desatesa. Aquesta recomanació i l'anterior han de ser especialment observades quan hi ha menors involucrats.

5. Cal evitar l'ús d'un llenguatge discriminador o que incorpori prejudicis genèrics en el tractament informatiu de la immigració. **No pot incorporar-se com a rutina l'ús de termes o expressions com *il·legal, indocumentat o sense papers*, per definir o qualificar persones en una situació administrativa no regularitzada.**

6. En un ordre similar, no és acceptable l'adopció automàtica d'atribucions tòpiques que comporten valoracions discriminadores. Cal evitar, per exemple, la caracterització sistemàtica com a fonamentalista d'una única determinada opció religiosa.

7. Convé tenir cura, de forma molt especial, amb la terminologia emprada en els titulars i en els fragments de reclam de les notícies, ja que sovint la brevetat pot implicar manca de precisió o el foment d'estereotips.

8. Resulta recomanable, en el tractament informatiu de la immigració,

evitar els efectes i recursos tècnics i periodístics que persegueixen una funció preferentment espectacularitzadora.

9. L'emfasització de les referències a qüestions com l'origen o el color de la pell dels protagonistes d'algunes notícies sovint no afegeix informació rellevant al relat, no és estrictament necessària per a la comprensió del fet i, en canvi, actua com a reforçament de prejudicis i com a clau implícita d'interpretació d'intenció negativa o condemnatòria. Convé administrar amb criteri responsable, ponderat i crític aquesta mena de referències per tal de servir estrictament les exigències d'una informació detallada, precisa i completa.

10. De manera semblant, i sense haver de renunciar sistemàticament a les denominacions col·lectives, no és admissible la identificació d'una minoria ètnica o d'un col·lectiu concret de persones immigrades amb una determinada activitat il·legal, que pot acabar sent considerada per l'audiència gairebé com un atribut o una característica del grup en qüestió.

11. Contextualitzar les notícies relacionades amb la immigració i aportar documentació sobre la situació dels països d'origen de les persones immigrades millora la qualitat de la informació, facilita la reflexió de l'audiència i contribueix a desfer els estereotips.

12. Aquests estereotips s'han establert després de l'abusiva i sistemàtica reducció de les referències a països, regions o continents a informacions marcades per la guerra o la misèria,

il·lustrant-les amb imatges que prescindeixen de qualsevol al·lusió a aspectes de la vida quotidiana no determinats per la fatalitat, el conflicte, la fam, la pobresa extrema o la catàstrofe. Per aquesta via s'ha propagat un únic model de vida i de progrés de caràcter eurocèntric. Aquesta mena de reduccions **han de ser bandejades i combatudes, proporcionant una visió més completa, complexa, oberta i plural** de les societats no occidentals.

13. Cal evitar l'emissió reiterada d'imatges d'arxiu per il·lustrar notícies que no es corresponen amb aquestes imatges. En qualsevol cas, les imatges d'arxiu que s'emetin han d'anar sempre degudament referenciades i han d'ajustar-se a criteris de pertinència.

14. També han d'anar sempre degudament i convencionalment referenciades, amb el seu nom i -si escau- aquella característica professional, cívica o de qualsevol mena que vulguin com a identificativa, les persones immigrades que participen en les informacions de qualsevol mitjà de difusió. El mitjà mai no pot adjudicar condició anònima als seus testimonis, si no és que ells ho sol·liciten explícitament.

15. La utilització de citacions textuais o altres expressions o materials de caràcter racista o discriminatori, encara que siguin de caràcter històric o erudit, han d'estar degudament marcades i atribuïdes, proporcionant fins on sigui possible referències sobre l'autoria i sobre el context de formulació.

16. Tenint en compte l'esforç que s'ha produït per part de molts grups

civicosocials, col·lectius professionals i a moltes redaccions, per extreure la cura en el llenguatge emprat i per tal d'eliminar els hàbits discriminatoris o les formes que contenen rastres d'una concepció xenòfoba, cal evitar també d'incórrer en actituds paternalistes que acabin distorsionant la realitat i encobrint, paradoxalment, posicions etnocèntriques.

Recomanacions finals adreçades a la consideració general

1. En l'elaboració i la difusió d'informació sobre la immigració i sobre les persones immigrades és indispensable introduir consideracions prèvies, d'ordre general, que són molt habitualment ignorades. **Cal introduir en els discursos informatius elements de reflexió que permetin contemplar la immigració com un fenomen comú de desplaçament de població, i no com una amenaça.** O bé que permetin exercicis tan elementals com el de plantejar **que la condició de persona immigrada és, per definició, transitòria** i que si generalment es perllonga és per la precarietat dels mecanismes polítics, socials i culturals d'incorporació.

2. **Cal evitar l'associació automàtica, explícita o implícita, entre els fluxos migratoris i la violència, la marginalitat, el desordre o la delinqüència,** sense contextualitzar-los o sense analitzar-ne les causes profundes.

3. **Convé potenciar les informacions positives que involucren la població immigrada sense** que això pugui perjudicar la veritat o pugui suggerir la construcció d'una realitat emmascarada. Les autoritats, els mitjans de comunicació i els professionals tenen el deure de no ocultar la veritat i servir el dret a la informació, però també comparteixen la responsabilitat social de promoure la convivència, en un context de llibertat, pluralitat i civisme.

4. **Cal eludir aquelles visions nuclears,** pretesament pragmàtiques

i merament **utilitaristes de la immigració**, que renunciïn a apel·lar als valors i **que la presenten com una necessitat social transitòria** davant de circumstàncies com la baixa natalitat de la població autòctona o les necessitats del mercat laboral.

5. Convé recordar que les garanties a les quals remet la llibertat d'expressió inclouen també, íntegrament i sense excepcions de cap mena, les persones immigrades. I això en la seva doble condició, com a subjectes i com a objectes de la informació.

6. Finalment, el Consell de l'Audiovisual de Catalunya considera que resultaria d'utilitat la celebració periòdica de sessions de treball entre les organitzacions representatives de les persones en situació d'immigració, les autoritats implicades, els col·lectius i les associacions de professionals de la informació, els mitjans de comunicació i els centres universitaris de formació de comunicadors, per tal d'avaluar els discursos informatius predominants sobre immigració i elaborar propostes de millora dels procediments.

The first part of the paper discusses the importance of understanding the cultural context of the research. It highlights the need for researchers to be sensitive to the values and beliefs of the communities they are studying. This is particularly important in the field of education, where cultural differences can significantly impact learning outcomes.

The second part of the paper focuses on the methodology used in the study. It describes the process of selecting participants, collecting data, and analyzing the results. The authors emphasize the importance of using a mixed-methods approach to gain a comprehensive understanding of the research topic.

The third part of the paper presents the findings of the study. It discusses the results of the quantitative data analysis and the insights gained from the qualitative interviews. The authors conclude that there are significant differences in learning outcomes between the two groups, and these differences can be attributed to cultural factors.

The final part of the paper offers recommendations for future research and practice. It suggests that educators should be aware of the cultural context of their students and tailor their teaching methods accordingly. Additionally, it calls for further research to explore the underlying mechanisms of the cultural differences observed in the study.



**Consell
de l'Audiovisual
de Catalunya**

Entença, 321

08029 Barcelona

Tel. 93 363 25 25

Fax. 93 363 24 78

E-mail. audiovisual@correu.gencat.es

Web. <http://www.audiovisualcat.net>



**Generalitat
de Catalunya**



Comunicar i Educar

III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

**EXPERTS I EXPERIÈNCIES EN
EDUCACIÓ I COMUNICACIÓ**

EXPERTS I EXPERIÈNCIES EN EDUCACIÓ I COMUNICACIÓ

Direcció: Miquel de Moragas, Director de l'INCOM (UAB), i Núria García, professora titular del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat (UAB)

Investigadora i documentalista: Carmen Forné, llicenciada en Belles Arts i especialitzada en temes educatius.

Aquest document recull diferents propostes i accions que s'estan desenvolupant en el camp de la Comunicació i l'Educació, a partir del treball dels experts i la manifestació de diverses experiències en l'àmbit català i espanyol.

L'Informe ofereix un compendi d'estudis, experiències i webs d'interès sobre l'educació en matèria de comunicació:

1. Estudis sobre comunicació i educació.
2. Experiències en l'educació per la comunicació.
3. Webs, portals, centres de recursos i comunitats virtuals d'interès que aporten una àmplia documentació on-line sobre el tema educomunicatiu.

La finalitat d'aquest document no ha estat presentar un directori exhaustiu sobre el tema, sinó mostrar diverses experiències que s'estan desenvolupant en matèria d'educació i comunicació.

Setembre 2002

1. ESTUDIS SOBRE COMUNICACIÓ I EDUCACIÓ.

CENTRES DE RECERCA, I ESPAIS D'EXPRESSIÓ EN EDUCACIÓ I COMUNICACIÓ.

Centro de Estudios Audiovisuales (CEA)

Forma part de la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra. Es dedica a l'estudi i elaboració de projectes sobre la informació audiovisual.

www.unav.es/fcom/cea/index.htm

Foro Universitario de Investigación en Comunicación

La Universitat Complutense de Madrid organitza anualment El Ciclo de Otoño, un espai adient per crear un marc de reflexió i de propostes en el tema de la educomunicació.

www.otono@rect.ucm.es

Fórum Mundial de la Televisión Infantil y del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil.

Espai d'expressió sobre educació i comunicació que s'organitza anualment a Barcelona. L'eix de treball discursiu planteja possibles propostes i anàlisi de com formar, com educar i com entretenir amb la televisió, tractant temes de continguts televisius, agents socials i noves tecnologies.

www.oeti.org

Institut de Ciències de l'Educació (ICE)

Institut de Ciències de l'Educació. L'ICE té forta presència en la formació del professorat en matèria de tecnologia educativa i en matèria d'educació per la comunicació. Per la seva participació en temes d'educomunicació destaquem l'ICE de la Universitat de Barcelona, l'ICE de la Universitat Autònoma de Barcelona, i l'ICE de la Universitat Complutense de Madrid.

www.ub.es/ice/

www.blues.uab.es/ice/

www.ice.ucm.es/

Institut de Comunicació (INCOM)

Institut de caràcter universitari (Universitat Autònoma de Barcelona) dedicat a l'estudi dels diversos aspectes de la comunicació. Els seus objectius principals són la recerca -bàsica i aplicada-, la formació especialitzada, la divulgació social de coneixements i la prestació de serveis avançats en comunicació

www.uab.es/incom

Institut Universitari de l'Audiovisual

Centre de Recerca de la Universitat Pompeu Fabra. Coordina diferents grups d'investigació que tracten temes com l'anàlisi, la síntesi i la transformació de l'univers audiovisual. Un dels grups actius que tracte el tema d'educació i comunicació es el Grup de Guionatge i Disseny de Programes Interactius.

www.iua.upf.es

Instituto de Estudios Avanzados de la Comunicación Audiovisual (ICA)

Actualment està elaborant la primera edició del Master en direcció i realització audiovisual.

www.uclm.es/ica/

Laboratori de Comunicació Multimedia (MMLab)

Pertany a la Facultat de Comunicació de la Universitat de Navarra, i estudien les repercussions de les Noves Tecnologies TIC i els mitjans de comunicació pública.

www.unav.es/fcom/mmlab/mmlab/menu.htm

Máster en Comunicación y Educación. 2000

Organitzat pel Departament de Periodisme i Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Dirigit per: Mar Fontcuberta i José Manuel Pérez Tornero.

www.blues.uab.es/~scampus/masters/masters2/Viconvocatoria

Màster en Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación

Organitzat per la Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED).

www.uned.es/ntedu/

Màster de TV Educativa. 2002

Organitzat pel Departament de Periodisme de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Complutense de Madrid. Dirigit per: Agustín García Matilla, María José Rivera Barro i Alejandra Walzer.

www.unav.es/fcom/cea/

Màster Internacional d'Animació Audiovisual

Organitzat per GRISS (Grup de Recerca en Imatge, Só i Síntesi), INCOM, i el Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la UAB. L'objectiu principal és abastar el camp de l'animació emfasitzant la qualitat dels criteris de producció, atenents als valors educatius. Direcció: Gemma Larrègola i co-direcció: Hilari Pujol.

kane.uab.es/masteranimació/

Societat Catalana de Comunicació

Filial de l'Institut d'Estudis Catalans des de 1986 dedicat a l'àmbit de la Comunicació.

www.mediapolis.es/scc/

CENTRES DE RECERCA DE REFERÈNCIA D'ÀMBIT EUROPEU

Center for Educational Leadership and Technology (CELT)

www.celt.org

Center for Mass Communication Research

University of Leicester.

www.leicester.ac.uk/cmcr

Center for Media Education (CME)

www.cme.org

Centre for Organisational Research

www.cor.anqlia.ac.uk

Conseil International des Médias Éducatifs International Council for Educational Media

www.icem-cime.com

Institute of Communication Studies

Leeds University.

www.leeds.ac.uk/ics/index.htm

Nordic Information Centre for Media and Communication Research
www.nordicom.gu.se

Osservatorio sulla Comunicazione
www.3.unicatt.it/unicatt/seed/consultazione.mostra-pagina?-pagina=1560

ENTITATS

Aire Comunicaci3n

Associaci3 d'educomunicadors creada en el M3ster de Televisi3 Educativa de la Universitat Complutense de Madrid. Treballa en l'an3lisi, producci3 i distribuci3 d'informaci3, documentaci3 i materials did3ctics per aplicar a l'aula.
www.airecomun.com

Apuma

Associaci3 de Professors Usuaris dels Mitjans de Comunicaci3. Es dedica a la divulgaci3 d'opinions del professorat en mat3ria de la influ3ncia dels mitjans de comunicaci3 i les noves tecnologies en l'educaci3. Edita la revista *Educaci3n y Medios*.
www.arrakis.es/~apuma

Associaci3 Catalana per a la Telem3tica Educativa (ACTE)

Entitat que estimula el punt de trobada a mestres, alumnes i totes aquelles persones interessades en l'3s de les Noves Tecnologies (TIC) en l'educaci3. Fomenta l'intercanvi d'experi3ncies.
www.acte.pangea.org

Aulamedia

Espai que ofereix al professorat d'Educaci3 Prim3ria i Secund3ria i investigadors material did3ctic, articles i reflexions sobre educomunicaci3.
www.aulamedia.org

Cometa

Coordinadora de Mitjans Educatius sobre la Televisi3 en Arag3. L'objectiu 3s pr3sentar i fomentar un marc d'intercanvi d'opinions de professionals de disciplines diverses que estiguin interessats en l'educaci3 per la comunicaci3, i fomentar activitats col.lectives en Centres escolars.
www.cometatv.com

Comunicar

Col·lectiu andalús d'Educació i Mitjans de Comunicació, està constituït per professors i experts en comunicació que donen suport i promocionen l'ús de la premsa a l'escola com a mitjà d'ensenyament a un aprenentatge significatiu. Cal destacar la publicació de la revista *Comunicar*.

www.grupocomunicar.com

Drac Màgic

Cooperativa Promotora de Mitjans Audiovisuals. L'objectiu és la difusió de la cultura cinematogràfica i l'elaboració de propostes i programes didàctiques que relacionen el cinema i l'educació.

www.web.kaos.es/drac/cat/default.htm

Entrelínies

Xarxa d'Educació i Comunicació del País Valencià. Col·lectiu de professors i periodistes que mantenen col·laboracions amb la Xarxa Mitjans de Catalunya i amb diverses ONGs. L'objectiu és la intervenció mediàtica i social com a sistema educatiu.

www.teleline.terra.es/personal/elinies

Espiral

Educació i Tecnologia. Col·lectiu que treballa el desenvolupament del multimedia educatiu.

www.ciberespiral.org

Heko Kolektiboa

Heziketa eta Komunikazioa. (País Basc). Col·lectiu que s'interessa per la incidència que tenen els mitjans de comunicació en la societat i la seva poca presència en l'escola.

www.worldonline.es/hekokole

Ma-vié

Mitjans Audiovisuals-Integració Escolar. (Canaries). Agrupa a un col·lectiu de professors de Primària i Secundària per treballar en el projecte d'investigació sobre els mitjans de comunicació com eix transversal del currículum. També treballa en el disseny i recopilació d'experiències pròpies portades a l'aula.

www.ull.es/publicaciones/tecinfedu/MAVIE.htm

Mitjans

Xarxa d'Educadors i Comunicadors. (Catalunya). Entre els seus objectius destaquen la creació un espai de reflexió de debat sobre educació i comunicació, i l'establiment de bases d'un grup d'intervenció mediàtica i social.
www.mitjans.pangea.org

Moviment Educatiu del Maresme (MEM)

Organització compromesa amb la renovació pedagògica. Podem trobar experiències, propostes i suggeriments de cooperació i escola.
www.xarxa.infomataro.net/mem

Pé de Imaxe

Congrés de Pedagogia de la Imatge. (Galícia). Aquest col·lectiu impulsa la reflexió, el debat i l'intercanvi d'experiències entre el professorat. Organitza congressos en els que participen entre altres entitats la MRP Nova Escola Galega, Escola de Imaxe i So, i la Universitat de A Coruña.
www.corevia.com/~pdi

Teleduca

Col·lectiu de professionals de l'Educació i la Comunicació que treballen en propostes de formació per professors, periodistes i qualsevol altre col·lectiu social interessat en l'educomunicació.
www.aulamedia.org/teleduca.htm

INVESTIGADORS, GRUPS DE RECERCA I PROJECTES QUE DESTAQUEN EN LA SEVA APORTACIÓ SOBRE EDUCACIÓ EN MATÈRIA DE COMUNICACIÓ

Jordi Adell Segura

Investigador i professor del Departament d'Educació de la Universitat Jaume I de Castelló de la Plana (UJI). Destaca la seva aportació en matèria d'educació i noves tecnologies. Responsable del primer servidor web d'Espanya.

Manuel Aguirre

Investigador i professor de la Universitat Oberta de Catalunya. Treballa en l'anàlisi de les comunitats virtuals i la formació permanent de gent gran.

José Ignacio Aguaded Gómez

Investigador i professor de la Universitat de Huelva. Entre altres línies de treball destaca la seva aportació en matèria de premsa-escuela, i televisió educativa. Fonamentalment desenvolupa la seva tasca de investigació en el marc del col·lectiu andalús de professors i periodistes del Grupo Comunicar.

Magdalena Alberó Andrés

Investigadora i professora de la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Destaca la seva aportació en l'anàlisi sobre la infància, l'adolescència, els mitjans de comunicació i l'educació.

Roberto Aparici Marino

Investigador i professor de la Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED). Desenvolupa la seva tasca d'investigació en el camp de l'Educació i les noves tecnologies.

Isidoro Arroyo Almaraz

Investigador i professor de la Universidad Complutense de Madrid. El seu camp de treball és el de l'ètica i els nous valors de la cultura audiovisual.

Jesús Beltrán Llera

Investigador i professor de la Universidad Complutense de Madrid. Director de la investigació "El impacto de la comunicación audiovisual en la modificación conductual y cognitiva de los niños, en la Comunidad de Madrid".

Juan Benavides Delgado

Investigador i professor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad I de la Universidad Complutense de Madrid. Destaca la seva aportació en matèria del llenguatge publicitari en l'educació i els mitjans de comunicació.

Ignasi Bofarull

Investigador i pedagog que treballa en els efectes dels mitjans de comunicació en l'educació dels infants i adolescents.

Julio Cabero Almenara

Investigador i professor de la Universitat de Sevilla amb treballs sobre propostes i recursos per la utilització del vídeo i la televisió a l'escola.

Victoria Camps

Catedràtica d'Ètica en la Universitat Autònoma de Barcelona. Destaquen les seves aportacions sobre mitjans audiovisuals i ètica.

Salvador Cardús Ros

Investigador i professor de Sociologia a la Facultat de Ciències Polítiques i Sociologia de la Universitat Autònoma de Barcelona. Entre les seves aportacions destaquen els estudis sociològics del mitjà televisiu.

Javier Callejo Gallego

Investigador i sociòleg de la Universitat Nacional d'Educació a distància (UNED). Autor d'importants treballs com la investigació "La audiencia activa", on analitza els efectes produïts per la televisió en audiències adolescents.

Miguel Clemente Díaz

Investigador i professor de la Universidad de La Coruña. Autor de l'investigació "Violencia y televisión". Treballa en la línia de les teories dels efectes dels mitjans de comunicació.

Manuel Delgado Ruiz

Investigador, antropòleg i professor d'Antropologia Cultural en la Universitat de Barcelona. En l'àmbit de l'educació són interessants els seus treballs referents a la identitat constituïda pels mitjans de comunicació com a espais públics.

Francesc-Josep Deó. Coordinador del Projecte Educom, coordinador del programa de comunicació audiovisual del Institut de Ciències de l'Educació de La Universitat de Barcelona. Treballa en anàlisi de l'educació i els mitjans audiovisuals.

Juan Delval

Investigador i professor de Psicologia Evolutiva i de la Educació en la Universidad Autónoma de Madrid. Desenvolupa la seva línia de treball d'investigació en la relació entre l'aprenentatge escolar i l'aprenentatge en la vida quotidiana.

Joan Ferrès i Prats

Investigador i professor de Comunicació Audiovisual de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Destaca per la seva aportació en matèria d'educació i mitjans audiovisuals.

María Carmen Forné Minviela

Investigadora en matèria d'educació. Universitat de Barcelona. Treballa en la línia dels valors en els mitjans de comunicació. Autora de l'investigació "Valores que los adolescentes creen que transmite la publicidad en su práctica cultural".

María del Carmen García Galera

Investigadora i professora del centre Universitari Francisco de Vitoria. Autora de l'investigació "Televisión, violencia e infancia".

Agustín García Matilla

Investigador i professor de la Universitat Complutense de Madrid. Destaca la seva aportació en matèria de alfabetització multimedia.

Núria García Muñoz

Professora del Departament de Comunicació Audiovisual i Publicitat de la Universitat Autònoma de Barcelona i membre del grup de recerca GRISS. Destaca la seva aportació en matèria d'infants i recepció televisiva.

Jesús García Yruela

Investigador i professor de la Universidad Complutense de Madrid. Destaca la seva aportació en matèria de noves tecnologies, concretament en la introducció d'Internet a les aules.

Carmelo Garitaonandia Garnacho

Investigador, professor del Departamento de Periodismo de la Universidad del País Vasco, i membre de l'equip de la investigació titulada "Children, Young People and the Changing Media Environment". Treballa sobre infants, adolescent i mitjans audiovisuals.

Grup de Comunicació Audiovisual

Pertany a la Universitat Pompeu Fabra i es dedica a l'estudi i la investigació dels processos i dels productes audiovisuals. Membre de contacte: Josep Gifreu Pinsach.

Grup Embolic

Pertany a la Universitat de València, proposen la utilització dels mitjans audiovisuals a l'aula. Autors del llibre La Magrana, presenten propostes per l'ensenyament temàtic i històric de la filosofia a través de nou pel·lícules.

Grup F9

Equip de professors i professores de Primària i Secundària que des de 1994 treballen en l'ús de videojocs com a material per l'ensenyament.

Grup d'investigació "Violència i televisió"

Pertany a la Facultat de Ciències de la Informació Blanquerna – Universitat Ramon Llull. Treballa sobre els efectes de la televisió en els nens. Director: Jordi Busquet Duran.

Grup GRISS

Grup de Recerca en Imatge, Só i Síntesi, de la Universitat Autònoma de Barcelona. Entre les seves aportacions destaca la recerca sobre programació i processos de recepció dels mitjans audiovisuals. Director: Emili Prado.

Alfonso Gutiérrez Martín

Investigador i professor de la Escuela Universitaria de Magisteri de Segovia. Universitat de Valladolid. Els seus treballs d'investigació marquen la línia de la relació entre les noves tecnologies i l'educació, fonamentalment en l'educació per els mitjans de comunicació i la televisió educativa.

Fernando López Noguero

Investigador i professor de Pedagogia Social en la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Huelva. Cal senyalar la seva trajectòria en

educació en valors i per la democràcia en l'Educació Social, i destaca la seva aportació d'experiències amb la ràdio i la premsa com a mitjans educatius dins el marc de l'Educació Social no regulada.

Eneko Lorente Bilbao

Investigador i professor de la Euskal Herriko Unibertsitatea. Destaca la seva tasca en temes com les comunitats virtuals de l'ensenyament i l'aprenentatge. Participa en el projecte Ikusgela, programa de Televisió Educativa orientat a promoure la participació dels Centres Escolars en activitats col·lectives relacionades amb l'entorn de la Comunicació Audiovisual i dels Nous Llenguatges.

Luís Miguel Martínez Fernández

Investigador i professor de la Universidad Complutense de Madrid. Destaca la seva aportació en el marc dels continguts multimedia per la formació.

Enrique Martínez-Salanova Sánchez

Pedagog i tecnòleg de l'educació, és interessant la seva aportació en els models educatius per educar amb la lectura crítica de la televisió i del cinema. Desenvolupa la seva activitat investigadora en el marc que ofereix el col·lectiu de professors i periodistes Grupo Comunicar d'Almeria.

Montserrat Moix, pedagoga i membre del grup Teleduca. Destaca el seu treballa en educació i mitjans.

Juan de Pablos Pons

Investigador i professor de la Universidad de Sevilla. Destaquen les seves propostes d'innovació educativa mitjançant l'aplicació de les noves tecnologies.

Milagros Paseta

Col·laboradora en l'Àrea de Comunicació i Imatge de la Fundació Intermón Oxfam en Barcelona. Treballa en la línia de com les Noves Tecnologies TIC poden ser una eina de comunicació i educació global per la cooperació del desenvolupament humà.

Luis Miguel Pedrero Esteban

Investigador i professor de la Universitat Pontificia de Salamanca. Autor de la investigació "La televisión y los niños", sobre els efectes dels media.

José Manuel Pérez Tornero

Investigador i professor del Departament de Periodisme i de Ciències de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Destaca la seva aportació en matèria d'Educació i televisió.

María Amor Pérez Rodríguez

Investigadora i professora de la Universidad de Huelva. Analitza l'educació per la comunicació utilitzant els nous llenguatges dels mitjans, premsa, televisió, ...

Projecte Arrayán

La Universidad de Granada es proposa explorar l'ús de la xarxa com a recurs didàctic per l'ensenyament i aprenentatge de les Noves Tecnologies.

Projecte Grimm

És un projecte d'investigació en l'àmbit de la introducció de les Tecnologies de la Informació i la Comunicació en Educació. És un projecte de la Universitat de Barcelona i Apple.

Sara Reñé, professora de segona ensenyança i membre del grup Teleduca. Destaca el seu treballa en educació i mitjans.

Pablo del Río Pereda

Investigador i professor de la Universidad Pontificia de Salamanca. És interessant la seva aportació en els nous llenguatges audiovisuals com a noves perspectives per l'ensenyament.

Rosalía Romero Tena

Investigadora i professora de Tecnologia Educativa de la Universidad de Sevilla. Treballa en matèria de Noves Tecnologies a l'Educació de la població.

Josefina Santibáñez Velilla

Professora en l'Àrea de Didàctica i Organització Escolar del Departament de Ciències Humanes i Socials de la Universidad de La Rioja. Destaca la seva aportació en la introducció d'Internet com a recurs educatiu, i en la formació del professorat en aquest àmbit.

Francisco Sierra Caballero

Investigador i professor de la Universidad de Sevilla. Analitza els efectes de la comunicació en la societat, i l'ús de les Noves Tecnologies TIC en el context educatiu.

Spectus

Grup d'Investigació en Mitjans i Educació. (Aragó i Catalunya). Col·labora en experiències de premsa a l'escola, formació del professorat i en l'edició de divers material educatiu en matèria de comunicació.

Miguel Vázquez Freire

Investigador i professor de filosofia en l'IES "Eduardo Pondal" de Santiago de Compostela i membre del Comité Organitzador del Congrés de Pedagogia de la Imatge "Pé de Imaxe". Destaca per les seves iniciatives i propostes per la innovació educativa.

Miguel Angel Vidal Vázquez

Investigador i professor de la Universidad Pontificia de Salamanca. Autor de l'investigació "Violencia y televisión". Treballa en la línia de les teories dels efectes dels media.

Feliciano Villar Posada

Investigador i professor de Psicología Evolutiva en la Universitat Rovira i Virgili de Tarragona. Ha col·laborat en projectes de formació de persones grans en les Noves Tecnologies i creació de comunitats virtuals per a persones grans.

Professors - investigadors en acció

Professors - investigadors que porten el seu treball al camp educatiu en aules d'ensenyament formal dels Col·legis d'Ensenyament Infantil i Primària (CEIP), en Instituts d'Ensenyament Secundari (IES), i en aules d'ensenyament no formal dels Ajuntaments com ara les Aules de Cultura, Fundacions, i Centres de Gent Gran.

2. EXPERIÈNCIES EN L'EDUCACIÓ PER LA COMUNICACIÓ.

EXPERIÈNCIES COOPERATIVES EN L'ÚS EDUCATIU DEL MITJÀ DE LA TELEMÀTICA.

"Bongoh"

És un projecte basat en motivar l'ús de l'idioma i de la imaginació, amb activitats de jocs de rol elaborat amb el procediment de fòrums de discussió i correu electrònic. Projecte destinat a nens i nenes de Tercer Cicle de Primària i Secundària.

"Projecte telemàtic Camp de Morvedre – Serranía"

És un projecte basat en la teleconferència. Amb la comunicació en les seves diverses formes: premsa, correspondència, debats, etc., desenvolupa activitats destinades a nens i nenes de Tercer Cicle de Primària, orientades a debatre temes d'actualitat a partir de notícies de premsa, i a elaborar revistes escolars entre altres. Els temes tractats es centren en aquestes dues comarques de la Comunitat Valenciana.

"Centre Educatiu Projecte"

És un projecte basat en la missatgeria electrònica. Les activitats estan orientades a fomentar la col·laboració entre els grups d'alumnes, situant-los en una actitud activa. Projecte destinat a nens i nenes de Tercer Cicle d'Educació Primària.

"Projecte Grimm"

És un projecte que fomenta el canvi del format paper treballat a l'escola al format multimèdia. L'objectiu és ajudar a professors interessats en educació a que integrin el mitjà d'Internet als centres com una eina més per l'ensenyament de tot tipus de matèria.

"Projecte Quipus"

És un projecte basat en l'ús de l'eina telemàtica. Projecte destinat a nens i nenes de Primària i Secundària.

EXPERIÈNCIES REALITZADES EN CENTRES I ASSOCIACIONS D'EDUCACIÓ FORMAL I D'EDUCACIÓ NO FORMAL

CINEMA

"El llenguatge audiovisual"

Experiència realitzada al IES "Castellari" i coordinada per *Albert Alfonso Moreno*. Està dedicada a alumnes de Secundària, i consisteix en la producció d'una pel·lícula de modalitat lliure (policiàca, ciència - ficció, ...). L'objectiu és conèixer el llenguatge visual, diferenciar entre imatge i realitat, i estimular l'activitat creativa entre altres.

"Fem una fotonovel·la"

És una experiència portada a terme per el CEIP "L'Aulet", dedicada a nens i nenes de cicle Superior de Primària, i coordinada per *Isabel Masgrau*. Consisteix en realitzar un còmic emprant programes informàtics, fotografia, etc. L'objectiu és millorar el llenguatge amb un mitjà emmarcat en l'aprenentatge de l'audiovisual.

"Un mig metratge: The Roulf"

És una experiència portada a terme en el CEIP "Camí del Mig", i coordinat per *Lola Casas*. Experiència portada a terme gràcies a la col·laboració de pares, mares, personal no docent, alumnes de 6è, TVM (Televisió Mataró), Ajuntament Mataró i diversos professionals del món de la comunicació. Els alumnes han escrit una història, s'han posat en contacte amb TVM, i han treballat durant tot el curs per finalment fer una pel·lícula. L'objectiu és aprendre a realitzar un guió cinematogràfic.

"Dibuixos animats"

És una experiència portada a terme en "L'Ateneu Igualadí" en Igualada, i coordinada per *Cèlia Gallardo de la Torre*. Experiència dedicada a nens i nenes de Primària. L'alumne treballa els aspectes d'una història de animació, per finalment produir un enregistrament en vídeo. L'objectiu és conèixer el procés de creació dels dibuixos animats, i valorar el temps i la feina que requereix una producció.

"Precinema i cinema clàssic"

És una experiència realitzada en l'Escola "Solc" de Barcelona, coordinada per *Ramon Breu*, i destinada a alumnes de Secundària. L'experiència tracte de que l'alumnat identifiqui diferents moments històrics del cinema i de la comunicació audiovisual, així com reconèixer diferents creadors clàssics, i ser conscients de les seves aportacions al cinema actual. Per assolir-ho el pla de treball consta de blocs temàtics com ara el precinema, la fotografia, i el cinema clàssic.

FOTOGRAFIA I VIDEO

"Graffiti"

És una experiència realitzada a l'Escola "Institució Montserrat SCCL" i premiada en els Vuitens Premis de Vídeo Escolar organitzats pel Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya. Aquesta experiència, destinada a alumnes de l'ESO, es centra en el tema del llenguatge i producció del mitjà per produir, en forma de reportatge, un vídeo que planteja un tema tant d'actualitat entre els adolescents com són els graffitis.

"La imatge tecnològica"

Es va realitzar a l'IES "Manuel de Cabanyes" de Vilanova i la Geltrú en Barcelona, i ha estat coordinada per *Josep Bertran Guasp*. Experiència destinada a adolescents de 4r d'ESO, treballa amb l'enquadrament, la il·luminació i la mesura d'exposició per arribar als tipus de plans, moviments de la camera, ... per finalment produir un anunci televisiu o un reportatge sobre el barri. L'objectiu era aprendre a captar imatges, i comprendre el procés de narració amb imatges.

"La màgia de les imatges en moviment"

Realitzada en el Centre "Institució Montserrat SCCL" de Barcelona i coordinada per *Niko Torres*. Està destinada a l'etapa de l'ESO i es desenvolupa amb una introducció a la noció d'animació i història, classes d'animació i creació d'una producció pròpia. L'objectiu es centra en conèixer el món de les imatges en moviment, ser crítics amb el llenguatge audiovisual, aprendre a diferenciar realitat o ficció i conèixer tots els aspectes tècnics propis del mitjà del vídeo.

"Entre la càmera i l'ordinador: un telenotícies"

Experiència portada a terme per el CEIP "L'Aulet", i coordinada per *Pilar de Bolós*. Està destinada a nens i nenes de cicle Superior de Primària i consisteix en fer un reportatge en vídeo d'una sortida escolar, realitzat en format de telenotícies. L'objectiu és apropar el mitjà audiovisual als nens.

"Ploma daurada: edició audiovisual amb ordinador"

Realitzada en el CEIP "Terres de Ponent" de Lleida, ha estat coordinada per *Josep Maria Seró*. Experiència destinada a nens i nenes de cicle mitjà de Primària, es proposa treballar una producció multimèdia en format vídeo i realitzada bàsicament amb ordinador amb programes d'edició digital i programes de registre d'àudio digital. L'objectiu es centra en el treball cooperatiu i en la introducció del llenguatge propi dels mitjans de comunicació dut a la pràctica de la realització del vídeo.

"Vídeo i informàtica"

És una experiència realitzada en el CEIP "Terres de Ponent" de Lleida, i l'ha coordinada en *Josep Maria Seró*. En aquesta experiència destinada a nens i nenes de Cicle Superior de Primària, s'ha dut a terme una animació amb

ordinador que mostra uns clips de curta durada. L'objectiu és relacionar-se amb el mitjà i fomentar la capacitat creativa de l'alumnat.

"Taller de reportatge"

Experiència portada a terme pel "Centre Cultural de Bellvige" en L'Hospitalet de Llobregat, i coordinat per *Enric Mestres*. Està dedicada a la població en general major de divuit anys. Consisteix en endinsar-se en el món del fotoperiodisme, i realitzar un reportatge fotogràfic propi. L'objectiu es fixar-se en els treballs més recents de destacats reporters i aprendre les tècniques bàsiques i els materials adients per utilitzar en cada situació.

INTERNET

"Formació en Noves Tecnologies"

És una experiència que es realitza al IES "Pius Font i Quer" en Manresa. Aquest projecte es una oferta de formació del Pla Estratègic per a la Societat de la Informació a Manresa, "Manresa en xarxa", i es tracte d'un programa de formació en informàtica bàsica i iniciació a Internet, adreçat prioritàriament als pares i mares dels CEIP i IES de Manresa, organitzat per l'Ajuntament de Manresa amb la col·laboració de les Associacions de Pares i Mares de les escoles públiques de Manresa. Participen els IES "Guillem Catò", IES "Lluís de Peguera", IES "Pius Font i Quer", IES "Lacetània", CEIP "Bages", CEIP "Flama", CEIP "La Font", CEIP "Pare Algué", CEIP "Pare Ignasi Puig", CEIP "Puilberenguer", CEIP "Renaixença", CEIP "Sant Ignasi", CEIP "Serra i Hunter".

"La Galeria d'Imatges"

Coordinada per *Jaume Serra* i *Ferran Mas* del IES "Pius Font i Quer" de Manresa. Forma part de la Setmana Telemàtica que organitza anualment el Centre. Aquesta experiència es va dur a terme el curs 2000-2001. La proposta consisteix en realitzar un recull de fotografies de la història de Manresa i de la comarca. L'objectiu consisteix en potenciar l'ús Internet com a mitjà de comunicació.

"Intranet-extranet a l'escola: una nova forma de comunicació"

S'ha portat a terme al IES "Bonavista" de Tarragona, i ha estat coordinada per *Jordi Fortuny Guinart*. Experiència destinada a la comunitat educativa del Centre (professors, direcció i secretaria), alumnes i pares. La Intranet del IES "Bonavista" és un exemple de comunicació entre el personal del Centre, els alumnes i entre alumnes i els pares. L'objectiu és treballar en les limitacions d'espai i del temps, i recollir informació i comunicar-se.

"La paret de les auques"

Impulsada per *Joan Vilamala* i *Jordi Fons* del IES "Pius Font i Quer" de Manresa, forma part de la Setmana telemàtica que organitza anualment el Centre. Aquesta experiència es va dur a terme el curs 1999-2000. La proposta va fomentar entre altres procediments, la recerca d'informació en la xarxa, la creació de webs i la utilització de videoconferències. Els objectius són mostrar les possibilitats que ofereixen les TIC.

"Producción multimedia: creación de un CD en la escuela"

Realitzada en el CEIP "Joan Ardèvol" de Cambrils. Tarragona, i coordinada per *Enric Masdeu Claraco*. Experiència destinada a nens i nenes de Primària, elabora un recull d'imatges de la vida escolar dels nens i nenes que deixen l'escola. L'objectiu, fomentar la recerca d'informació i digitalització d'imatges.

"Projecte Bumerang. Un passeig per l'Alt Penedès"

És un projecte telemàtic d'intercanvi d'informació sobre els municipis de l'Alt Penedès que es desenvolupa a partir de les aportacions dels grups d'alumnes dels Centres de Ensenyament de Primària de la comarca. Coordina l'experiència el Grup de telemàtica educativa de l'Alt Penedès. Experiència destinada a nens i nenes de cicle mitjà de Primària de la comarca del Alt Penedès. El treball consisteix en posar a disposició dels alumnes una web en el que l'animador serà Anangu, un aborigen australià encarregat de posar en contacte als diferents grups de nens i nenes per tal de que l'ajudin a conèixer com és en l'actualitat el territori. L'objectiu és fomentar un entorn de cooperació entre alumnes.

"El racó d'en Flec"

És una experiència realitzada en el CEIP "Enric Grau Fontseré" de Flix. Tarragona. Ha estat coordinada per *Joan Ramon Ferrús*. Experiència destinada a nens i nenes de cicle superior de Primària. El racó d'en Flec, pretén ser un espai virtual a on l'alumnat pot trobar diverses activitats en les que s'obliga a utilitzar el correu electrònic. L'objectiu és acostumar als nens i nenes a l'utilització de les noves tecnologies amb el correu electrònic com a element motivador.

"El texto narrativo en el ciclo medio, un trabajo motivador para la lectura y la escritura en la escuela"

És una experiència portada a terme per onze escoles de la comarca de l'Alt Penedès assitents al SATI Alt Penedès II. L'experiència s'ha dut a terme amb alumnes de cicle mitjà i cicle superior de Primària. És proposa elaborar un conte, i finalment s'han creat dues pàgines web, una del conte i una altra dels alumnes participants que s'han integrat en el web col·lectiu. L'objectiu ha sigut el de treballar el text narratiu i el treball cooperatiu.

"Clica TV"

És un projecte pilot, fomentat per la Generalitat de Catalunya, per facilitar l'accés a les noves tecnologies de la informació i la comunicació a la gent gran. Consisteix en utilitzar el receptor de televisió i la línia telefònica, amb un descodificador adient com a terminal d'accés a Internet.

"Informàtica"

És una experiència portada a terme per La Fundació "La Caixa" inclosa en el programa de "Centro Caixa" de Madrid. Es tracta de cursos per a la tercera edat d'informàtica, de navegació per Internet i tallers d'edició de publicacions i fotografia. L'objectiu es aprendre en el temps d'oci, seguir un programa d'integració i participació en la societat, i facilitar la relació intergeneracional.

"Punts Òmnia"

Són espais promociats per la Generalitat de Catalunya equipats amb els últims avenços en tecnologia informàtica. La seva finalitat és apropar les noves tecnologies de la informació i la comunicació a la població a la gent gran.

"Telemàtica per a gent gran jove"

És una experiència portada a terme per l'Ajuntament de Callús, en el Bagés, i està dedicada a majors de 50 anys. L'objectiu es apropar l'ordinador com a eina d'habitualitat diària en els afers de les persones, i seguir estan integrat amb la participació en la societat.

PREMSA

"La paret de les auques"

És una experiència portada a terme per l'IES "Pius Font i Quer" de Manresa, i coordinada per Joan Vilamala. Experiència dedicada a alumnes de Primària i Secundària, consisteix en crear auques sobre autors de la literatura catalana i que fan menció a la seva vida. Aquestes auques formen part de l'espai d'Internet del centre. L'objectiu és acostumar a l'alumnat a que utilitzi el mitjà d'Internet i els formats digitals.

"El algarrobo"

És un diari escolar que es realitza al C.P. "San Félix" en Cartagena. Experiència dedicada a tota la comunitat escolar de Infantil, Primària i Secundària. L'objectiu és apropar l'escola a la vida quotidiana, familiaritzar-se amb el mitjà escrit de la premsa, i apropar-se a la cultura popular entre altres.

"La muela habladora"

És una experiència portada a terme en el C.P. "Gandhi" de Màlaga, i dedicada a tota la comunitat escolar, tant Infantil, Primària com Secundària. Portar a terme un diari escolar és una tasca enriquidora per familiaritzar-se en el mitjà de

premsa. L'objectiu és fomentar el treball col·laboratiu de tota la comunitat escolar, i exaltar les idees, autoestima, i creativitat dels nois i noies.

"L'Oreneta Digital"

És una experiència de premsa digital portada a terme en l'Escola Cooperativa "El Puig" en Esparraguera. Experiència dedicada a tota la comunitat escolar tant Infantil, Primària com Secundària. El projecte realitza un recorregut per les activitats de l'escola. L'objectiu és apropar el mitjà a l'alumnat i apropar-los a la cultura de l'escola. El diari es realitza cada any per un curs diferent de l'escola.

"Taller de Periodisme"

És una experiència portada a terme pel "Centre Cultural Santa Eulàlia" de L'Hospitalet de Llobregat, i coordinada per *Luís Fernández Zaurín*. Experiència dedicada a la població major del divuit anys que vulgui aproximar-se a la professió, consisteix en proporcionar una base teòrica i pràctica del mitjà periodístic. L'objectiu és potenciar l'eficàcia i la qualitat del treball de totes aquelles persones que participen activament a la cultura del barri, i d'aquelles que també tinguin relació amb els mitjans de difusió de les entitats.

PUBLICITAT

"Análisis de la publicidad"

És una experiència realitzada en l'IES "Antonio Gala" de Madrid, i coordinada per *Carmen Fernández Bastterreche*. Experiència destinada a nois i noies de Secundària, que els implica a analitzar la publicitat televisiva en la vessant de estratègies, models comunicatius, sistemes de persuasió, etc. L'objectiu fonamental de l'experiència és aconseguir reflexionar en aquesta matèria per tal de ser crítics amb els valors que la publicitat transmet en el mitjà televisiu.

"Campanya publicitària pera a la prevenció de la drogaaddicció"

És una experiència portada a terme en l'IES "Manuel de Montsuar" de Lleida, coordinada per *Francesc Alamón* i destinada a adolescents de Secundària. S'ha elaborat una campanya publicitària a l'estil de les que s'emeten per televisió. L'objectiu és que els nois i noies prenguin consciència de la doble cara de la publicitat.

"Doblatge d'espots publicitaris: un projecte atractiu per la classe de francès"

Experiència realitzada en l'IES "Torre Vicens" de Lleida ha estat coordinada per *Ramona Pont* i destinada a alumnes de Secundària. L'experiència consisteix en utilitzar espots publicitaris de TV3 i TVE per fer doblatges i adaptacions que parteixen de la creativitat dels alumnes. L'objectiu va ser el treball sobre la llengua centrant-se en l'adquisició de vocabulari i estructures, tant com en el perfeccionament de la pronúncia i entonació.

"Fem una campanya publicitària d'un producte"

És una experiència portada a terme per l'IES "Proa" de Barcelona, i coordinada per *Begonya Samit Cid*. Experiència dedicada a Secundària, consisteix en relacionar el tema de la publicitat com a pràctica comercial i la publicitat com a pràctica cultural mitjançant taules rodones i col·loquis, per posteriorment realitzar una campanya publicitària d'un producte que no sigui de primera necessitat. L'objectiu és promoure un sentit crític vers els valors que transmet la publicitat i identificar quins valors es desenvolupen en l'àmbit cultural. També prendre consciència de la realitat i la ficció publicitària.

"Publicidad"

És una experiència portada a terme per l'IES "Clara Campoamor" de Madrid, i coordinada per *Nemesia Legaz, Margarita Ramírez, i Arturo Domerco*. Destinada a nois i noies de Batxillerat, consisteix bàsicament en fer publicitat. L'objectiu és aprendre a defensar-se de determinats missatges, i conèixer els seus mecanismes.

"Els anuncis de la tele (vídeo digital)"

És una experiència portada a terme a l'Escola "Magòria" de Barcelona i coordinada per *Sergi Gómez*. Destinada a alumnes de Primària analitza els anuncis que surten per la televisió i es van realitzar dos anuncis, un sobre un producte i un altra sobre un servei. Els objectius principalment van ser els següents, el ser crític amb els missatges publicitaris, aprendre a relacionar-se amb el mitjà i cooperar en el treball en grup.

RÀDIO

"Badaciència"

És un programa ja consolidat en l'IES "Isaac Albéniz" de Badalona, coordinat per *Josep Maria Fernández Novell, i Carme Zaragoza Doménech*. Destinada a alumnes de Secundària, els nois i noies aprenen a afrontar-se a sí mateixos, a perdre la por a parlar en públic, a dir les seves opinions i a valorar-se com a persones alhora de aprofundir en el tema de la Ciència.

"Ràdio Escola Sedeta: Escola Pública de Ràdio"

És una activitat extraescolar dins el programa de l'Institut E.S La Sedeta de Barcelona, coordinada per *Txell Ampurdanès*. Experiència dedicada a adolescents, es pretén formar-los en els aspectes propis del mitjà, tant com de documentació, guions, producció, formats, locució,...Per tant, la millor manera és la participació directa dels alumnes. L'objectiu és la formació dels adolescents en els aspectes tècnics i de comunicació necessaris per a fer-la possible.

"Informati"

És el nom del programa de ràdio que es realitza al CEIP "Sant Martí" d'Arenys de Munt, i que coordina *Lluís Llovet* i *Laura Gutiérrez*. Experiència, destinada a l'etapa d'Infantil i Primària, pretén donar a conèixer als nens i nenes les activitats culturals que es fan en el poble i que van adreçades al públic infantil. L'objectiu és el de facilitar la intercomunicació entre la comunitat escolar i el de conèixer com funciona una emissora de ràdio.

"El Llano"

És una experiència en la que el mitjà de la ràdio es l'eina d'aprenentatge. Realitzada per el C.P. "El Llano" en Monesterio, Badajoz, i coordinada per *Miguel Muñoz*, i en col·laboració amb l'IES "Maestro Juan Calero" de la mateixa localitat. Estableix vies de participació i orientació als pares i mares. Experiència destinada a tota la comunitat educativa fa particip a alumnes de les etapes escolars de Primària i Secundària. L'Objectiu és conèixer la cultura de l'escola i de la comunitat a on viuen, i apropar el mitjà de comunicació de la ràdio als alumnes.

"Ràdio Escolar"

És una experiència portada a terme en el Col·legi Públic "Verge del Remei" de Castelló de Rugat. L'emissió ha estat sempre en funció de dates significatives com, Nadal, el dia de la Pau, el dia de l'Arbre o el dia de la Dona. D'aquesta manera, cada aula treballava aquests temes per després produir-los a la ràdio. Un dels objectius va ser fomentar l'activitat a les aules, a part de perdre la por a parlar en públic i augmentar en autoestima.

"Ràdio Pupitre"

És una experiència portada a terme en el Col·legi "San Pedro Apóstol" en Granja de Rocamora d'Alacant, i coordinada per *Antonio Navarro Martínez*. És tracte d'una experiència d'emissió diària que relaten els treballs realitzats per els alumnes de la escola.

"Ràpia"

Emissora escolar del CEIP "Sant Domènec" de La Ràpita - Sta. Margarida i els Monjos, coordinada per *Lourdes Alguero*, *Roser Muñoz*, *Olga Roig* i *Roderic Villalba*. Experiència destinada a l'etapa Infantil i Primària que es proposa facilitar la comunicació i intercanviar informacions entre la comunitat educativa.

"Fem ràdio"

És una experiència que promoció La Fundació "La Caixa", i que està inclosa en la programació de "Taller de ràdio" que es porta a terme a Barcelona. Experiència coordinada per *Elisabeth Benjumea* i *Rosique*, i *Jordi Baroja* i *Benlliure*, està destinada a gent gran. S'elabora un programa de ràdio entre tots els participants al taller. L'objectiu és apropar a la gent gran a un nou espai de comunicació.

"La programació en ràdio"

És una experiència portada a terme per la Universitat de Barcelona incorporada en la seva programació "Aules Universitàries per a la Gent Gran". Experiència realitzada per *Antoni Bassas Onieva*, consisteix en transmetre informació i coneixement mitjançant conferències. L'Objectiu és atansar el món actual del mitjans a la gent gran.

TELEVISIÓ

"Emissió en directe d'un programa de televisió"

Realitzat l'IES "Pla de l'Estany" de Banyoles, i coordinat per *Víctor Puig*, és una experiència dedicada als nois i noies de Secundària que consisteix en elaborar i produir un programa de televisió i emetre'l en directe. L'objectiu s'enfoca en ensenyar a l'alumnat la tècnica d'aquests mitjà i promoure i estimular el treball en grup.

"La televisió a l'aula"

Realitzada a l'IES "Banús" de Cerdanyola del Vallès de Barcelona, i coordinada per *Sara Reñé Cabezas*. És una experiència destinada a adolescents de 3r d'ESO, on a partir de la seva consciència de consumidor s'estudia la televisió (programes, continguts,...) i s'enregistra un minireportatge. L'objectiu de crèdit va ésser facilitar un coneixement global del mitjà i iniciar-los a una lectura més crítica dels missatges.

"Massa tele!"

Es va portar a terme al CEIP "Terres de Ponent" i ha estat coordinat per Josep M. Seró. Experiència dedicada a nens i nenes de Educació Primària del Cicle Superior, ha consistit en aprendre a narrar una història utilitzant el multimèdia. L'objectiu ha sigut treballar els valors i desenvolupar actituds positives en els nois i noies vers els altres valors anomenats contravalors.

"Projecte televisió: De casa a l'Escola"

Realitzada al CEIP "Francesc Burnio" d'Argentona, és una experiència compartida entre l'escola i les famílies per aprendre a veure la televisió. Ha estat coordinat per *Carme Ribes*. L'experiència ha estat destinada a nens i nenes de cicle inicial i mitjà de Primària. En l'àmbit familiar es fan algunes propostes per potenciar un ús més crític del mitjà, i en l'àmbit de l'escola els objectius són reflexionar sobre la publicitat televisiva i analitzar quins conflictes es plantegen en els programes

"Taller d'audiovisuals"

És una experiència portada a terme en el CEIP "Montseny" de Breda en Girona, i coordinada per *Joaquim Marañón Arjona*. Es tracte d'un taller d'audiovisual que es fa una tarda per setmana i en el que passen els alumnes d'Educació Infantil. Per aquesta experiència es compte amb l'ajut de mares i pares, la

mestra d'educació extraescolar i la mestra de reforç. Es realitzen diferents activitats amb l'objectiu de jugar amb el circuit tancat de TV a on cada nen fa el seu programa preferit, mentre els altres fan d'espectador. L'objectiu principal és el d'aprendre a escoltar i diferenciar entre realitat i ficció.

"Detrás de la cámara"

És una experiència en educació audiovisual realitzada per "La Casa Larrotxene" de Donostia, i coordinada per *Isabel Alba*. Experiència destinada a nens i nenes entre sis i dotze anys i adolescents entre tretze i setze anys d'edat. El projecte consisteix en introduir la lectura de les imatges tant en el seu procés creatiu com en el tècnic. L'objectiu és ensenyar a pensar a partir de la imatge, capacitant-los per a ser crítics amb els continguts que transmeten la televisió i el cinema.

"La programació en televisió"

És una experiència portada a terme per la Universitat de Barcelona, dins de la programació "Aules Universitàries per a la Gent Gran", i realitzada per *Antoni Bassas Onieva*. Experiència dedicada a persones de la tercera edat, consisteix en transmetre informació i coneixement mitjançant conferències, a on professionals de la informació s'encarreguen d'atansar el món actual a la gent gran.

"La televisión"

Tracta d'un programa d'alfabetització audiovisual destinat a l'Educació d'adults. Coordinat per *Antton Alfaro, Joxemi Correa, Isabel Fernández, Jon Moñux, Enrique Riaño i Elena Sarasa* es porta a terme a "La Casa Larrotxene" en Donostia. L'experiència és un mòdul que s'organitza per analitzar el mitjà de la televisió i s'encamina a les persones a la realització d'una producció en vídeo.

"Tallers de televisió de Clot RTV – Sant Martí"

És una experiència portada a terme per "L'Associació d'Amics de la Ràdio i la TV del Clot – Camp de l'Arpa" de Sant Martí en Barcelona, i ha estat coordinada per *Vanessa Ros*. Experiència dedicada a alumnes de 1r i 2n cicle d'ESO, Batxillerats i centres d'educació no reglada i escoles d'adults, que forma part dels tallers de comunicació i educació que es despleguen dins de l'oferta "Viu els mitjans: fem ràdio, fem tele". L'experiència amb la televisió consisteix en crear un reportatge audiovisual sobre una temàtica concreta. L'objectiu final és aconseguir el treball en equip i aprendre com funciona el mitjà. Amb el cas de la ràdio es pretén aconseguir que els alumnes aprenguessin a parlar darrera d'un micròfon. En el taller de ràdio, s'han desenvolupat dues activitats complementàries al taller de televisió, es tracten de les activitats de "Ficció" i de "Publicitat". Pel que fa a la ficció, es proposa als alumnes crear i gravar, de manera seqüencial, una petita història de ficció sense veu. Pel que fa a la publicitat, l'activitat pretén aconseguir que els alumnes es possessionin davant de temes propers a ells i el seu entorn, construint una campanya publicitària i no un spot publicitari.

3. WEBS, PORTALS, CENTRES DE RECURSOS I COMUNITATS VIRTUALS D'INTERÈS QUE APORTEN UNA ÀMPLIA DOCUMENTACIÓ ON-LINE SOBRE EL TEMA DE LA EDUCACIÓ PER LA COMUNICACIÓ.

Aire Comunicació

www.airecomun.com

Associació de educadors interessats en aprofundir en l'educació per la comunicació. Realitzen el seu treball en col·laboració amb professionals de diverses disciplines.

AITED.

www.aited.asso.fr/index-en.html

International Association of Education and Discovery Television Companies. Associació dedicada a l'anàlisi de la programació televisiva.

Aldea Global. Recursos NTIC y medios de comunicación

www.sauce.pntic.mec.es/~alglobal

Centre de Comunicació i Pedagogia que ofereix recursos educatius. És una comunitat virtual gestionada per l'Associació de Premsa Juvenil (APJ) i per un col·lectiu de professors, periodistes, i altres camps interdisciplinars relacionats amb la educació. Podem trobar tot el software educatiu disponible en el mercat, i revisar el números de la revista *Comunicación y Pedagogía*.

Aplicaciones didácticas

www.adigital.pntic.mec.es/~aramo

Centre d'Aplicacions Didàctiques del Ministerio de Educación. Es pot trobar tot tipus de material didàctic per l'aplicació immediata a l'aula. L'objectiu és ser una eina d'utilitat al professional docent. En l'àmbit de comunicació es pot trobar software educatiu interessant per la educació en la comunicació.

Apuma

www.arrakis.es/~apuma

Associació de Professors Usuaris dels Mitjans de Comunicació a l'aula.

Asociación de Televisión Educativa Iberoamerica (ATEI)

www.roble.pntic.me.es/atei

Associació per la cooperació i el foment de la producció i difusió de materials educatius.

Associació Catalana per a la Telemàtica Educativa (ACTE)

acte.pangea.org

Associació que pretén crear un punt de trobada per a mestres, alumnes i totes aquelles persones interessades en l'ús de la telemàtica com a eina d'educació. La seva finalitat és promoure l'aplicació pedagògica de les TIC a les primeres etapes educatives.

Associació Mundial de Ràdios Comunitaries (AMARC)

www.amarc.org

Entre altres objectius cal remarcar el seu interès per aplicar el mitjà de la ràdio com eina discursiva a l'escola.

Associació Tecnològica Educativa (ATE.net)

www.atenet.edu

Aprofita les noves tecnologies de la comunicació per facilitar l'aprenentatge. El seu accés és mitjançant un col·legi virtual. Els professors poden trobar serveis com recursos didàctics, formació, congressos, etc. També poden establir comunicació per compartir experiències.

Association Européenne pour l'éducation aux medias audiovisuels (AEEMA)

www.datanet.be/aeema

Associació que presenta als seus membres serveis adients a la professió de comunicació i educació.

Aulamedia

www.aulamedia.org

Revista electrònica que ofereix al professorat d'Educació Primària i Secundària Obligatòria i investigadors material didàctic, articles i reflexions sobre l'Educació en Comunicació. També trobem el projecte Educom (estudi sobre l'educació en Comunicació a Primària Secundària).

Biblioteca Virtual de Tecnologia

www.doe.d5.ub.es/te

En aquesta biblioteca podem trobar tots els articles publicats des de l'any 1988 fins a l'any 1998 relacionats amb la temàtica de tecnologia educativa. També es poden consultar revistes i altres documents d'interés educatiu.

Center for Educational Leadership and Technology (CELT)

www.celt.org

Potencia les iniciatives educatives relacionades amb les Noves Tecnologies de la Informació i la Comunicació (TIC), mitjançant estratègies i plans de implementació.

Center for Mass Communication Research (CMCR)

www.leicester.ac.uk/cmcr

Departament de la Facultat de Ciències Socials de la Universitat de Leicester del Regne Unit. Es tracta d'un centre de recerca i d'estudi en els mitjans de comunicació i l'ensenyament. L'objectiu és dotar al seu alumnat d'una bona formació en mitjans de comunicació i problemes socials contemporanis que presenten els mitjans.

Center for Media Education (CME)

www.cme.org

Treballa en la recerca en l'educació i els efectes que produeixen els mitjans de comunicació. Està destinat a tots aquells professionals preocupats per l'educació dels infants i joves en la comunicació.

Center for Media Literacy

www.medialit.org

Es dedica a l'educació des d'una perspectiva innovadora. Destaquen les seves aportacions en l'anàlisi dels continguts dels mitjans audiovisuals.

Centre de Recursos Pedagògics (CRP)

www.bcn.es/IMEB/crp

Dona suport a la tasca docent del professorat.

Centro de Estudios Audiovisuales (CEA)

www.unav.es/fcom/cea/index.htm

Desenvolupa el seu treball en les línies de televisió interactiva, globalització i diversitat cultural.

Centro de Estudios, Investigación y Capacitación para la Comunicación Social (CEICCOS)

www.ceiccocos.com.ar

Col·lectiu integrat per periodistes, comunicadors socials i docents que tenen l'objectiu d'assessorar a totes aquelles persones que realitzin recerca, vulguin metodologia o estiguin interessats en intercanviar opinions respecte la comunicació social en general.

AQUI

Centro Nacional de Información y Comunicación Educativa.

www.cnice.mecd.es/index.html

Organisme dependent del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport.

El cine en la escuela.

victorian.fortunecity.com/muses/116

Espai dedicat a potenciar el mitjà del cinema com a eina per la educació.

Cometa

www.cometatv.com

Coordinadora de Mitjans Educatius sobre Televisió en Aragó que fomenta la cooperació entre professors que treballen els mitjans a l'aula.

Comunicar

www.grupocomunicar.com

Col·lectiu andalús d'Educació i Mitjans de Comunicació que fomenta l'intercanvi d'opinions entre professors.

Comunidad Virtual de Tecnología Educativa

www.edutec.rediris.es

Web desenvolupada per l'Associació Edutec, ofereix recursos didàctics a professors interessats en aplicar les noves tecnologies de la informació i la comunicació a l'aula. També es un punt d'intercanvi d'experiències docents.

Conseil International des Médias Educatifs International Council for Educational Media (ICEM)

www.icem-cime.com

Centre que es dedica a la divulgació mitjançant conferències i cursos de l'ensenyament tant en Infantil, Primària i Secundària de l'educació en la comunicació.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC)

www.audiovisualcat.net

És l'autoritat de regulació dels serveis de comunicació audiovisual, competència de la Generalitat de Catalunya. EL **CAC** exerceix les seves funcions en l'àmbit de la comunicació audiovisual gestionada directament per la Generalitat o en règim de concessió o d'habilitació.

Drac Magic

www.web.kaos.es/drac/cat/default.htm

Cooperativa Promotora de Mitjans Audiovisuals.

Educàlia

www.educalia.org

Comunitat virtual que ofereix un espai de relació i col·laboració entre professional de la educació.

Educared

www.educared.net

Comunitat virtual que té com objectiu ampliar l'ús educatiu d'Internet.

Educaweb

www.educaweb.com

Portal i buscador molt consolidat sobre pedagogia en la xarxa. En el seus directoris podem trobar tota mena d'informació sobre formació, centres, recursos, ...

Edunexo

www.edunexo.coverlink.com

Portal educatiu amb enllaços d'interès sobre educació i comunicació. En el seu apartat multimedia, s'accedeix a programes educatius interactius. També ofereix un lloc com a comunitat virtual educativa, a on poder comunicar-se amb altres professionals de la educació i de la comunicació.

Eduotec

www.edutec.rediris.es

Comunitat Virtual de Tecnologia Educativa. El seu objectiu és formar una plataforma per potenciar el coneixement i l'ús de les TIC en l'àmbit educatiu. Útil per docents i per altres professionals del sector educomunicatiu.

Edutech

<http://agora.unige.ch/tecfa/edutech/welcome-frame.html>

Investigació on-line sobre Educació i Noves Technologies TIC.

Eurydice

www.eurydice.org

Xarxa europea que vol afavorir experiències i informació a professionals del món de l'educació i comunicació a Europa. Està integrada al Programa Sócrates.

Entrelínies

www.teleline.terra.es/personal/elinies

Xarxa d'Educació i Comunicació del País Valencià.

Espiral

www.ciberespiral.org

Col·lectiu que treballa material multimedia per la seva aplicació a l'aula.

European Educational Research Assotiation (EERA)

www.eera.ac.uk

Promou col·laboracions en recerques sobre educació i comunicació en tota Europa.

Fórum Mundial de la Televisión Infantil y del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil

www.oeti.org

Espai d'expressió sobre educació i comunicació que s'organitza anualment a Barcelona.

Heko

www.worldonline.es/hekokole

Col·lectiu del País Basc interessats per la incidència que tenen els mitjans de comunicació a la població.

Institut de la Comunicació (INCOM)

www.uab.es/incom

Institut de caràcter universitari (Universitat Autònoma de Barcelona) dedicat a l'estudi dels diversos aspectes de la comunicació. Els seus objectius principals són la recerca -bàsica i aplicada-, la formació especialitzada, la divulgació social de coneixements i la prestació de serveis avançats en comunicació

Institut Universitari de l'Audiovisual

www.iua.upf.es

Centre de Recerca de la Universitat Pompeu Fabra.

Institute of Communication Studies

www.leeds.ac.uk/ics/index.htm

L'Institut forma part d'un departament de la Universitat de Leeds, pionera en Anglaterra en recerca sobre mitjans de comunicació.

Just Think Foundation

www.justthink.org

Col·lectiu de professors i comunicadors que tenen com a objectiu educar en l'expressió i la comunicació en les Noves Tecnologies TIC.

Ma-vié

www.ull.es/publicaciones/tecinfedu/MAVIE.htm

Col·lectiu de Canàries interessats per la integració dels mitjans audiovisuals a l'escola.

Media awareness network Réseau éducation-médias

www.reseau-medias.ca

Centre Canadenc que ofereix suport pràctic per a l'educació de mitjans de comunicació a l'escola.

Mitjans

www.mitjans.pangea.org

Xarxa d'Educadors i Comunicadors de Catalunya.

Moviment Educatiu del Maresme (MEM)

www.xarxa.infomataro.net/mem

Organització interessada en la renovació pedagògica emplenant les Noves Tecnologies.

Nordic Information Centre for Media and Communication Research

www.nordicom.gu.se

Treballa en la línia de posar en contacte a la comunitat de investigadors interessats en el tema d'educació i comunicació.

Osservatorio sulla Comunicazione

www.3.unicatt.it/unicatt/seed/consultazione.mostra-pagina?-pagina=1560

Pertany a la "Università Cattolica del sacro cuore de Milán", i potencia l'activitat de recerca en imatges de la televisió i els seu missatges.

Pé de Imaxe

www.corevia.com/~pdi

Congrés de Pedagogia que es realitza anualment a Galícia.

Programa de Nuevas Tecnologías de la Información i la Comunicación (PNTIC)

www.cnice.mecd.es

Programa que depent del Ministeri i d'Educació i Cultura.

Radiotelevisión Española

www.rtve.es/tve/index.html

Conta amb dos canals d'emissió TVE 1 i la 2. La plataforma Vía Digital emiteix canals temàtics de TVE, i la 2 emiteix un espai de TV Educativa.

3i.Recursos educativos

www.3ieduca.com

És un grup de dinamització per l'ús d'Internet en el món educatiu. En aquesta finalitat tracta l'administració, la investigació, l'escola o l'educació familiar. Destaca sobre tot per la seva secció de recursos educatius en l'àmbit d'Internet.

Red Telemàtica Educativa de Andalucía

www.averroes.cec.junta-andalucia.es

Xarxa d'Educació i Comunicació d'Andalucia.

Santillana

www.santillana.es

Presenta diferents recursos educatius. En la seva secció de Indexnet "Actualidad en el aula", ofereix als professors i l'alumnat d'Educació Secundària Obligatòria (ESO) i de Batxillerat una nova manera de tractar les notícies de premsa convertint-les en material per treballar en l'aula.

Spectus

www.spectus.net

Col·lectiu d'Aragó i Catalunya que impulsen recerques en Mitjans i Educació.

Tecnología educativa

www.tecnologiaedu.us.es

Fomenta la informació sobre la tecnologia educativa i les noves tecnologies de la informació i de la comunicació. Ofereix recursos didàctic per als professionals i un servei de consulta per estudiants que cursin aquestes matèries.

Tecnologies de l'Information et de la Communication por l'Enseignement (EDUCNET)

www.educnet.net

Lloc dirigit a la comunitat educativa. Disposa d'informació, formació i material educatiu per portar a la pràctica unitats didàctiques sobre educació per la comunicació. Disposa d'informació sobre tecnologia per facilitar als educadors les infraestructures adequades per els seus plans de educació.

Teleduca

www.aulamedia.org/teleduca.htm

Interessats en l'educació dels infants i joves en una simbiosi entre educació i comunicació per tal de preparar persones pel futur que dominin les claus del llenguatge comunicatiu que ofereixen els mitjans.

Universitat Nacional d'Educació a Distància (UNED)

www.uned.es/ntedu

Actualment està preparant un Màster en Comunicació, Noves Tecnologies i Educació.

Xarxa Telemàtica Educativa de Catalunya

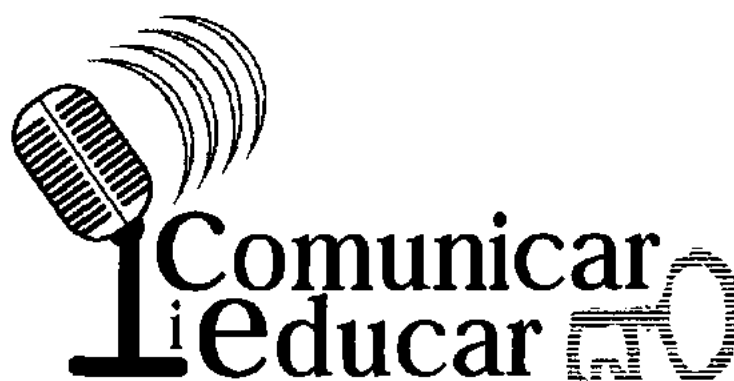
www.xtec.es

És una xarxa sobre Educació en l'àmbit català.

Xarxa Telemàtica Europea per a l'Educació (RTEE)

www.xtec.es/rtee/index.htm

Té com objectiu establir una xarxa telemàtica europea per el desenvolupament de projectes educomunicatius. Es desenvolupa en el marc del Programa Sócrates de la Unió Europea.



III JORNADES TÈCNIQUES
DEL PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
5, 6 i 7 de novembre de 2002

PROGRAMA FINAL

DOCUMENT DE CONTINGUTS

PROGRAMA FINAL

Dimarts 5 de novembre

16.30 h Lliurament de la documentació

Auditori

17.30 h Inauguració de les III Jornades, parlaments institucionals

Joan Clos, alcalde de Barcelona

Marina Subirats, regidora presidenta de la Comissió d'Educació i Cultura

Joan García, FAVB, membre del Consell Directiu del PEC

Montse Paco, vicepresidenta de la FAPAC Barcelona, membre del Consell Directiu del PEC

Montserrat Minobis, degana del Col·legi de Periodistes de Catalunya

18.00 h Conferència inaugural

L'educació en mitjans de comunicació: nous aprenentatges per a l'era de l'electrònica

David Buckingham, director del Centre for the Study of Children, Youth and Media de Londres

Dimecres 6 de novembre

8.15 h Lliurament de la documentació

Auditori

8.45 h Presentació de les III Jornades i de les activitats paral·leles

Manel Vila, director de Serveis Educatius de l'IMEB i del Projecte Educatiu de Ciutat

Sessions plenàries

9.00 h Sessió plenària 1: **Com fixen l'agenda els mitjans de comunicació? Política educativa dels mitjans de comunicació**

Arcadi Espada, periodista d'*El País*

Jordi Sanchez, sociòleg, director de la Fundació Jaume Bofill

Marisol Soto, periodista, directora de *Gran Angular*, de TVE2

Josep Playà, periodista, especialista en educació de *La Vanguardia*

Presenta i modera: **Alicia Moure**, directora de l'IES Pablo Ruiz Picasso

10.40 h Pausa cafè

11.00 h Sessió plenària 2: **Educar en mitjans. Ús dels mitjans de comunicació**

Joan Ferrés, professor de Periodisme i Comunicació Audiovisual a la UPF

Salvador Cardús, professor de Sociologia a la UAB i periodista

Margarita Rivière, periodista i escriptora

Presenta i modera: **Lluís Filella**, mestre de la Federació d'Ensenyament de CCOO

12.30 h Sessió plenària 3: **L'educació i les tecnologies de la informació i la comunicació**

Vicent Partal, periodista, director de Vilaweb

M. Isabel Díaz de la Isla, investigadora de l'Institut de Recerca de la UOC, IN3

Oleguer Sarsanedas, responsable del Canal Fòrum 2004

Presenta i modera: **Ignasi Almirall**, director de l'IES Miquel Tarradell

14.00 h Descans

16.00 h Sessió plenària 4: **Formar, educar i entretenir**

Sebastià Serrano, catedràtic de Lingüística a la UB

Valentí Gómez, president de l'OETI, professor a la Universitat Roma III

Presenta i modera: **Miquel de Moragas**, catedràtic de la UAB i director de l'INCOM

17.30 h Taules de debat simultànies

Sala CIC 2

Taula 1: **Educació en valors als mitjans de comunicació: gènere i violència**

Elvira Altés, presidenta de l'Associació de Dones Periodistes de Catalunya

Ana Agirre, responsable de Formació d'Emakunde, Institut Basc de la Dona

Marta Selva, presidenta de Drac Màgic

Pilar Medina, psicòloga, professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la URL

Sala Sud 9-10

Taula 2: **Com interpretar els mitjans, aprendre a comunicar**

Núria García, professora de Comunicació Audiovisual i Publicitat a la UAB

Montserrat Molx, doctora en Pedagogia per la UB

Francesc-Josep Deó, coordinador d'AulaMèdia

Carme Ribes, professora de primària al col·legi Sant Martí

Milagros Pérez, periodista, redactora en cap d'*El País*

Sala Sud 11-12

Taula 3: La influència dels mitjans de comunicació audiovisuals en el públic infantil i juvenil

Joan Botella, professor de Ciències Polítiques a la UAB i conseller del CAC

Ramon Breu, professor de secundària de l'escola Solc

Magdalena Albero, professora de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB

Xavier Romero, responsable de continguts del K3

Jordi Casabella, periodista, especialista en educació d'*El Periódico*

19.30 h Presentació: Les dones en les migracions

Anna Solà de Drac Màgic i **Fatima Ahmed** de l'Associació Sociocultural IBN Batuta.

Materials didàctics produïts per l'Institut d'Educació i el CIR, Centre Municipal d'Informació i Recursos per a les Dones de l'Ajuntament de Barcelona i elaborats per l'equip pedagògic de Drac Màgic, amb la col·laboració d'Entitats del Consell Municipal d'Immigració.

Dijous 7 de novembre

9.00 h Presentació dels tres grups de treball paral·lels

Carme Mayugo, Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors

9.15 h Grups d'experiències paral·lels: presentació d'experiències i projectes

Coordinació: Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors

Sala CIC 2

Grup 1: Educació en mitjans de comunicació

9.15 h La mediateca. Innovació i renovació pedagògica. Presenta: **Eulàlia París**

9.35 h Treballar el diari amb alumnes sords/es al cicle inicial. Presenta: **Ester Molins**

9.55 h Comunitats d'aprenentatge: informació per a tothom. Presenta: **Carlos Lázaro**

10.15 h Informa't i tria! Presenten: **Ramon Fitó**

10.45 h Pausa cafè

11.15 h Projecte educatiu de TAC. Presenta: **Ignasi Bofarull**

11.35 h Com es fa i es desfà la informació. Presenten: **Pedro Gómez**

11.55 h Info-k. Presenta: **Núria Soler**

12.15 h Catalogació d'elements formals i recursos televisius. Presenta: **Miriam Viaplana**

12.35 h Dona connecta't. Presenta: **Merche Alvira**

Debat

Sala Sud 9-10

Grup 2: *La producció mediàtica amb una funció educativa*

9.15 h Som periodistes! Presenta: **Cristina Carré**

9.35 h Ràdio Drassanes. Presenta: **Anna Pérez**

9.55 h Ràdio Carmel. Presenta: **Jordi Noya**

10.15 h A navegar! Presenta: **Albert Huerta**

10.45 h **Pausa cafè**

11.15 h Revistes escolars CRP Sabadell. Presenta: **CRP Vallès Occidental 1 (Sabadell)**

11.35 h Hola nenes! Presenta: **Dolors Abelló**

11.55 h El nostre barri. Presenta: **Antonio Leganés**

12.15 h El Periódico a l'escola. Presenta: **Núria Homs**

Debat

Sala Sud 11-12

Grup 3: *El treball en valors a través dels mitjans de comunicació*

9.15 h Estereotips i biaixos sexistes a la publicitat. Presenta: **M. Àngels Marín**

9.35 h Butlletí electrònic del Zoo de Barcelona. Presenten: **Oriol Amorós**

9.55 h ¡Los Bonpas se divierten! Presenta: **Pilar Moros**

10.15 h Apropa't al Senegal! Apropem-nos als campaments de Refugiats Sahrauis. Presenta: **Vanesa Ros**

10.45 h **Pausa cafè**

11.15 h Barcelona, mosaic de cultures. Presenta: **Enric Miró**

11.35 h Global Express, l'actualitat a l'aula. Presenta: **Joan Pérez**

11.55 h Infància, violència i televisió. Presenta: **Sílvia Morón**

12.15 h Pareko: hacia una escuela coeducadora. Presenta: **Ana Agirre**

Debat

13.15 h **Descans**

Auditori

15.00 h Sessió plenària 5: **Presentació de les conclusions de les Jornades**

Antoni Reig, professor de la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB

15.45 h Sessió plenària 6: **Presentació del Pla de Treball del PEC 2002-03**

Marina Subirats, regidora presidenta de la Comissió d'Educació i Cultura

16.30 h Conferència de cloenda:

Societat de la informació: educació i participació democràtica

Joan Majó, assessor de la Comissió Europea

Presenta i modera: **Vladimir de Semir**, regidor ponent de Ciutat del Coneixement

17.30 h Cloenda

Marina Subirats, regidora presidenta de la Comissió d'Educació i Cultura

Document de continguts

Ja durant la dècada de 1980, la Unesco, davant l'evidència que en alguns països els nens i les nenes passaven més temps davant la televisió que a l'escola, aconsellava no subestimar el paper dels mitjans de comunicació en el procés de desenvolupament, ni tampoc la seva funció en la participació dels ciutadans i ciutadanes en la societat.

Els sistemes polítics i educatius, deia, han de promoure una comprensió crítica dels fenòmens comunicatius entre la ciutadania. L'escola, la família i la societat en general comparteixen la responsabilitat de preparar els joves i les joves per viure en un món dominat per les imatges, les paraules i els sons; i per poder desxifrar aquests tres sistemes simbòlics en la seva totalitat és necessari un nou enfocament de les prioritats educatives, que alhora pot afavorir una visió integrada de l'ensenyament del llenguatge i la comunicació.

Recomanava aleshores organitzar i donar suport a programes integrats d'educació relativa als mitjans de comunicació des del nivell preescolar fins a l'universitari i la formació d'adults, per tal de desenvolupar coneixements, tècniques i actituds que permetin afavorir la creació d'una consciència crítica i d'una competència més gran entre els usuaris i les usuàries dels mitjans de comunicació electrònics i impresos. Aquests programes han d'incloure des de l'anàlisi de continguts dels mitjans fins a l'ús d'eines d'expressió creadora, sense oblidar l'ús dels canals de comunicació disponibles des de la participació activa.

Les jornades **Comunicar i educar**, organitzades per l'Oficina del Projecte Educatiu de Ciutat de Barcelona, amb el suport del Col·legi de Periodistes de Catalunya, l'INCOM Institut de la Comunicació, Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors, el CAC Consell de l'Audiovisual de Catalunya i la Facultat de Ciències de la Comunicació de la UAB, que es realitzaran els dies 5, 6 i 7 de novembre, tenen com a objectiu analitzar quins programes educatius s'estan duent a terme en matèria de comunicació i fins a quin punt s'han assolit les recomanacions de la Unesco o si continuen sent una assignatura pendent.

El debat s'hauria de centrar a partir de dos premisses:

- 1.- L'educació constitueix un dels instruments més importants utilitzats per qualsevol societat per transmetre el model de comunitat que es vol i que es defensa, tal com es contempla en el Projecte Educatiu de Ciutat.
- 2.- Els mitjans de comunicació, des de la premsa escrita, la ràdio i la televisió fins a les noves tecnologies d'informació, exerceixen una gran influència com a transmissors de valors en tots els àmbits i nivells de la societat, la qual cosa implica que estiguin sotmesos a constants pressions a fi de controlar-los.

Avui dia la importància social dels mitjans de comunicació és tan gran que es fa necessari entendre el seu funcionament per comprendre el món, i l'analfabetisme mediàtic és una font de desigualtats futures. Malgrat això i l'augment del seu consum, el currículum escolar gairebé no els integra. Mentre el repte continua sent proposar activitats didàctiques per a la producció de mitjans i l'anàlisi crítica dels missatges, ara per ara la realitat de les aules evidencia que els instruments que la legislació educativa estableix per abordar els mitjans no són suficients ni prou eficaços.

Per tant, la intenció de les jornades és fer una diagnosi de la realitat educativa en matèria de comunicació i provar de donar resposta a alguns interrogants bàsics en referència a aquest tema.

⇒ **És present l'educació en els mitjans de comunicació: quan, com i per què?**

Anàlisi de la política educativa dels mitjans de comunicació: programes educatius a la ràdio i la televisió, debats i notícies sobre educació, programes de ficció al voltant de l'educació, monogràfics o especials sobre educació als *mass-media*, etc. Relació entre el suport que reben els programes educatius i la presència dels mitjans de comunicació en l'educació formal i no formal.

⇒ **Quina influència tenen els mitjans de comunicació en la transmissió dels valors educatius a la ciutadania?**

És necessari analitzar quins són els discursos dominants transmesos pels mitjans de comunicació respecte als valors educatius de les societats democràtiques (violència, qüestions del gènere, prosocialitat, convivència intercultural o diversitat). Però també cal debatre els valors educatius que rep el ciutadà al llarg de la seva formació i si aquests són els que calen en una societat democràtica. Hi ha diferència entre els valors transmesos per l'escola i els transmesos pels mitjans de comunicació? Quins valors haurien de transmetre els *media*? En aquest aspecte es pot fer una especial atenció al paper de les televisions públiques i reflexionar sobre les seves funcions com a servei públic i sobre la seva influència. Relació entre valors, formació i mitjans de comunicació.

⇒ **Quines experiències educatives tenim a l'abast en matèria de mitjans de comunicació? I què vol dir educar en comunicació?**

D'una banda, mostrar aquelles experiències que s'estiguin duent a terme en aquesta matèria a casa nostra i veure altres models educatius sobre aquesta matèria que s'estiguin desenvolupant en altres països.

D'altra banda, analitzar quina ha de ser l'educació en mitjans de comunicació, que sovint es confon amb educació amb mitjans de comunicació. Conèixer els mitjans de comunicació suposa portar a terme propostes d'ensenyament-aprenentatge plantejant els mitjans com a objecte d'estudi. Aquestes propostes han de perseguir un doble objectiu:

- ◆ aprendre a comunicar: adquirint coneixements tant de les tecnologies com dels llenguatges utilitzats, ja sigui l'escrit, l'oral o l'audiovisual, o les seves combinacions, i poder així abordar la producció.
- ◆ aprendre a interpretar la comunicació: podrem conèixer els efectes en la recepció dels missatges, a través de l'anàlisi crítica dels continguts i també de l'anàlisi formal de la imatge i el so.

A aquest nivell d'aprenentatge es refereix la Unesco quan parla de «desenvolupar coneixements, tècniques i actituds que permetin afavorir la creació d'una consciència crítica i d'una competència més gran entre els usuaris i les usuàries dels mitjans de comunicació» i d'«englobar des de l'anàlisi de continguts dels mitjans fins a l'ús d'eines d'expressió creadora, sense oblidar l'ús dels canals de comunicació disponibles des de la participació activa». Només coneixent el procés comunicatiu en tota la seva magnitud podrem entendre realment els seus missatges, el tractament que en fan i la influència que tenen.

⇒ **Quin paper han de tenir les noves tecnologies (TIC) en l'educació?**

Educació en Comunicació i les TIC són avui termes inseparables: a Internet conflueixen textos elaborats amb diferents sistemes de símbols i suports —premsa, ràdio, audiovisuals, llibres, vídeos, etc.— i és a la xarxa on es posen de manifest algunes de les noves demandes de la societat que l'educació ha de respondre.

Segons el Plànol Estadístic de la Societat de la Informació de 2001, el 30 % de la societat catalana està connectat a Internet, majoritàriament des de casa seva, i el 2,1 % té accés a la banda ampla; així mateix, el 98,5 % dels centres escolars té accés a Internet; pel que fa a l'alumnat, disposa d'ordinador personal el 64,8 % dels alumnes d'Educació Primària, el 82,4 % d'Educació Secundària i el 81,5 % de Batxillerat, a més del 99,4 % dels alumnes de cicles formatius superiors.

És important conèixer i utilitzar les noves eines que tenim a l'abast perquè ens incorporem a la societat de la informació i el coneixement, i la realitat s'imposa, però cal compaginar-ho amb el reforçament i l'extensió dels valors democràtics, que semblen debilitar-se alhora que avança el desenvolupament econòmic, científic i tecnològic. En aquest sentit, i malgrat les xifres esmentades anteriorment, cal tenir en compte que és una petita part de la població mundial la que té accés a les noves tecnologies i que fins i tot així, a mida que aquest accés creix, el control sobre les xarxes de comunicació es fa més evident.

Tanmateix, i atesa la complexitat de les TIC, en aquesta ocasió ens voldríem cenyir a un tema: TIC, educació i societat de la informació per a tothom, en la línia del debat que s'obrirà l'any 2003 amb la cimera mundial sobre societat de la informació.

Cada dia més, tots som responsables de l'educació de la ciutadania i dels seus valors, essencials per a la convivència i la cultura cívica i democràtica.

Els mitjans de comunicació són un dels principals responsables d'aquesta cultura, per la seva capacitat de crear estats d'opinió. Però si coneixem els mitjans, com estan conformats econòmicament i socialment, i com produeixen els seus discursos, podem generar la prevenció necessària per enfrontar-nos a la seva capacitat, per resguardar la nostra llibertat davant el caràcter cada cop més concentrat i monopolista de la seva gestió i del flux ininterromput d'informació política i de referències culturals que canalitzen.

El creixent paper que tenen els mitjans en la delimitació d'allò que és rellevant socialment els atorga una funció decisiva en l'educació de la ciutadania. Constitueixen un referent cultural, i per tant educatiu, de primera magnitud.

Organitza:

Consell Directiu del Projecte Educatiu de Ciutat

Ima.Sra. Marina Subirats Martori

Ajuntament de Barcelona, Regidora Presidenta de la Comissió d'Educació i Cultura

Im.Sr. Pere Alcober Solanas

Ajuntament de Barcelona, Regidor Ponent de Participació Ciutadana i Solidaritat

Ima.Sra. Emma Balseiro Carreiras

Ajuntament de Barcelona, Grup Municipal Partit Popular, Regidora

Sr. Manel Blasco Legaz

Ajuntament de Barcelona, IMEB, Gerent

Ima.Sra. Sara Blasi Gutiérrez

Generalitat de Catalunya, Consell Escolar de Catalunya, Presidenta

Sra. Teresa Eulàlia Calzada Isern

Ajuntament de Barcelona, IMEB, Direcció de Planificació Educativa i Coordinació Territorial, Directora

Ima.Sra. Núria Carrera Comes

Ajuntament de Barcelona, 5a. Tinenta d'Alcalde, Regidora Presidenta de la Comissió de Benestar Social

Sra. Carme Castellà

CRP Nou Barris, Directora

Sr. Joan Coma Ainsa

Federació Moviments de Renovació Pedagògica de Catalunya, President

Im. Sr. José Ignacio Cuervo Argudín

Ajuntament de Barcelona, 2n. tinent d'alcalde

Sra. Alícia Fernández Marí

Associació de Joves Estudiants de Catalunya-AJEC, Secretària General

Sra. Pilar Figueras Bellot

Associació Internacional Ciutats Educadores, Secretària

Im.Sr. Eugeni Forradellas Bombardó

Ajuntament de Barcelona, Regidor Ponent d'Habitatge, Regidor-Portaveu Grup Municipal IC-V

Sr. Josep Francí Carreté
Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació, Director Servei de Formació

Sr. Joan Garcia
Federació d'Associacions de Veïns de Barcelona

Sr. Ignasi García de la Barrera
Ajuntament de Barcelona, IMEB, Direcció de Planificació Educativa i Coordinació Territorial, Director adjunt

Im.Sr. Josep Gascon Castillo
Ajuntament de Barcelona, Grup Municipal Convergència i Unió, Regidor

Sr. Jaume Graells Veguin
FETE-UGT, Federació d'Ensenyament, Secretari General

Sr. Oriol Homs Ferret
Fundació CIEM, Director General

Im.Sr. Antoni Llobet Mercadé
Generalitat de Catalunya, Departament d'Ensenyament, Delegat Territorial de Barcelona

Im.Sr. Ernest Maragall Mira
Ajuntament de Barcelona, President Comissió de Presidència i Hisenda

Im. Sr. Carles Martí Jufresa
Ajuntament de Barcelona, Districte Sarrià -Sant Gervasi, Regidor

Sr. Miquel Martínez Martín
Universitat de Barcelona, Institut de Ciències de l'Educació, Director

Ima.Sra. Imma Mayol Beltran
Ajuntament de Barcelona, 4rta. Tinenta d'Alcalde, Regidora Presidenta de la Comissió de Sostenibilitat i Ecologia Urbana

Ima.Sra. Immaculada Moraleda Pérez
Ajuntament de Barcelona, Regidora Ponent de Joventut

Sra. Montse Paco Abadia
FAPAC, Vicepresidenta

Sra. Josefina Pujol Pardo
CCOO Catalunya, Federació d'Ensenyament

Ima.Sra. Maravillas Rojo Torrecilla
Ajuntament de Barcelona, Presidenta de la Comissió de Turisme i Comerç

Sr. Salvador Rueda Palenzuela
Agència local d'ecologia urbana de Barcelona, Director

Sr. Francesc Santacana Martorell
Associació Pla Estratègic de Barcelona, Coordinador General

Sra. Rosa Securín Fuster
Associació de Mestres Rosa Sensat, Presidenta

Sr. Eduard Spagnolo de la Torre
Ajuntament de Barcelona, Sector Serveis Personals, Gerent

Sr. Eduard Tortajada Molina
Diputació de Barcelona, Àrea d'Educació, Diputat President

Sra. Carme Turró Vicens
Ajuntament de Barcelona-IMEB, Consell Escolar Municipal, Secretària

Ima.Sra. Roser Veciana Olivé
Ajuntament de Barcelona, Regidora Ponent de Drets Civils, Portaveu Grup Municipal
ERC-EV

Sr. Manel Vila Motlló
Ajuntament de Barcelona, IMEB, Director Serveis Educatius, Projecte Educatiu de
Ciutat

Sr. Joffre Villanueva Beltran
Consell de la Joventut de Barcelona, President

Direcció de les Jornades:

Mireia Escobar, Projecte Educatiu de Ciutat, directora adjunta

Coordinació de continguts:

Montserrat Minobis, Col·legi de Periodistes de Catalunya, degana
Carme Mayugo, Mitjans. Xarxa d'Educadors i Comunicadors
Antoni Reig, UAB, Facultat de Ciències de la Comunicació
Miquel de Moragas, inCOM. Institut de la Comunicació, director
Xavier Guitart, CAC. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, vicepresident
Joan Botella, CAC. Consell de l'Audiovisual de Catalunya, conseller
Miquel Ferret, Projecte Educatiu de Ciutat

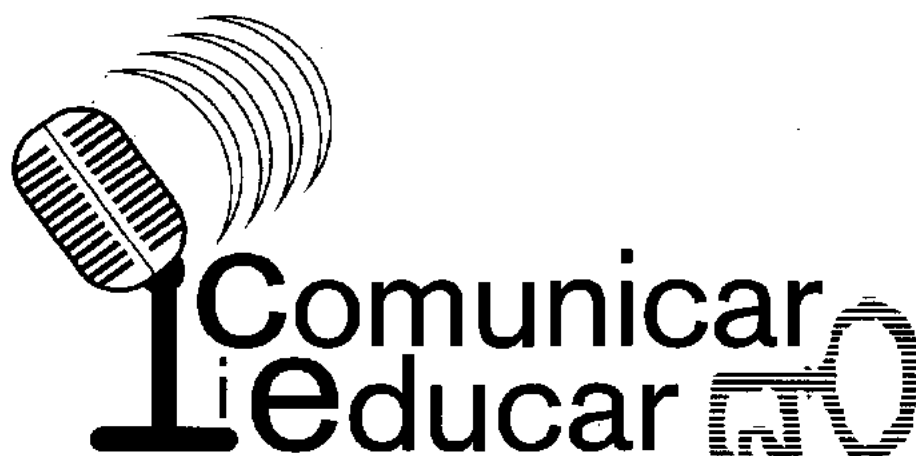
Secretaria tècnica:

Sandra Abella, Projecte Educatiu de Ciutat
MANNERS

100

III Jornades Tècniques
del **Projecte Educatiu de Ciutat**

5, 6 i 7 de novembre de 2002



Experiències

projecte **E**
educatiu
de **Ciutat**

ÍNDEX

INTRODUCCIÓ.

5

GRUP D'EXPERIÈNCIES 1: EDUCACIÓ EN MITJANS DE COMUNICACIÓ.

- LA MEDIATECA. 12
- EL TREBALL DEL DIARI AMB NENS/ES SORD/ES AL CICLE INICIAL. 15
- COMUNITATS D'APRENTATGE: SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ PER A TOTHOM. 17
- INFORMA'T I TRIA! 22
- PROJECTE EDUCATIU DE TAC. 25
- COM ES FA I ES DESFÀ LA INFORMACIÓ.
APROXIMACIÓ CRÍTICA. 28
- INFO-K. 31
- CATALOGACIÓ D'ELEMENTS FORMALS I RECURSOS TELEVISIUS QUE AGRADEN
ALS INFANTS INDEPENDENTMENT DELS CONTINGUTS QUE TRAMETEN. 33
- DONA CONNECTA'T. 35
- LA MENT *ZAPPING* DELS ADOLESCENTS ACTUALS. ESTRATÈGIES D'AFRONTAMENT. 38
- PROJECTE DE SUPORT A L'ESCOLARITZACIÓ DE POBLACIÓ INFANTIL
AMB MALALTIES DE LLARGA DURADA. 43
- TALLERS DE NOVES TECNOLOGIES PER LA GENT GRAN I PARTICIPACIÓ BCN'02. 46
- EL PERIÓDICO DE L'ESTUDIANT. 48
- PROTAGONISTES, JA! 50

GRUP D'EXPERIÈNCIES 2: LA PRODUCCIÓ MEDIÀTICA AMB FUNCIO EDUCATIVA.

- SOM PERIODISTES! CRÈDIT DE SÍNTESI DE 3R D'ESO. 53
- RÀDIO DRASSANES. 56
- FOMENT DE L'ASSOCIACIONISME JUVENIL A RÀDIO CARMEL. 59
- A NAVEGAR! CERTAMENT DEL PORTAL EDUCATIU EDUCARED. 61
- EL PERIÓDICO A L'ESCOLA. 64
- HOLA NENS. 66
- EL NOSTRE BARRI. 68

• REVISTES ESCOLARS COORDINADES PEL CRP DE SABADELL. UN EXEMPLE DE COMUNICACIÓ, QUALITAT I COL·LABORACIÓ.	72
• FUGINT DEL FUTUR.	75
• WEBCLIP.	77
• CARA A CARA: FENT RETRATS, CONSTRUINT IDENTITATS.	79
• LLETRA JOVE. DIARI INTERESCOLAR.	84
• ENTRA A LA TELE.	87
• L'AUDIOVISUAL COM A EINA COMUNITÀRIA DELS JOVES. CONEIX EL BARRI DEL BON PASTOR I CONVIVIM A LA TRINITAT VELLA.	90

GRUP D'EXPERIÈNCIES 3: EL TREBALL EN VALORS A TRAVÉS DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ.

• ANÀLISI D'ESTEREOTIPS I BIAIXOS SEXISTES A LA PUBLICITAT.	94
• PUBLICITAT. UNITATS 7 I 8 DEL PROGRAMA CANVIS. CANVIS A L'ADOLESCÈNCIA, NUTRICIÓ, VALORACIÓ PERSONAL, IMATGE I SALUT.	97
• BUTLLETÍ ELECTRÒNIC DEL ZOO DE BARCELONA.	99
• ELS BONPAS ES DIVERTEIXEN. ESCOLA DE PARES AL CEIP BERNAT DE BOÏL.	102
• BARCELONA MOSAIC DE CULTURES.	105
• GLOBAL EXPRESS, L'ACTUALITAT A L'AULA.	108
• INFÀNCIA, VIOLÈNCIA I TELEVISIÓ: USOS TELEVISIUS I PERCEPCIÓ INFANTIL DE LA VIOLÈNCIA A LA TELEVISIÓ.	110
• PAREKO: HACIA UNA ESCUELA COEDUCADORA.	114
• PUBLICITAT, TABAC I BEGUDES ALCOHÒLIQUES. DEL PROGRAMA PASE.BCN. PREVENCIÓ DE L'ABÚS DE SUBSTÀNCIES A L'ESCOLA.	117
• PERIODISTES CONTRA EL RACISME. LA PREMSA ESPANYOLA DAVANT EL POBLE GITANO. 2000-2001.	119
• UNA MÀ DE CONTES.	123
• ENFOCANDO EL GÉNERO EN TELEVISIÓN.	125
• ZONA ZERO. LA RECERCA DE LA MEMÒRIA: ANNA FRANK.	127
• APROPA'T AL SENEGAL! APROPEM-NOS ALS CAMPAMENTS DE REFUGIATS SAHRAUIS! TALLERS MULTICULTURALS DE RÀDIO I TV.	129
• ÈXODES INVISIBLES. LES DONES EN LES MIGRACIONS. MATERIALS DIDÀCTICS.	135

INTRODUCCIÓ

COMUNICAR I EDUCAR EXPERIÈNCIES PEC 2002

Comunicar i educar és el tema al que es dediquen les III Jornades Tècniques del Projecte Educatiu de Ciutat (PEC) del 2002. Enguany, es pretén crear un espai de trobada, reflexió i debat entorn a l'ús dels mitjans de comunicació i la seva relació amb el món educatiu. Es vol, per tant, aproximar i interconnectar dos móns que, tradicionalment, han estat molt separats (l'educació i la comunicació) però que en l'actual societat del coneixement se'ns presenten com a necessàriament indissolubles, sobretot si es té en compte que els infants i joves d'avui dia neixen i creixen consumint diàriament un alt nombre de missatges mediàtics, majoritàriament codificats i que solen marcar-los pautes de comportament i actituds. És necessari, en aquest sentit, que aprenguin a descodificar aquests missatges alhora que aprenen a fer servir els mitjans com el que també són: una eina de comunicació i d'expressió.

Del conjunt de continguts plantejats a les jornades, el segon matí es dedicarà al coneixement de la realitat des de la perspectiva dels projectes i les experiències que s'estan duent a terme a la ciutat i també en altres poblacions pel que fa a l'aproximació de l'educació i els mitjans de comunicació, és a dir, al treball sobre el binomi comunicar i educar.

Del total de 51 experiències presentades, se'n publiquen 43. La major part de les experiències recollides es duen a terme a Barcelona, tant en districtes com en barris molt diversos de la ciutat. D'aquestes 51 experiències, 9 (el 18%) han estat presentades per centres educatius (CEIP i IES), 9 (el 18%) per mitjans de comunicació (premsa, ràdio i TV), 13 (el 25%) per associacions i entitats diverses (museus, fundacions, ONG's, sindicats), 15 (el 29%) per institucions públiques, i 5 (el 10%) per universitats. Podem destacar que moltes d'elles fan un ús transversal dels mitjans de comunicació així com que ens mostren una àmplia riquesa d'enfocaments i perspectives diverses. Aquest fet promou, a més, la proposta d'una gran diversitat d'idees a treballar, i també permet donar a conèixer un ampli ventall de recursos de què es pot disposar a la ciutat per treballar en l'educació en comunicació.

La publicació recull el conjunt de propostes acceptades distribuïdes en tres grups d'experiències. Aquests s'estructuren de manera temàtica i tenint en compte la funció educativa que s'atorga a l'ús dels mitjans de comunicació. D'aquesta manera, els tres grups de treball ens han servit per donar a conèixer i alhora ordenar per usos tota una sèrie d'iniciatives (molt diverses, en conjunt) que es promouen o es volen promoure des de diversos centres educatius, mitjans de comunicació, entitats i institucions de la ciutat, amb l'objectiu tant d'acostar els dos móns de l'educació i la comunicació com d'experimentar sobre les possibilitats socio-educatives de l'educació en comunicació.

Els tres grups d'experiències són:

1. **Educació en mitjans de comunicació:** Aquest grup de treball recull algunes experiències que han estat presentades per centres educatius, tant des dels cicles d'educació primària com de secundària. Cal destacar dues experiències que considerem d'interès especial: una d'aquestes s'adreça a infants amb disminucions

auditives i una segona experiència adreçada a nois i noies amb discapacitats psíquiques lleus. També hi ha experiències presentades tant per part d'institucions públiques que adrecen les seves experiències a col·lectius com la dona i gent gran, com per part de centres de recerca universitària i/o mitjans de comunicació. Finalment, altres experiències han estat presentades per entitats. Les experiències presentades en aquest primer grup de treball ofereixen una mirada crítica als continguts mediàtics i és per aquest motiu que moltes d'elles fan servir de manera transversal tots els mitjans de comunicació, tot i que també s'hi poden trobar iniciatives que se centren només en l'ús d'un d'aquests mitjans. D'altra banda, s'hi han volgut recollir les iniciatives, els projectes i les activitats socio-educatives que proposen un acostament al món dels mitjans de comunicació (premsa, ràdio, TV, cinema i Internet i multimèdia): llenguatges específics, anàlisis de continguts, rol social, coneixement de les estructures de producció, etc.

2. **La producció mediàtica amb una funció educativa:** Majoritàriament les experiències recollides en aquest segon grup de treball s'adrecen a alumnes de secundària, tot i que també en trobem algunes adreçades a primària. Cal destacar la presència d'iniciatives portades a terme amb grups no formals de joves, és a dir, que es desenvolupen fora del centre educatiu. Han estat, majoritàriament, els centres educatius els que han presentat aquestes experiències. Malgrat això, també es compta en aquest recull amb iniciatives portades a terme i/o proposades per centres de recursos pedagògics i mitjans de comunicació. Trobem, a més, iniciatives promogudes des de les institucions, com és el cas d'algunes proposades des de serveis socials de barris i d'altres organismes de l'administració. En aquest segon grup trobem treballs que es desenvolupen específicament amb un mitjà de comunicació (ràdio, televisió, premsa o Internet) i només un que treballa de manera transversal tots els mitjans. Aquest grup de treball es dirigeix específicament a les experiències que se centren en portar a terme la realització d'un producte mediàtic en qualsevol (o diversos) dels suports possibles: premsa, ràdio, TV, Internet i multimèdia.
3. **El treball en valors a través dels mitjans de comunicació:** La major part dels treballs s'adrecen a secundària i a la població adulta. Podem trobar algunes experiències adreçades a primària però és el grup on menys n'hi ha, sobretot degut a què el treball en valors s'està promovent també, en gran part, des de fora dels centres educatius (tot i que també es treballa des d'aquests). Podem destacar, d'entre aquestes experiències, una d'adreçada a la formació de periodistes i una altra a l'educació de pares, per adonar-nos de la diversitat de col·lectius en què se centren. S'entén, per tant, que el treball en valors no només s'adreça a infants i joves en edat escolar, sinó que també hi ha força propostes per a altres col·lectius i fins i tot el conjunt de la població. Entenem aquí, per treball en valors (segons les temàtiques recollides en els treballs presentats), temes com ara la violència, la discriminació per raons de gènere, ètnia i religió, el respecte per la natura i el medi ambient... En aquest cas, hi ha un gran nombre d'iniciatives que desenvolupen organismes de l'administració, institucions, equipaments socio-culturals i sobretot associacions i entitats sense afany de lucre que s'han adonat de les enormes possibilitats dels mitjans de comunicació per treballar els valors en la societat actual. Cal destacar, a més, que alguna experiència ha estat promoguda directament per mitjans de comunicació. La majoria dels treballs recollits es basen en el treball amb audiovisuals, tant pel que fa a la producció com a l'anàlisi, però trobem d'altres que parteixen de la publicitat, la premsa i el teatre. El tercer grup es dedica a aquelles experiències socio-educatives que tenen com a objectiu el treball dels valors des de

o bé a través dels mitjans de comunicació. En aquest sentit, s'acullen tant iniciatives més centrades en aspectes d'anàlisi i recerca com en propostes de producció.

Les III Jornades Tècniques del PEC tenen com a objectiu potenciar el diàleg entre el món educatiu i els mitjans de comunicació, donar a conèixer experiències properes a la nostra realitat en aquest camp, i plantejar les necessitats i els reptes de futur per aconseguir que els mitjans de comunicació siguin un instrument d'educació útil per a la formació integral de la ciutadania en els valors de llibertat, democràcia i convivència.

Degut a la impossibilitat, per manca de temps, de presentar en el marc d'aquestes jornades totes les 43 experiències publicades, se n'han seleccionat 25 per tal que es presentin en els tres grups de treball. Aquestes experiències s'han triat tenint en compte criteris de qualitat, diversitat, originalitat, consolidació i resultats obtinguts. Un element central per a la participació en les taules dels grups és l'anàlisi d'un conjunt de criteris qualitius que s'han aplicat a les experiències presentades i que s'exposen a continuació:

CRITERIS

Originalitat de la metodologia: El procés de treball i com aquest es porta a terme és un dels punts més importants quan parlem de treball educatiu en mitjans de comunicació. Cada vegada s'han de reinventar noves formes per aconseguir fer més accessible i entenedor l'ús educatiu dels mitjans de comunicació. Per aquest motiu, molts centres, entitats, etc., treballen recerquant noves maneres d'aproximar els móns de la comunicació i l'educació, tot experimentant fins trobar la metodologia més adient per a cada grup de treball.

Ús educatiu dels mitjans de comunicació: Es pot aprendre a fer servir un mitjà de comunicació des del vessant més tècnic. Però hem volgut valorar sobretot l'ús que es d'aquest aprenentatge. És important mostrar que els mitjans no són simples eines de producció sinó que, darrera de cada un d'ells, hi ha un fort component educatiu. Aprendre a comunicar, expressar-se, explicar sentiments, històries,... i treballar en equip, ser crític i constructiu, selectiu amb allò que un fa... són alguns dels valors que es poden promoure a través dels mitjans de comunicació. I són aquestes actituds i aptituds, entre d'altres, les que s'han valorat en les experiències presentades.

Nivell participatiu: Que hi participi tothom és una tasca difícil d'assolir. Ens trobem en un moment en què el treball individual està per sobre del treball en equip i cooperatiu. Per això, s'han destacat aquelles experiències que promouen (o bé creen un marc per promoure) la cooperació entre els educadors i els educats en l'ús pedagògic del fet comunicatiu. La participació i la cooperació de tothom en els processos d'aprenentatge és un ítem bàsic i primordial per aconseguir educar en mitjans de comunicació.

Relació objectius-resultats: Es poden trobar iniciatives que es proposen assolir tot un seguit d'objectius molt ben determinats. Però potser aquests objectius no vénen acompanyats pels resultats que s'assoleixen. De vegades, perquè la metodologia de treball emprada no ha estat l'adient, o bé perquè la proposta educativa no ha estat ben dissenyada. Per això s'han intentat seleccionar iniciatives on la relació objectius-resultats sigui conseqüent.

Integració en el marc curricular i/o d'acció social: S'ha valorat que les experiències seleccionades estiguin integrades, d'alguna manera, en el marc curricular i/o d'acció social. És a dir, que entren a formar part del currículum educatiu dels alumnes i també (si es dona

el cas) de la seva experiència social immediata. És important destacar aquelles iniciatives que mantenen una línia constant de treball educatiu i que són efectives pel que fa a l'educació en mitjans. Algunes de les experiències que trobem en el recull són encara propostes sense implementar. En aquest cas, hem valorat la intenció d'integrar-les en el marc curricular o en l'àmbit d'acció social, tot valorant que hi hagi una proposta en aquest sentit.

Proposta didàctico-pedagògica: Darrera de cada una de les experiències ha d'haver-hi una proposta didàctico-pedagògica treballada i consolidada que realment permeti assolir els objectius educatius que es marquen a l'inici. És un dels punts claus per tal que, realment, aquella iniciativa sigui eficient educativament parlant. Algunes de les experiències recollides encara no s'han portat a terme, és a dir, es tracta de propostes a realitzar o que es troben en una fase inicial. El motiu de seleccionar-les és que, realment, darrera de cada una d'elles existeix una proposta didàctico-pedagògica que s'ha considerat treballada i prou contrastada.

Incidència social a nivell de ciutat: Es també valora si les propostes presentades i seleccionades han tingut i/o tenen una incidència social a nivell de ciutat. En aquest sentit, s'han prioritzat aquelles que inclouen un element de comprensió i/o de reinterpretació de l'entorn. Igual que en el cas anterior, algunes iniciatives encara no estan implementades o es troben en una fase inicial de treball. En aquests casos, s'ha valorat molt com l'experiència proposa incidir en l'entorn.

Després d'aquesta exposició només ens resta agrair la col·laboració i la participació de totes aquelles entitats, centres educatius i institucions que ens han ajudat a fer possible tant aquesta publicació com els grups d'experiències de les jornades. En presentar-nos iniciatives sempre engrescadores i, sobretot, en compartir el treball que estan desenvolupant en matèria d'educació en comunicació; pensem que hem aconseguit entre tots obrir un nou espai de trobada i intercanvi.

Mitjans-Xarxa d'Educadors i Comunicadors
Barcelona, novembre de 2002

GRUP D'EXPERIÈNCIES 1:
EDUCACIÓ EN MITJANS DE COMUNICACIÓ

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

LA MEDIATECA. IMPLANTACIÓ D'UN PROJECTE D'INNOVACIÓ I RENOVACIÓ PEDAGÒGICA.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Escola Pia de Catalunya

Persona de contacte: Eulàlia París Pujol

Telèfon de contacte: 93 441 00 04

Correu electrònic de contacte: eulalia.paris@escolapia.net

3. Breu descripció de la proposta.

L'any 1998, els 18 centres que formem el col·lectiu Escola Pia de Catalunya iniciem un procés de treball compartit per elaborar un projecte per al col·lectiu que anomenem «Un projecte d'innovació i renovació pedagògica. La mediateca».

El 1995, definim, a través d'una Assemblea, que volem innovar les escoles. Entenem que la repensar i recuperar el paper de biblioteca a l'escola és un bon camí d'innovació. Per tant, volem aconseguir que la biblioteca-mediateca formi part del PEC i del PCC i sigui un espai d'aprenentatge real, perquè entenem que l'aprenentatge es produeix a tot arreu i, avui, l'aula ja no és l'únic espai d'aprenentatge. Partim de la idea, ja tan explicada, defensada i compartida en diferents àmbits, que l'aprenentatge és un procés de construcció compartit entre educador i alumne. L'aula és un espai d'investigació i professor i alumne aprenen junts. Cal que, a l'escola, puguem repensar les nostres pràctiques i les nostres intervencions educatives per ajudar a fer aprendre l'alumne dotant-lo d'eines, tècniques, estratègies i recursos per fer recerca documental, per fer un bon tractament de la informació, per ser més destre en el maneig de les noves tecnologies; en definitiva fer que l'alumne, futur ciutadà i ciutadana, sigui capaç d'entendre i donar resposta, de manera responsable, crítica, cooperativa i creativa, a la nova societat que s'està configurant. Ajudar a aprendre cada alumne en aquesta direcció fa que vulguem repensar les biblioteques que tenim i que parlem de «mediateca» perquè entenem que la mediateca un espai d'aprenentatge, complement de l'aula. Tant és així que, coincidint amb diferents autors, definim la mediateca com el cor de l'escola.

4. Objectius.

La finalitat d'aquesta presentació és doble: per una banda fer creïble la idea que és possible pensar i organitzar la mediateca com un projecte transversal i interdisciplinari a l'escola, entenent la mediateca com el lloc on s'afavoreix i es facilita l'aprenentatge organitzat dels diferents continguts (fets, conceptes, procediments i actituds). És imprescindible, però, que el projecte mediateca formi part de la vida del centre buscant la implicació de l'equip directiu i de l'equip educatiu. D'altra banda, presentar el procés d'implantació d'un projecte col·lectiu, on la diversitat és un fet ja que cada escola que participa en el projecte té la seva genuïtat, la seva realitat, la seva història.

5. Qui ho financia.

Cada escola preveu una partida en el propi pressupost dedicada a la mediateca per anar tenint més recursos (els que es necessitin i s'usin) i, a poc a poc, anar enriquint el fons documental. Però és molt important d'entendre que no calen molts recursos ni molt pressupost per tirar endavant el projecte. El que cal és entendre, això és indispensable, la mediateca com un projecte transversal que forma part de la ment de l'escola (cultura del centre, PEC, PCC, PA). El que cal és tenir-ne clar la finalitat d'un projecte com aquest i poder optimitzar l'ús dels recursos de què ja es disposa. Això, sovint vol dir, aprendre a comprar i aprendre a compartir el material que ja es té.

6. Entitats col·laboradores.

En diferents moments hem comptat amb la col·laboració de:

- Biblioteques públiques

- Llibreries i editorials
- Rosa Sensat
- la Universitat Autònoma de Barcelona

7. Territori d'aplicació.

Municipi: BCN

Barri:.....

Districte: (2 escoles) a Ciutat Vella, (2) a Sarrià-Sant Gervasi i (1) a Eixample

Altres:.....

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Evidentment, donat que som 18 centres educatius a tot Catalunya, cinc dels quals són a Barcelona, pensem el projecte per a tota la comunitat educativa (educadors i alumnes, pares i mares, avis i àvies), tot i que tenim l'ambició que les nostres mediateques estiguin obertes al barri i ciutat on està ubicada l'escola, per tant, adreçades a tota la població.

10. Nombre de persones a que es dirigeix

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres: a tota la comunitat educativa

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☐

Internet ☒

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres: Audiovisuals i fonoteca

13. Metodologia.

Si us referiu a la metodologia de presentació de l'experiència serà expositiva i en Power Point.

Si us referiu a les metodologies emprades per nosaltres en la difusió i implantació del projecte cal dir que han estat diverses:

- Grups de treball interescolar
- Formació continuada amb els responsables de les mediateques
- Intercanvis
- Xerrades-col·loqui
- Assessoraments

14. Antecedents.

15. Any d'inici de l'experiència.

El curs 1998-1999.

16. Durada i fases.

Curs 1998-1999. Ens constituïm amb un grup de treball per elaborar i escriure el projecte

Curs 1999-2000. fase de sensibilització i difusió en equips directius i claustrats fent que el projecte formi part del PEC, PCC i PA.

17. Què s'ha fet fins ara.

- 1- Constitució i consolidació de l'equip de mediatecaris (responsables de les mediateques de cada centre).
- 2- Formació als mediatecaris atenent a les necessitats: programes d'arxiu, organització de la documentació, formació en metodologia de recerca documental, treball per objectius, avaluació.
- 3- Els objectius de la mediateca formen part del PA i del PEC. El responsable de la mediateca els planteja a l'equip directiu a partir de la detecció de necessitats (recerca-acció) feta a partir d'enquestes als usuaris (educadors i alumnes).
- 4- Treball directe amb els equips directius.
- 5- Presentació i sensibilització als claudres
- 6- Realització d'experiències curriculars compartides mediateca-aula on professor i mediatecari han hagut de treballar junts.
- 7- Recull d'experiències de recerca realitzades a la mediateca formant part de les activitats d'ensenyament-aprenentatge de qualsevol unitat didàctica, tema o lliçó.
- 8- Participació en presentacions públiques del projecte a les Jornades escoles 3-12 «què s'ha d'aprendre a l'escola 3-12» en la taula sobre estratègies d'aprenentatge, el març 2001 (Universitat de Barcelona) i a les Jornades sobre biblioteques escolars «La Biblioteca a l'escola i a l'Institut» en una taula rodona i un grup de treball: la mediateca i el PCC, (Cornellà, novembre 2002)

De les 18 escoles de Catalunya que participen en aquest projecte, 5 són de Barcelona. D'aquestes 5, 2 estan en una fase de desenvolupament, 1 en una fase inicial i 2 en un moment 0. Entenem per desenvolupament que ja s'ha fet la motivació i sensibilització de l'equip directiu i claustre aconseguint un compromís d'actuació de manera que el projecte ja té objectius propis en el pla anual del centre i un pla d'avaluació, i té una partida pròpia en el pressupost general. Per tant, es va fer un seguiment permanent d'assessorament i d'avaluació. Aquestes dues escoles estan treballant en el projecte mediateca des de fa més de dos anys. D'altra banda, l'escola que està en fase inicial, parteix ja d'un compromís d'acció de l'equip directiu i el projecte ja té objectius explícits en el Pla Anual. S'ha començat a fer una sensibilització al claustre perquè els mestres incloguin activitats de recerca en les seves seqüències d'E-A. Les dues escoles que estan en un moment zero, tenen en funcionament la biblioteca de manera més tradicional, fent préstec i oferint un espai d'estudi però deslligat de l'aula. El nostre objectiu és provocar-ne el canvi per donar resposta a les noves necessitats educatives.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Hem presentat el nostre projecte a:

- a) 2es Jornades Escoles 3-12. Què s'ha d'aprendre a les escoles 3-12? Realitzades a la universitat de Barcelona el 9 i 10 de març de 2001.
- b) 2es Jornades de Biblioteques Escolars realitzades a Cornellà, el 14, 15 i 16 de febrer de 2002 organitzades pel Col·legi de Bibliotecaris de Barcelona.

19. Valoració.

N'estem molt contents.

Sempre n'hem rebut valoracions positives.

De les 18 escoles:

- 10 tenen en marxa el projecte
- 5 estan realitzant experiències i en fase d'implantar-lo
- 3 ho tenen planificat a curt termini.

Els alumnes, tot i que hi ha alguna petita experiència de col·laboració perquè els alumnes més grans puguin ajudar els més petits per exemple a llegir... encara no hi participen més enllà que com a usuaris. Però les necessitats que expliciten a través de les seves assemblees de classe, són recollides per poder millorar el projecte.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

EL TREBALL DEL DIARI AMB NENS/ES SORDS/ES AL CICLE INICIAL.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/Organització: CEIPM Tres Pins-CREDAC

Persona de contacte: Ester Molins, Meritxell Cervantes, Marta Vinardell, Maria Tíscar Ruiz

Telèfon de contacte: 93 423 93 61

Correu electrònic de contacte: a8041970@centres.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

Treball setmanal d'una notícia del diari amb un grup de nens/es sords/es de cicle inicial que segueixen una escolarització bilingüe, és a dir llengua de signes-llengua oral.

4. Objectius.

- Treball de llengua escrita:
 - . Coneixement estructura del text informatiu i del propi diari
 - . Reflexionar sobre les diferències d'estructura de la llengua de signes i la llengua escrita
 - . Lectura
 - . Ampliació de lèxic i estructures de la llengua oral
- Conèixer aspectes rellevants de l'actualitat. Reflexionar-hi.

5. Qui ho financia.

No requereix cap finançament específic. Es tracta d'una activitat sistematitzada a l'escola.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació (marcar amb X les caselles corresponents).

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres.....**ESCOLA** ☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) **X**

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a qui es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... **12 alumnes de Cicle Inicial**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola **X**

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa **X**

TV ☐

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

- Cada setmana un alumne diferent, i segons ordre preestablert, tria una notícia del diari per treballar-la.
- L'adult llegeix la notícia en llengua de signes.
- S'explica en llengua de signes per tal d'assegurar-ne la comprensió. Es discuteix sobre la notícia: preguntes, aclariments, ampliació d'informació, etc.
- Els nens/es de manera col·lectiva i en llengua de signes, tornen a explicar la notícia. L'adult en fa una interpretació per escrit a la pissarra refent així el text informatiu.
- S'interactua amb el text: el docent torna a llegir el text en llengua de signes, aturant-se en cada frase o fragment per tal de fer veure les possibles diferències estructurals entre la llengua de signes i la llengua oral.
- Es fa un treball de lèxic: apropiació a través de la dactilologia (alfabet manual de les persones sordes).
- Els nens llegeixen: alguns directament, altres sota demanda de l'adult: "On posa.....?"
- Els alumnes copien el text.

14. Antecedents.

Aquest mateix treball s'havia fet amb adolescents sords en la dècada del 90. La riquesa d'interaccions i l'interès dels nois ens va fer pensar en exportar l'experiència a altres alumnes sords bilingües.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 2000-2001.

16. Durada i fases.

Tot el curs, durant dos cursos, amb els agrupaments de nens/es sords/es del cicle inicial. L'experiència tindrà continuïtat el curs vinent.

17. Què s'ha fet fins ara.**18. Difusió realitzada de l'experiència.**

L'experiència amb adolescents va ser exposada en un Congrés sobre llengua escrita per a persones sordes, a Santander el 1999. Les ponents van ser la Rosa M. Bellés (IMEB) i l'Ester Molins (CREDAC-CEIPM Tres Pins). Es va editar en la publicació del Congrés.

L'experiència amb nens més petits, però, no ha estat encara difosa.

19. Valoració.

La valoració, des del punt de vista de l'ensenyament-aprenentatge de la llengua escrita, és molt positiva ja que els nens/es sords/es mostren interès en la premsa escrita i evolucionen pel que fa a la lectura dels textos informatius.

Tanmateix, el treball amb el diari és una font inesgotable d'informació: no només la que pròpiament surt a la notícia del dia, sinó que molt sovint aquesta notícia ens remet a informacions prèvies o col·laterals les quals els adults ens veiem obligats a tractar per tal que la notícia sigui significativa per als infants. Això col·loca els nens/es sords/es en una situació de riquesa de continguts que seria difícil de generar sense el diari.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència:

COMUNITATS D'APRENTATGE: SOCIETAT DE LA INFORMACIÓ PER A TOTHOM

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: CREA, Centre de Recerca Social i Educativa de la Universitat de Barcelona.

Persona de contacte: Carme Garcia Yeste

Telèfon de contacte: 93 4035099

Correu electrònic de contacte: crea@d5.ub.es

3. Breu descripció de la proposta.

Les comunitats d'aprenentatge es basen en la transformació social i cultural d'un centre educatiu i el seu entorn, basada en l'aprenentatge dialògic. Això suposa reorganitzar tot, des de l'aula fins l'organització del propi centre i la seva relació amb la comunitat, barri o poble, en base al diàleg.

En l'actual societat de la informació, es basa en el tractament de la informació, més que en la producció d'objectes materials. Per tant les habilitats informacionals seran les més valorades i necessàries pel futur laboral de tots els nens i nenes. Les famílies acadèmiques ja estan assegurant totes aquestes eines per als seus fills i filles. Comunitats d'aprenentatge pretén assegurar-les per tots els nens i nenes.

Una de les prioritats del projecte és Internet per tothom. Obrir una aula on nens i nenes, familiars i persones de la comunitat puguin aprendre a fer servir Internet i puguin tenir accés a aquest el màxim temps possible.

4. Objectius.

- Superar el fracàs escolar i superar els problemes de convivència.
- Societat de la informació per tots i totes.
- Canviar la pràctica educativa per convertir els ideals en permanents utopies.

5. Qui ho finança.

CREA (Centre de Recerca Social i Educativa), Universitat de Barcelona.

Generalitat de Catalunya - Departament d'Ensenyament.

Ajuntament de Terrassa

Direcció Provincial de Huesca.

6. Entitats col·laboradores.

Centre d'Estudis Gitano: És un centre de recerca de la Universitat de Barcelona, dins de CREA, que analitza la situació d'exclusió en la que es troba el poble gitano i els factors que contribueixen a superar-la.

Al projecte està aportant assessorament científic, propostes d'actuació contextualitzades a la conjuntura específica del centre.

Grup d'estudis àrabs: Grup d'estudis dins del CREA que investiga diferents prioritats dins la cultura àrab: La igualtat de la dona àrab sense perdre identitat; Investigacions teòriques i pràctiques sobre processos migratoris; Potenciar la participació de la comunitat àrab per superar la exclusió; Creació de xarxes i espais de debat.

Drom Kotar Mestipen: Associació gitana de dones. És una associació formada per dones de diferents ètnies que treballen conjuntament pels drets de la dona gitana.

El que aporta al projecte és col·laborar en la comissió de famílies, contacte amb mares i joves gitanes del centre per fomentar la continuació dels estudis acadèmics de les dones gitanes. Participen a l'escola amb la promoció d'un taller de confecció tots els dimarts. Els divendres una

dona gitana realitza un taller de tertúlies on es parla de temes que interessin a les persones participants.

Associació Cultural Ujaranza: És una associació que treballa pel desenvolupament multicultural del poble gitano. Incidint sobretot en aspectes de formació i inserció laboral.

La seva aportació està molt dirigida a anar informant sobre quina situació té el poble gitano i conscienciar molt l'equip docent de la necessitat de treballar les habilitats que s'estan demanant a l'actual mercat laboral.

7. Territori d'aplicació.

Barri

Per arribar a tota la població dels barris i respondre també a les seves necessitats, des de l'inici del projecte s'involucra no només les famílies de l'alumnat del centre, sinó que, a través de comissions de treball mixtes on es treballen les prioritats fixades per l'escola, totes les entitats del barri hi participen. D'aquesta manera, s'està treballant en un projecte comú on tothom demana el que necessita i ofereix el que té, donant resposta en tot moment a la resposta del barri i provocant la participació de tothom gràcies a la implicació directa en el projecte.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants/Joves

Adults/Gent gran

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de població.

És el sector de població que agrupa a tota la comunitat educativa. Tot i que l'acció està centrada en centres de primària i secundària, el treball es fa amb tota la comunitat: alumnat, professorat, familiars, veïns/es, entitats, ...

10. Número de persones a que es dirigeix.

Més de 500

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Barri

Escola

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Ràdio

Internet

13. Metodologia.

Aprentatge dialògic: Es basa en una concepció comunicativa de les ciències socials que planteja que la realitat social és construïda per les interaccions entre les persones.

L'aprenentatge dialògic ens porta a plantejar canvis en l'educació i a compartir i utilitzar les habilitats comunicatives en els nostres entorns familiars, escolars, de temps lliure, de la comunitat; i a participar més activament i de forma més crítica i reflexiva en la societat.

A les comunitats d'aprenentatge, l'alumnat aprèn de les noves tecnologies utilitzant-les i augmentant les interaccions. El canvi accelerat de la societat de la informació implica canvis permanents en els sistemes d'ensenyament que des de comunitats d'aprenentatge es donen gràcies a aquestes interaccions, per poder adaptar-se a les exigències de la societat informacional.

L'educació en la societat de la informació ha de basar-se en la utilització d'habilitats comunicatives, de manera que permetin participar més activament i de manera més crítica i reflexiva en la societat. En una societat informacional, si pretenem superar la desigualtat que genera el reconeixement d'unes determinades habilitats i l'exclusió d'aquelles persones que no tenen accés al processament de la Informació, hem de reflexionar en relació a plantejar quin tipus d'habilitats s'estan potenciant en els contextos formatius, i si amb això es facilita la interpretació de la realitat des d'una perspectiva transformadora.

Per a què es doni un aprenentatge dialògic, han de donar-se els següents principis:

a) El diàleg igualitari, en el qual les diferents aportacions són considerades en funció de la validesa dels arguments i no des de criteris com la imposició d'un saber culturalment hegemònic a

través de la relació autoritària i jeràrquica, on el professorat determina què és necessari aprendre i marca tant els continguts com els ritmes d'aprenentatge.

b) La intel·ligència cultural. És un concepte més ampli d'intel·ligència que els habitualment utilitzats. No es redueix a la dimensió cognitiva basada en l'acció teleològica, sinó que contempla la pluralitat de dimensions de la interacció humana. Engloba la intel·ligència acadèmica i pràctica, i la resta de capacitats de llenguatge i acció dels éssers humans que fan possible arribar a acords en els diferents àmbits socials.

c) La transformació. És un aprenentatge que es basa en la premissa de Freire que les persones som éssers de transformació i no d'adaptació. La modernitat dialògica defensa la possibilitat i conveniència de les transformacions igualitàries com resultat del diàleg.

d) La dimensió instrumental. L'aprenentatge dialògic abasta tots els aspectes que s'acordin aprendre. Així doncs, inclou la part instrumental que es veu intensificada i profunditzada des de la crítica a la colonització tecnocràtica de l'aprenentatge.

e) La creació de sentit. És un altre dels principis. Per superar la colonització del mercat i la colonització burocràtica i evitar que s'imposi una lògica utilitarista que es reafirmi a si mateixa sense considerar les identitats i individualitats que tothom posem, s'ha de potenciar un aprenentatge que possibiliti una interacció entre les persones dirigides per elles mateixes creant així sentit per a cadascú/na de nosaltres.

f) La solidaritat, com a expressió de la democratització dels diferents contextos socials i la lluita contra l'exclusió que es deriva de la dualització social és l'única base amb la qual es pot fonamentar un aprenentatge igualitari i dialògic.

g) La igualtat de diferències és contrària al principi de diversitat que relega la igualtat i que ha regit algunes reformes educatives. La cultura de la diferència que oblida la igualtat porta a què, en una situació de desigualtat, es reforci com divers el que és exclusor, adaptant i no transformant i creant, en moltes ocasions, majors desigualtats.

14. Antecedents.

Escola de persones adultes la Verneda-Sant Martí: Porta funcionant mitjançant la democràcia directa i l'aprenentatge dialògic des de l'any 78. Va sortir un article sobre aquesta experiència a la Harvard Educational Review.

Euskadi: Fa cinc anys es van començar les transformacions a quatre escoles que va assessorar CREA. L'estiu passat, el govern basc, va considerar que ja no érem necessaris i que es crearia un equip allà per portar-les.

Models nord-americans:

- School Development Program: Programa pioner, nascut l'any 1968 a la Universitat de Yale. El promotor de l'experiència va ser el professor James Comer. Es un programa dirigit a alumnat des de parvulari als 12 anys. Va ser el primer en introduir totes les persones adultes necessàries dins l'aula. És el programa més reconegut als EEUU.
- Accelerated Schools: Programa iniciat l'any 1969 pel professor Henry Levin de la Universitat d'Stanford. Aquest és el programa més conegut a l'estat espanyol. És un model que es va inspirar en les cooperatives de treballadors/es i en models d'organització democràtica.
- Success for all: Va començar el 1987 incentivat per la Universitat Johns Hopkins. Es tractava de treballar en escoles de molt baix rendiment i amb problemes de convivència, conflictes, etc. El seu director és Robert Slavin.

15. Any d'inici de l'experiència.

Euskadi al 1996

16. Durada i fases

Aquest projecte no té una durada concreta ja que es un projecte de transformació de l'escola.

Si que hi ha identificades diferents fases del projecte:

1. Fase de sensibilització: Sessions inicials de treball amb els diferents agents de la comunitat escolar. Són sessions informatives que potencien el debat i la reflexió del projecte amb totes les persones participants.

2. Presa de decisió:

(Aquestes són dues pre-fases a partir de les quals la comunitat educativa decidirà si tira endavant

el projecte de transformació)

Les següents fases no són lineals sinó que es poden anar realitzant paral·lelament depenent de com ho estableixi cada centre.

3. Fase de somni: Es reuneixen els diferents membres de la comunitat per somniar quina escola volen; arriben a un acord sobre el model de centre que pretenen aconseguir.

4. Anàlisi contextual i selecció de prioritats: En aquesta fase es fa una recerca d'informació sobre el centre educatiu i el seu context i de tots els somnis es seleccionen les prioritats que es treballaran a partir d'aquell moment.

5. Planificació: Durant aquesta fase es creen comissions de treball mixtes on es treballaran les prioritats seleccionades.

Hi ha altres fases que són les de continuïtat del projecte i que s'aniran desenvolupant a mesura que avanci el projecte.

17. Que s'ha fet fins ara.

CEIP- Joaquín Costa (Monzón)

Aquest curs és el segon en el que estan duent a terme l'experiència.

Durant aquest curs les comissions de treball existents (infraestructura; biblioteca; infantil; voluntariat) han continuat treballant amb les prioritats fixades durant el primer curs.

- La comissió d'infantil: ha impulsat el funcionament durant aquest curs dels grups interactius un dia a la setmana amb mares voluntàries als cursos d'infantil.
- La comissió de biblioteca ha organitzat activitats d'explicar contes per a què vinguessin els nens i nenes acompanyats dels seus familiars.
- La comissió d'infraestructura ha aconseguit pintar el pati de l'escola, que s'instal·lessin bancs i papereres i que es subvencionessin jocs per posar al pati.
- La comissió de voluntariat ha fet una tasca fonamentalment de difusió del projecte a partir d'anuncis, cartells, reunions, ... també han aconseguit la creació d'una guarderia dins l'escola.

CEIP- Mare de Déu de Montserrat (Terrassa)

Han començat aquest curs amb el projecte. Han fet la fase del somni, presa de decisions i es troben a la fase de prioritzacions.

Fan grups interactius tres dies a la setmana als cursos de segon, quart, cinquè i sisè.

Fan classes de reforç tots els dilluns, dimecres i divendres. A més de fer reforç per nens/es marroquins/es.

Per als familiars s'estan realitzant classes d'àrab i castellà de 10 a 12h.

CEIP- Salvador Vinyals i Galí (Terrassa)

Han començat aquest curs amb el projecte. Han fet la fase del somni, presa de decisions i ara estan en l'organització de les comissions i les seves prioritats.

S'han creat quatre comissions: d'organització, d'infraestructura, relació-família escola i reivindicacions.

Han començat a organitzar grups interactius.

Els divendres de 15 a 17h es fan classes d'informàtica i Internet per als familiars.

CEIP- Salvador Vinyals i Galí (Terrassa)

Han començat aquest curs amb el projecte. Han fet la fase del somni, presa de decisions i ara estan en l'organització de les comissions i les seves prioritats.

S'han creat quatre comissions: d'organització, d'infraestructura, relació-família escola i reivindicacions.

Han començat a organitzar grups interactius.

Els divendres de 15 a 17h es fan classes d'informàtica i Internet per als familiars.

CEIP- Alberich i Casas (Reus)

Aquest curs han fet la fase de sensibilització, la fase de decisió i estan començant amb la fase de prioritats.

CEIP- Cantín i Gamboa (Saragossa)

Durant el mes de maig i juny han realitzat la fase de sensibilització i assemblees informatives del projecte de Comunitats als familiars del centre.

CEIP- Ramiro Solans (Saragossa)

S'ha fet la fase de sensibilització i estan a la fase de presa de decisió.

CEIP- Doctor Fleming (Viladecans)

Durant el mes de juny s'ha fet la fase de sensibilització.

IES- Lucas Mallada (Osca)

Al setembre d'aquest any, faran la fase de sensibilització.

CEIP- Santo Domingo (Saragossa)

En el mes d'octubre del 2002 realitzaran la fase de sensibilització.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Publicacions:

Aubert, A. i Garcia, C. 2001. Interactividad en el aula, en *Cuadernos de Pedagogía*. núm 301. Abril 2001. p. 20. Barcelona: Praxis

CREA. 1999. *Canvi Educatiu: teories i practiques que superen les desigualtats*. I Jornades Educatives al Parc Científic. Organitzades per CREA i celebrades a Barcelona el 21 i 22 de novembre de 1999.

Algunes de les xerrades fetes:

- Salón de Plenos del Consejo Escolar del Estado: *La convivencia en los centros escolares. Experiencias de cómo construir la convivencia*. Seminario: La convivencia en los centros escolares como factor de calidad. Construir la convivencia. Madrid (22 febrer 2001)
- Jornades de formació del Departament d'Ensenyament: Programes compensatòries. Accions comunitàries: *Comunitats d'Aprenentatge*. (6 abril 2001)
- Universal Forum of Cultures- Barcelona 2004: *Les comunitats d'aprenentatge al centre escolar*. Barcelona, 5-6 octubre 2001.

Escoles d'estiu que s'han realitzat durant l'estiu del 2002:

- Universitat d'Estiu a la Ramon Llull (del 25 al 28 de Juny del 2002)
- Escola d'Estiu a Lleida (de l'1 al 5 de Juliol)

19. Valoració.

La valoració ha sigut molt positiva, tant pel que fa a l'aprenentatge dels nens i nenes que mitjançant els grups interactius acceleren el seu aprenentatge, i que mitjançant l'accés a les noves tecnologies, aquelles persones amb menys recursos poden assegurar-se les habilitats necessàries pel seu futur, com pel que fa a la solidaritat i treball conjunt de les nenes i nens dins l'aula.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

INFORMA'T I TRIA

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Escola Especial Mare de Déu de Montserrat del Guinardó

Persona de contacte: Ramon Fitó, Artur Fernández, Cristobal Membiela, Carles Fontana

Telèfon de contacte: 93 455 76 25

Correu electrònic de contacte: a8014012@centres.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

L'experiència que presentem ha estat realitzada a l'Escola d'Educació Especial Mare de Déu de Montserrat on des del claustre de professors es va plantejar la necessitat d'apropar les noies i nois als mitjans de comunicació amb la fi de saber compartir coneixements relacionats amb el món actual i aprofundir des de la seva perspectiva als esdeveniments que conformen l'actualitat.

Ens preocupava des d'un començament, degut a la tipologia del nostre alumnat, noies i nois bordelines, de personalitat dèbil i fàcilment manejable, el mal ús que podien fer dels mitjans de comunicació i la informació distorsionada que podien rebre.

Per tal de poder portar a terme aquesta experiència hem aprofitat les assemblees tutorials de cada dilluns, on treballem l'educació en valors. Això ens ha permès apropar els nostres alumnes no només als mitjans de comunicació sinó també a parlar a partir de les notícies de temes d'actualitat, permetent-nos poder aprofundir en temàtiques tant de caràcter social com cultural.

Per treballar en les assemblees s'han utilitzat dos mètodes:

A. Presentació del tema (recull de notícies, programa de TV., carta, mural...)

Treball en grup

Posada en comú

B. Assistència a l'assemblea de persones relacionades amb els mitjans de comunicació o protagonistes d'alguna notícia.

Després d'una reunió prèvia amb els professors, es visita l'Escola i deixa una carta de presentació per als alumnes.

El treball amb la persona convidada es fa en dues assemblees.

En la primera es fa la lectura de la carta i per grups es preparen les preguntes a realitzar, a l'estil d'una roda de premsa.

En la segona la persona convidada assisteix a l'assemblea i explica la seva vivència i respon a les preguntes preparades, que els i les diferents secretaris de grup li fan.

4. Objectius.

- Prendre una actitud crítica i raonada davant els mitjans de comunicació.
- Elaborar textos senzills espontanis i creatius on poder explicar vivències.
- Reconèixer els diferents mitjans de comunicació.
- Sentir la necessitat d'estar informat.
- Mostrar tolerància respecte la diversitat d'opinions.
- Valorar el treball ben fet.
- Valorar críticament la publicitat tramesa pels mitjans de comunicació.

5. Qui ho finança.

6. Entitats col·laboradores.

En aquest projecte han col·laborat activament directors de diaris i diferents persones relacionades amb el món dels mitjans de comunicació, amb la seva presència a les assemblees o bé facilitant la visita a diferents mitjans de comunicació (emissores de ràdio, premsa escrita, estudis de TV i música).

7. Territori d'aplicació.Municipi:.....☐Barri:.....☐Districte:.....☐Altres (Escolar)☒**8. Sectors de la població a qui es dirigeix.**Infants (fins a 11 anys) ☐Adults (26 a 65 anys) ☐Joves (12 a 25 anys) ☒Gent gran (des de 66 anys) ☐**9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.**

El motiu ha estat la nostra preocupació davant el mal ús que pot fer dels mitjans de comunicació i la informació distorsionada que pot rebre sobre temes d'actualitat el nostre alumnat, nois i noies bordelines, de personalitat dèbil i fàcilment manejable.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.+ 25 ☐+ 100 ☐+ 500 ☐+ 50 ☒+ 250 ☐Altres:.....☐**11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.**Família ☒Escola ☒Treball ☐Barri ☐Lleure ☐Altres:.....☐**12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.**Premsa ☒TV ☒Internet ☒Ràdio ☒Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Per tal de poder portar a terme aquesta experiència, hem aprofitat les assemblees tutorials de cada dilluns, on treballem l'educació en valors, i on participen els alumnes de les quatre aules del segon cicle.

Per al bon funcionament de les assemblees, s'han creat cinc grups en els quals s'han tingut en compte els següents aspectes:

Per un rendiment òptim dels grups i per així fomentar la relació entre els alumnes del cicle, s'ha procedit a una agrupació no superior a sis/set persones de diferents aules i capacitats diverses.

Per a les posades en comú, cada grup ha comptat amb un secretari que ha fet de portaveu.

Cada grup ha escollit el nom d'un mitjà de comunicació.

Les primeres assemblees s'han utilitzat per apropar els alumnes al tema i així poder detectar:

- Quina informació sobre el tema tenien.
- Coneixement dels mitjans de comunicació.
- Coneixement de la història.
- Saber si eren conscients dels fets reals que passen al seu voltant.
- Vocabulari.

Per a treballar en les assemblees s'han utilitzat dos mètodes:

A. Presentació del tema (vídeo, TV, carta, mural...)

Treball en grup (realització entre tots de la fitxa de treball)

Posada en comú.

B. Assistència a l'assemblea de persones d'altres cultures i ètnies que viuen a Barcelona.

Després d'una reunió prèvia amb el professors, es visita l'Escola i deixa una carta de presentació per als alumnes.

El treball amb la persona convidada es fa en dues assemblees.

En la primera, es fa la lectura de la carta i per grups es preparen les preguntes a realitzar, posteriorment es fa una selecció d'aquestes en funció del seu grau d'interès.

En la segona, la persona convidada assisteix a l'assemblea i explica la seva vivència i respon a les preguntes preparades, que els diferents secretaris de grup li fan.

Cal dir que durant el curs s'ha realitzat un taller de "periodistes", basat en l'elaboració per part dels alumnes d'una revista de l'Escola.

14. Antecedents.

La metodologia del projecte ha estat utilitzada per treballar altres temes en cursos anteriors lligant tota la reflexió entorn l'educació en valors.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 2001-02

16. Durada i fases.

1er trimestre: Avaluació Inicial

2on trimestre: Desenvolupament

3er trimestre: Avaluació Final

17. Què s'ha fet fins ara.

S'ha portat a terme el projecte des de començament de curs.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Revista premiada als Jocs Florals Horta-Guinardó 2001-02.

19. Valoració.

Valorem molt positivament el desenvolupament d'aquesta experiència, ja que els objectius proposats creiem que han estat assolits dins les possibilitats dels nostres alumnes, a la vegada que s'han reforçat les àrees de llengua.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PROJECTE EDUCATIU DE TAC

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: TAC Telespectadors Associats de Catalunya

Persona de contacte: Belén Ingelmo

Telèfon de contacte: 93 488 17 57

Correu electrònic de contacte: belen@taconline.net

3. Breu descripció de la proposta.

Es tracta d'un projecte on s'engloben totes les propostes que a partir del món de l'educació i des de l'educació es volen portar a terme en referència a la relació entre les persones i els mitjans de comunicació audiovisual, concretament la televisió.

4. Objectius.

- Crear propostes eficaces per treballar l'educació de nens/es i joves davant la forta influència dels mitjans de comunicació, tot ajudant-los a desenvolupar una capacitat crítica.
- Dotar a les famílies i a les escoles de materials que els ajudin en l'educació i acompanyament dels nens i alumnes en aquest descobriment dels mitjans de comunicació, per tal que aquests siguin per ells una font d'enriquiment de coneixements, alhora que una proposta d'entreteniment.
- Conscienciar la comunitat escolar de la forta influència que la televisió està tenint, especialment en nens i joves, i de la necessitat de contrarestar-la.
- Crear espais i vies de diàleg en relació a aquest tema, per tal de reconèixer les diferents situacions existents, alhora que es cerquen solucions conjuntament (és a dir, entre professionals de l'àmbit educatiu i de l'àmbit de les noves tecnologies).

5. Qui ho finança.

El projecte ha estat dissenyat i posat en marxa des de l'associació, però el seu cost no pot ésser assumit per la mateixa, ja que es tracta d'una associació sense afany de lucre. El projecte, dividit en cinc grans blocs, està dissenyat de forma que cadascuna de les seves parts s'autofinanciï.

6. Entitats col·laboradores.

TAC, actualment, i en la posada en marxa del projecte educatiu és independent. A nivell intern de les revistes, totes les empreses que d'alguna manera participen en els articles donant informació, es podrien considerar com a col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres. Treballem amb escoles i altres institucions educatives de Catalunya especialment, però també amb d'altres escoles i institucions educatives de tot el territori espanyol.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys) ☐

Es tracta d'un projecte dirigit a l'escola, entenent que aquesta està formada per pares, professors i alumnes. Per tant, en dirigim a tots els sectors de la població, però a cadascun de forma diferent.

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Creiem que "l'educació per aprendre a veure la televisió" no és només cosa dels nens/es o joves, ni tampoc és una cosa única dels pares. Tots podem col·laborar per tal de garantir aquesta educació. El fet que sigui present en l'àmbit individual/personal, familiar i escolar garanteix que sigui una educació integrada dins el procés de creixement natural de la persona.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres: Actualment el projecte s'està portant

a terme a més de 100 escoles i institucions educatives, i el nombre de persones a les que arriba la informació és de unes 30.000.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☒

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☒

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☒

Ràdio ☐

Cinema ☒

Altres:.....☐

13. Metodologia.

14. Antecedents.

Des de l'any 1999, l'associació de telespectadors, TAC va iniciar una aposta decidida per apropar-se al món educatiu, i així poder respondre a la necessitat que tenen les institucions educatives de plantar cara als efectes negatius de la televisió en els més joves. Els directius i professionals de l'ensenyament són perfectament conscients de la competència deslleial que realitza diàriament entre els seus alumnes "l'escola paral·lela" més insistent i omnipresent: la televisió. Per això, TAC ha engegat un projecte educatiu que consisteix, bàsicament, a oferir a les institucions educatives instruments que contribueixin a minimitzar aquests efectes negatius de la televisió en tots els nivells de l'escola: pares, professors i alumnes. Al mateix temps, vol contribuir a treure partit positiu d'aquest mitjà de comunicació tan important, per la seva presència i ús a les llars.

15. Any d'inici de l'experiència.

1999

16. Durada i fases.

17. Què s'ha fet fins ara.

Aquests mitjans que TAC proposa a les escoles són:

El Teleobjetivo

És la publicació mensual que edita TAC, Telespectadors Associats de Catalunya. Els educadors hi poden trobar abundant material d'interès, com l'anàlisi valorativa de la programació de les televisions estatals i autonòmiques, notícies del món de la televisió i informació actualitzada sobre pel·lícules d'estrena en cinema i en vídeo.

La Guia Familiar de TV, Cine y Vídeo

Una publicació mensual pensada i dirigida als pares d'alumnes, que té com a fi dotar les famílies d'una guia senzilla i pràctica sobre els programes amb contingut positiu que ofereixen les cadenes de TV estatals i autonòmiques, així com una selecció de pel·lícules d'estrena en cinema i en vídeo. En aquests moments més de 100 institucions educatives estan repartint aquesta publicació entre les famílies. Encara que és el col·legi qui s'encarrega del repartiment, habitualment és l'Associació de Pares i Mares d'Alumnes del col·legi (AMPA) qui finança aquest servei, i per tant, la qui el contracta TAC, a través de qualsevol de les associacions que la conformen.

Conferències sobre TV

L'Associació disposa d'experts (metges, psicòlegs, advocats, pedagogs, etc.) que estudien aspectes de la televisió des del seu àmbit professional. Aquests professionals acudeixen als col·legis que així ho sol·licitin a fer xerrades, conferències, taules rodones, cinefòrums, etc. tant a pares com a alumnes.

Avancem alguns títols de xerrades i conferències per a pares:

- Televisió i família
- L'efecte de la televisió en els nens
- El llenguatge de la imatge, un repte per a educadors i pares
- Guerra a la TV: la batalla personal, la batalla familiar i la batalla social
- La televisió: Una droga dura?
- Com aprofitar la TV per a educar
- La legislació sobre TV a Espanya
- La rendibilitat d'una TV de qualitat

Informació sobre TV on line (Internet)

TAC posa a la disposició de les institucions educatives amb web informació diària, setmanal i mensual sobre la programació de la televisió, estrenes de pel·lícules en cinema i en vídeo o DVD. Cada dia, actualitza en la web del col·legi la selecció dels programes que recomana per a aquest dia, classificats per públics: per a tots, per a nens, per a joves i per a grans, cada setmana hi actualitza en la web del col·legi una selecció de les millors pel·lícules que s'estrenen en el cinema i, cada mes, fa el mateix amb els vídeos/DVD d'estrena. Aquest servei permet als pares, professors i alumnes d'un col·legi, disposar en la pròpia web d'una informació actualitzada de molt interès per a les famílies i per al personal docent. Amb aquests continguts, la web del col·legi adquireix un valor afegit important, ja que és una informació de consulta molt freqüent.

Guia Didàctica i crèdits de síntesi

A l'Associació hem elaborat un manual per a professors, a fi que puguin preparar l'assignatura de com "aprendre a veure la TV". Fins ara hem fet proves pilot en diversos col·legis impartint crèdits de síntesi sobre la base d'aquest manual. Ens posem a la disposició dels col·legis per orientar als professors que els hagin d'impartir. Fins ara l'experiència ha estat molt positiva: tant els professors com els alumnes n'han quedat satisfets.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Aquesta experiència que ja porta funcionant aproximadament quatre anys, s'ha donat a conèixer a diferents grups i personalitats del món de l'educació, així com de l'àmbit familiar i social.

19. Valoració.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

COM ES FA I ES DESFÀ LA INFORMACIÓ. APROXIMACIÓ CRÍTICA.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC) / USTEC.STEs

Persona de contacte: Gómez Ibarra / Rosa Cañadell Pascual

Telèfon de contacte: 93 412 77 63 / 93.302.76.06

Correu electrònic de contacte: pgomez@sindicat.org / ustecstes@pangea.org

3. Breu descripció de la proposta.

Es tracta d'un projecte que pretén conscienciar al professorat i a l'alumnat de secundària, de la importància de la informació, entesa com un dret i com una obligació, per tal de poder assolir una plena ciutadania. Per això es proposa un material didàctic per treballar a les aules que permeti a l'alumnat adquirir les capacitats i coneixements necessaris per a poder llegir i analitzar críticament la informació que reben a través dels mitjans de comunicació.

El projecte abasta tres aspectes:

- 1) Formació del professorat
- 2) Elaboració de material didàctic: en forma de Crèdit Variable
- 3) Implementació del material amb l'alumnat. Seguiment i avaluació.

Es pretén que l'alumnat sigui conscient que els mitjans de comunicació construeixen significats, interpreten la realitat i creen opinió. Els/les alumnes rebran formació sobre el procés de realització de les notícies, tant teòric com pràctic, sobre el procés de producció de cada mitjà i sobre l'entorn social actual en el que es troben els mitjans de comunicació.

4. Objectius.

- Estimular l'interès de l'alumnat per la lectura de la premsa i l'ús dels mitjans de comunicació per afavorir l'adquisició de nous coneixements també fora de l'horari lectiu.
- Promoure entre l'alumnat el desenvolupament de les capacitats per a poder analitzar críticament la informació rebuda pels diferents mitjans de comunicació.
- Fomentar el coneixement sobre el tractament de la informació als diferents mitjans, tenint present el seu procés de producció, el seu entorn empresarial, la línia editorial i la seva relació amb els poders.
- Afavorir la vinculació dels coneixements rebuts a l'escola i el seu context social.
- Potenciar els processos d'autoaprenentatge i la capacitat creativa mitjançant les tècniques pròpies de producció de la informació en les diverses vessants (premsa, ràdio, TV...).
- Transmetre als joves la importància d'estar ben informat per poder participar de manera activa i coherent en un sistema democràtic.
- Explicitar els canvis i processos que estan construint la Societat de la Informació, per tal de facilitar que els/les alumnes puguin participar activament en aquestes transformacions.
- Donar eines perquè l'alumnat pugui accedir a mitjans d'informació alternatius.

5. Qui ho finança.

Serà finançat per les entitats col·laboradores.

6. Entitats col·laboradores.

Sindicat de Periodistes de Catalunya (SPC)

Fundat al juny de 1993, és una organització sindical amb vocació d'integrar la major part dels professionals que intervenen en la producció informativa, amb la doble vessant de defensa dels drets laborals i també professionals.

L'SPC té actualment a prop de 700 afiliats i forma part de la Federació de Sindicatos de Periodistas (FeSP), que representa a prop de 1.800 professionals arreu de l'estat.

USTEC.STEs

És el Sindicat d'ensenyants majoritari a Catalunya. USTEC.STEs és un sindicat assembleari, autònom, nacional i de classe. Defensem l'escola pública com alternativa a l'actual sistema educatiu, entenent que l'educació ha d'estar a l'abast i al servei de tots els ciutadans i ciutadanes, amb independència del seu lloc d'origen.

USTEC.STEs forma part de la Intersindical Alternativa de Catalunya (IAC).

7. Territori d'aplicació.

Instituts d'Ensenyament Secundari de Catalunya

8. Sector de la població a qui es dirigeix.

Alumnat de segon cicle d'ESO i Batxillerat.

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de població.

Per ser l'edat més adequada per assolir els objectius que ens hem marcat i perquè pensem que és bàsic que els nois i noies acabin l'ensenyament obligatori amb un mínim de capacitat per saber llegir i interpretar críticament la informació que reben dels diferents mitjans de comunicació.

10. Nombre de persones a que es dirigeix.

Indeterminat. En principi a tot l'alumnat de segon cicle d'ESO

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

En l'àmbit escolar.

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

En una primera instància, donat que un Crèdit Variable està programat per 30 hores, es tractaria d'una manera general tots els mitjans i la premsa escrita, en particular. Posteriorment es podria fer una ampliació del material tractant, d'una manera més específica, la resta de mitjans.

13. Metodologia.

En una primera fase es tractarà de motivar a una part del professorat, a partir d'unes Jornades on es discutirà la importància del tema i les possibilitats de treballar-lo amb l'alumnat. Al mateix temps es presentarà el material didàctic.

El material didàctic constarà de textos, conceptes, i propostes d'acció i discussió, per tal que l'alumnat pugui participar activament en el procés d'aprenentatge.

Proposem com a fet novedós l'elaboració de pràctiques confeccionades en col·laboració amb periodistes en actiu on es recrearà, no només el procés tècnic de realització de la informació, sinó també les diverses circumstàncies i variables que condicionen el producte final.

14. Antecedents.

La idea del projecte neix a partir de la coincidència d'inquietuds de les dues organitzacions promotores. Per una banda, el SPC està interessat en promocionar el gust i l'interès per la informació, així com poder divulgar els diferents elements que conformen els mitjans de comunicació: poder, ideologia, servei, drets laborals, etc. I, des d'USTEC.STEs, coherent amb la seva línia de defensa d'un ensenyament crític, pensa és fonamental que els nois i noies puguin tenir les eines suficients per interpretar la informació i analitzar-la críticament.

Hi ha, també, nombroses experiències aïllades en moltes escoles catalanes que aborden el tema dels mitjans de comunicació, però que no constitueixen un projecte global.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 2003-2004

16. Durada i fases.

- 1) Elaboració del material didàctic
- 2) Jornades de formació pel professorat
- 3) Presentació i divulgació del material didàctic
- 4) Constitució d'un grup de professorat disposat a implementar el material i a fer-ne un

seguiment

- 5) Avaluació dels resultats, ampliació i/o rectificació del material didàctic
- 6) Edició definitiva del material
- 7) Segones Jornades de formació pel professorat.

17. Què s'ha fet fins ara.

Recerca dels material que hi ha sobre el tema. Contactes amb centres que fan algun tipus d'experiència sobre els mitjans de comunicació. S'està elaborant el material didàctic pel Crèdit Variable. Està previst finalitzar-la el mes d'octubre d'enguany.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Encara no se n'ha fet difusió.

19. Valoració.

La confluència de visions diferents, però complementàries, com són les aportades per l'USTEC.STEs (organització conformada per professionals de l'ensenyament) i l'SPC (organització conformada per treballadors de mitjans de comunicació) ha donat com a resultat una sèrie de reflexions i debats necessaris, al nostre parer, que han enriquit el projecte.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

INFO-K

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Televisió de Catalunya / K3

Persona de contacte: Núria Solé

Telèfon de contacte: 93 567 38 79

Correu electrònic de contacte: nsole@tvccatalunya.com

3. Breu descripció de la proposta.

Telenotícies infantil i juvenil diari.

4. Objectius.

Informar el públic infantil amb un tractament de les notícies adequat per poder ser integrat. Potenciar la reflexió i l'esperit crític. Introduir els nens i nenes en l'àmbit de la informació periodística.

5. Qui ho finança.

Televisió de Catalunya.

6. Entitats col·laboradores.

7.

7. Territori d'aplicació .

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....**X**

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) **X**

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) **X**

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:.....**X**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....**X**

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV **X**

Internet **X**

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

Selecció diària de les notícies. Reunió diària per fer una anàlisi crítica de l'informatiu del dia anterior i preparació conjunta de l'informatiu del dia. Redacció, rodatge i edició dels reportatges. Reunions per fer la previsió de propers rodats. Elaboració diària i actualització de la pàgina WEB del programa.

14. Antecedents.

No hi ha antecedents a Catalunya ni a l'estat espanyol. Però sí existeixen informatius infantils i juvenils a d'altres països europeus. L'Info-k té dos referents clars: el "Jeugdjournaal" de la televisió holandesa NOS. I el "Newsround" de la BBC.

15. Any d'inici de l'experiència.

2001

16. Durada i fases.

L'Info-k va començar les seves emissions diàries el 23 d'Abril del 2001. Des d'aleshores s'ha mantingut de manera continuada a la graella del K3. Té una durada de 10 minuts, i s'emet cada dia –excepte els caps de setmana- a les set de la tarda.

17. Què s'ha fet fins ara.**18. Difusió realitzada de l'experiència.****19. Valoració.**

En un any i mig d'emissió, l'evolució de l'Info-k ha estat molt positiva. Considerem que els més petits també tenen dret a estar informats. Amb l'Info-k, s'ofereix un espai propi pels nens i nenes, on se'ls explica de manera adequada les notícies dels grans, i on ells també en són els protagonistes. Rebem molt bona resposta de l'audiència, especialment a través del correu electrònic. Des del punt de vista de les audiències, l'Info-k les ha anat augmentant progressivament. Actualment, la quota mitjana de pantalla és de 10.0, amb uns 100.000 espectadors diaris.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

CATALOGACIÓ D'ELEMENTS FORMALS I RECURSOS TELEVISIUS QUE AGRADEN ALS INFANTS INDEPENDENTMENT DELS CONTINGUTS QUE TRAMETEN.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme:

Persona de contacte: Míriam Viaplana i Blasco

Telèfon de contacte: 93.844.69.67, 608.59.17.47

Correu electrònic de contacte:

3. Breu descripció de la proposta.

L'experiència que presento correspon al treball de recerca del Doctorat que he fet per a la UAB i consisteix en un estudi exploratori de caràcter qualitatiu sobre els elements que atreuen més als infants a l'hora de veure la televisió.

L'estudi pretén posar de manifest -a partir de l'anàlisi total o parcial d'alguns episodis d'espais triats pels infants- alguns elements formals i recursos que fan que un determinat programa i/o personatge televisiu agradi al públic infantil.

4. Objectius.

L'objectiu final de la investigació plantejada és iniciar una línia de catalogació d'elements formals i recursos televisius que agraden als infants, per tal d'oferir als productors de programes infantils una eina per a la producció d'espais adreçats a aquest sector de públic. D'aquesta manera, estarem oferint un llistat d'ingredients televisius que, en agradar als infants, suposen certes garanties d'èxit al programa que els conté. La intenció que ens mou és que aquest "catàleg" s'apliqui a guions de programes infantils amb continguts educatius i de caràcter positiu per l'infant.

5. Qui ho finança.

L'autora de l'estudi.

6. Entitats col·laboradores.

L'UAB i les escoles de Caldes de Montbui.

7. Territori d'aplicació.

X Municipi.

* L'estudi s'ha realitzat amb infants de Caldes de Montbui, població vallesana de 12000 habitants, però tant els resultats com les conclusions poden servir de referent del que agrada al col·lectiu d'infants. Si bé d'una forma científica no podem fer extensius els resultats de l'estudi a nivell de tots els infants de Catalunya d'entre 7 i 10 anys, creiem que les dades obtingudes són significatives i que, en certa mesura, poden servir de referent a l'hora de parlar de quins programes infantils prefereixen els infants i per què.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys).

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Hem delimitat l'estudi als infants d'entre 7 i 10 anys perquè considerem que a aquestes edats, constitueixen una audiència força homogènia, en el sentit que els agraden les mateixes coses i les perceben de forma molt similar. Per sota dels 7 anys, la lectura que els infants fan de la televisió i, per tant, la seva interpretació, és diferent, fet que els fa preferir programes diferents. D'altra banda, entre els 7 i els 10 anys, els infants encara no tenen desenvolupada la seva capacitat de crítica, fet que els fa ser molt més vulnerables. També hem valorat el fet que, a partir dels 7 anys, els infants s'expressen d'una forma més entenedora, i això facilita la tasca d'investigació.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ de 250.

* L'estudi s'ha basat concretament en les respostes de 272 infants.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família, escola i lleure.

12. Quin sector o elna de comunicació es tracta en l'experiència.

TV.

13. Metodologia.

Hem utilitzar una combinació de metodologies, quantitatives i qualitatives, a partir de criteris de proporcionalitat -en el cas dels infants- i estadístics i d'anàlisi de contingut -en el cas dels programes- que ens ha permès definir una mostra combinada "infants/programes". A partir d'aquesta mostra, hem constituït la unitat bàsica d'estudi amb què hem treballat en la línia de metodologia etnogràfica, a partir de l'observació participant, fent una observació directa de les reaccions dels infants.

14. Antecedents.

Des del mateix naixement de la televisió, estudis i investigacions fets des de diversos àmbits han valorat i quantificat la influència de la televisió en l'audiència, essent els infants el col·lectiu més observat. La Teoria dels Efectes, primer, i la Teoria de les Mediacions, sorgida com una línia de treball emergent que -centrada en l'estudi sobre la recepció- analitza com l'audiència interpreta els missatges televisius, són -juntament amb la Semiòtica- el marc teòric en què s'emmarca aquest estudi, tot i que es fonamenta en un treball eminentment pràctic basat en el visionat i l'anàlisi dels programes assenyalats pels propis infants i en preguntes sobre aquests programes.

15. Any d' inici de l'experiència.

2001-2002.

16. Durada i fases.

A partir d'un sondeig verbal, vam confeccionar un llistat dels espais infantils presents a les graelles de les televisions de règim obert que es veuen a Catalunya i el vam passar als infants d'entre 7 i 10 anys de les escoles de Caldes de Montbui. A partir de la comptabilització de les seves respostes, vam registrar en vídeo, alguns episodis dels programes assenyalats pels infants i -per grups reduïts- vam organitzar sessions de visionat. Per tal de tenir constància d'algunes de les reaccions dels infants, vam registrar en vídeo aquestes sessions. A partir de les reaccions i respostes dels nens, vam establir unes primeres categories de classificació, que vam ampliar a partir de les anàlisi de contingut d'un episodi dels dos programes més vistos pels infants i de les respostes d'aquests a un segon qüestionari plantejat sobre hàbits televisius, programes i personatges.

Finalment, i per completar el treball, vam plantejar un qüestionari a un grup reduït de pares i d'educadors dels infants que havien participat en l'estudi, per tal de tenir contemplada l'opinió dels adults.

17. Què s'ha fet fins ara.

El treball es troba ara en la seva fase de redacció final.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

En tractar-se d'un treball de recerca de Tercer Cicle, la difusió es farà dins l'àmbit universitari, tot i que també es difondran els resultats de l'estudi a les escoles de Caldes, ja que ha estat a partir de les respostes dels seus alumnes que s'ha pogut articular el treball.

19. Valoració.

L'experiència ha resultat altament positiva, sobretot en la fase més pràctica del visionat, ja que ha permès veure -i per tant valorar- les reaccions dels infants en el mateix moment en què es produeixen. La implicació, tant dels centres educatius com dels pares dels infants que han participat a l'estudi, ha estat també un factor important, ja que ha obligat a pares i educadors a fer una reflexió sobre la relació entre els infants i la televisió.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

DONA CONNECTAT

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Ajuntament de Barcelona, Serveis de Participació Social

Persona de contacte: Pilar Solanes i Salse, Merche Elvira

Telèfon de contacte: 93 413 26 12

Correu electrònic de contacte: psolanes@mail.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

Establiment de punts de connexió específics per a dones a diferents espais municipals, així com a seus d'entitats, associacions.

El segle XXI no es podrà entendre sense dos aspectes que esdevenen clau per a les societats occidentals contemporànies: d'una banda, la incorporació massiva de les dones a l'àmbit públic, tradicionalment masculí, com ara l'accés al món laboral, a l'educació, a la participació política i als llocs de decisió i influència social.

D'altra, el desenvolupament espectacular de les tecnologies de la informació i la comunicació: les anomenades TIC. Ja no resulta estrany a cap llar barcelonesa disposar d'un ordinador, un mòdem, un fax o un telèfon mòbil.

Malgrat aquesta situació evident, no sempre els dos aspectes exposats van lligats. Hi ha encara moltes dones que no tenen accés a les noves tecnologies, especialment dones que no van tenir l'oportunitat de conèixer-les en la seva joventut i ara troben dificultats per apropar-se. La manca de formació tecnològica és, per tant, un obstacle, però també pot haver un condicionament econòmic ja que connectar-se a Internet o gaudir d'un correu electrònic comporta unes despeses que no tothom pot sufragar ara per ara.

Aquest és el motiu que l'Ajuntament de Barcelona, des de la Regidoria de la Dona, a través del Centre d'Informació i Recursos per a les Dones i en col·laboració amb tots els districtes de la ciutat, posi en marxa la campanya "DONA, CONNECTAT". La campanya pretén oferir formació i accés gratuït a Internet a totes les dones que estiguin interessades en apropar-se a les TIC. L'objectiu últim és que cap dona quedi marginada d'un món futur en què, sens dubte, predominaran les noves tecnologies però també que s'aprofitin les potencialitats de la xarxa per desenvolupar-se personalment i crear xarxes entre dones que permetin la comunicació, el coneixement i la solidaritat.

4. Objectius.

Objectiu general: Facilitar la incorporació de les dones a les noves tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC'S).

Objectius específics :

- Desenvolupar accions formatives als deu districtes de la ciutat, per oferir a les dones: coneixements bàsics, eines i estratègies relacionades amb les noves tecnologies.
- Posar a l'abast de les dones (individuals, grups i entitats) un servei d'accés al correu electrònic a l'espai del CIRI.
- Oferir informació a les dones de la ciutat dels serveis de correu electrònic que poden trobar en els seus districtes.
- Crear i dinamitzar una xarxa d'intercanvi d'experiències entre els grups de dones participants en els diferents centres de la ciutat.

5. Qui ho finança.

Ajuntament de Barcelona.

6. Entitats col·laboradores.

Algunes entitats de dones de la ciutat, associacions de veïns i altres.

7. Territori d'aplicació (marcar amb X les caselles corresponents).

Municipi:.....X

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

DONES X

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys)

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.**10. Nombre de persones a què es dirigeix.**

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... **X**

DONES DE LA CIUTAT QUE ESTIGUIN EMPADRONADES X

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball ☐

Barri ☐

Lleure

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☐

Internet **X**

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

S'oferiran punts de connexió a Internet per a les dones a tots els districtes de la ciutat. Es pretén d'aquesta manera facilitar l'accés a la xarxa per conèixer webs de dones i tenir la possibilitat de rebre i enviar correu electrònic.

13. Metodologia.**14. Antecedents.****15. Any d'inici de l'experiència.**

Any 2002

16. Durada i fases.

Temporalització: Alguns districtes fan la formació al maig-juny i d'altres al setembre-octubre del 2002.

17. Què s'ha fet fins ara.

Recerca de punts de connexió. Elaboració del manual d'autoaprenentatge.

- Es desenvoluparan una sèrie d'accions formatives adreçades als Consells de Dones dels districtes de la ciutat i a grups i entitats de dones ubicades als diversos districtes.
- Les sessions formatives seran tres amb una durada de dues hores cadascuna. El contingut serà el següent:
 1. Aprendre a navegar per Internet
 2. Aprendre el funcionament del correu electrònic: rebre i enviar missatges.
 3. Conèixer la web del CIRD i altres webs d'interès per a les dones i, si s'escau, dissenyar la pròpia web de l'entitat
- Les formadores seran dones de la Federació de Dones per la Igualtat de Catalunya, guanyadores del Premi 8 de març d'enguany.
- La difusió d'aquestes sessions la farà cada districte als seus grups i entitats de dones i també es realitzarà a través del CIRD.

18. Difusió realitzada de l'experiència:

- Es distribuïran 10.000 díptics explicatius de la campanya (1000 per districte). Els llocs de distribució seran les OAC's dels districtes, els centres cívics, els punts de connexió habilitats específicament per la campanya, les biblioteques, les entitats i grups de dones, els centres professionals, els centres oficials i les entitats que pertanyin a tots els Consells de participació. S'acompanyaran d'una carta explicativa on es descriuran els objectius de la campanya.
- S'habilitarà un espai informàtic al CIRD on les dones podran adreçar-se i accedir a webs de dones, donar-se d'alta del correu electrònic, així com enviar i rebre missatges. El suport a les dones es completarà amb un Manual d'Autoús i assessorament especialitzat, que podrà ser presencial o telefònic. També les tècniques de dona dels districtes disposaran d'aquest Manual d'ajuda per a les dones.
L'horari d'atenció del CIRD serà de 9.00h a 14.00h i de 16.00h a 19.00h, tots els dimarts i els dijous. En cas de molta aflluència de dones s'establirà un sistema d'agenda, amb concertació de dia i hora.
- Com a material de difusió, a més dels díptics, s'utilitzaran OPIS i banderoles per informar sobre la campanya. La xifra aproximada serà de 7 OPI's per districte. Les banderoles s'exposaran als principals eixos comercials i urbans de la ciutat (Meridiana, passeig de Gràcia, Gran Via, Diagonal, bulevards dels districtes i carrers principals, etc.).
- Temporalització: La campanya començarà a finals de maig i durarà tot el mes de juny. S'estudiarà el moment oportú per a les OPIS i banderoles a efectes mediàtics per tal de no coincidir amb altres esdeveniments de la ciutat.

19. Valoració.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

LA MENT ZAPPING DELS ADOLESCENTS ACTUALS. ESTRATÈGIES D'AFRONTAMENT.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: IES Montserrat

Persona de contacte: Eugènia de Pagès i Bergés

Telèfon de contacte: 93 217 77 25

Correu electrònic de contacte: eudepages@eic.ictnet.es

3. Breu descripció de la proposta.

Quan els professors es queixen de les dificultats que els alumnes manifesten per a seguir un raonament lògic o simplement un discurs verbal, solen atribuir-ho a la falta de voluntat i a la incapacitat per a l'esforç. Potser no és un problema tan simple. L'alumne actual, amb una ment de tipus **zapping** nascuda en el món de la imatge i caracteritzada per missatges curts, discontinus i deslligats, té més capacitat de comprensió sentint o intuïnt que raonant o analitzant. El sistema educatiu necessita, doncs, canviar i adaptar-se a aquest nou alumne, sense renunciar a valors com la reflexió i la capacitat crítica. Un canvi d'aquesta magnitud tampoc no és nou en la història. Sòcrates ja criticà la invenció de l'escriptura perquè, segons ell, rebaixava la cultura, és a dir, propiciava la pèrdua de memòria.

Com a docent, professora d'Història amb més de vint anys d'experiència, he observat en els últims anys, canvis importants en la manera de fer i de ser dels adolescents. Un dels més rellevants és, sens dubte, la creixent manca de capacitat d'atenció i, per tant, de concentració. Al mateix temps he constatat un augment progressiu del descontrol emocional dels alumnes: depressions, angoixes, crisis d'ansietat, problemes de disciplina, i, fins i tot, actes de violència. Evidentment, això té unes repercussions clares en la tasca diària del professorat que no només s'ha d'adaptar als canvis continus del sistema educatiu, sinó que es troba sovint en una situació de desconcert que el desborda i repercuteix en la seva salut i benestar. Els símptomes són clars i els mitjans de comunicació s'encarreguen de recollir-los dia si dia no: augment de l'estrès professional, malestar creixent, increment de la tensió, síndrome de *burn-out* o d'estar cremat, desmoralització, desmotivació.

Aquest creixent malestar a les aules de Secundària m'ha dut a obrir un procés de reflexió sobre les seves possibles causes i, a partir del diagnòstic, intentar oferir solucions senzilles, pràctiques, imaginatives i concretes. Parteixo de la base que les dificultats amb que ens trobem tots els professors són molt semblants, independentment del lloc geogràfic, el tipus d'escola i fins i tot el tipus d'ensenyament que impartim. És, doncs, un problema estructural, de canvis d'hàbits perceptius i de processos mentals dels estudiants actuals, que han convertit en desfasades i ineficaces moltes de les formes de comunicació de l'escola. L'alumne actual experimenta el que la teoria de la comunicació denomina "ment zapping". Què vol dir exactament? L'adolescent que viu i ha mamat els valors de la iconosfera (el món de la imatge) tendeix a respostes emotives (m'agrada/no m'agrada), a la immediatesa (la cultura audiovisual educa en la impaciència) i al gust pel dinamisme i pel plaer instantani. En canvi, el món de l'escola, immers en la logosfera (l'àmbit de la paraula), propicia respostes reflexives (estic d'acord o no n'estic), i valors com l'esforç i la paciència. Per exemple, llegir educa en la constància; el plaer que proporciona la lectura no és instantani, és diferit.

Mentre a l'escola la forma d'expressió hegemònica és verbal, en la societat, és icònica o audiovisual. L'escola educa fonamentalment **en** i **amb** la paraula parlada o escrita. En canvi, en el món real, hi predominen missatges de tipus audiovisual. Això suposa una escissió entre l'escola i la realitat. Per una banda, hi ha la **cultura mosaic**, caracteritzada per la ubiqüitat, la dispersió, el caos aleatori, la seducció, la fascinació sense reflexió crítica. Per una altra, hi ha l'anàlisi, l'estructura, el rigor i la sistematització, el verbalisme i la lògica. Això sí, amb distanciament i sense capacitat de seducció.

La meua proposta- la introducció a l'aula de tècniques de Respiració Conscient, Relaxació atenta i Concentració- va dirigida a aprendre a compaginar l'emoció i la reflexió, incrementant la capacitat d'atenció i concentració de l'alumne. Cal partir de la nova mentalitat dels estudiants

actuals, conèixer els seus trets, saber les modificacions que s'estan produint en la seva percepció i en els seus gustos i oferir-los recursos que els ajudin a bandejar aspectes com el neguit, la superficialitat i la manca de reflexió.

4.Objectius.

La proposta d'introduir a l'Ensenyament Secundari uns recursos que redueixin la dispersió mental de l'alumnat té, per tant, una sòlida base teòrica i la seva aplicació faria possible compensar els dèficits que l'actual cultura audiovisual no fa més que potenciar. El meu programa, doncs, consisteix en introduir a l'aula unes Tècniques de Respiració Conscient, Relaxació i Concentració, la implementació de les quals serveix per a:

- **Baixar el to el de la classe i poder instruir i educar.**
- **Augmentar l'atenció i la concentració dels alumnes, competències totalment necessàries per al treball intel·lectual que es desenvolupa a les aules escolars.**
- **Disminució significativa del desgast físic i psicològic del professorat. Aquest és un dels aspectes més interessants del programa, ja que en asserenar els alumnes el professor també se sent més tranquil i es produeix un *feed-back* classe-professor altament positiu.**

Actualment, la implantació d'aquestes tècniques s'està estenent de manera exponencial en diferents sectors, com el món empresarial, la medicina, la psicologia i els mitjans de comunicació. Per què no introduir-les a l'escola? perquè aquesta ha ser sempre tan endogàmica, tan aïllada dels corrents més innovadors que es van fent un lloc a la societat?

5.Qui ho financia.

El curs 2000-2001 aquest projecte va ser finançat en un 50% pel Departament d'Ensenyament en concedir-me una llicència retribuïda de mitja jornada. Actualment, em trobo sense cap mena de finançament malgrat el suport de les institucions i persones que esmentaré en el apartat següent.

6.Entitats col·laboradores.

U.B.A. Facultat de Pedagogia: Departament M.I.D.E (Mètodes d'Investigació i Diagnòstic de l'Educació) dirigit pel Doctor Rafael Bisquerra.

I.C.E. de la U.A.B

Centre de Recursos Pedagògics Sarrià-Sant Gervasi

G.R.O.P. Grup de Recerca d'Orientació Psicopedagògica. De la U.B.

7.Territori d'aplicació .

Municipi:..... X.....

El Barri: X.....

Districte: X

Altres X (CATALUNYA) .

8.Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ..X

Adults (26 a 65 anys)

Joves(12 a 25 anys)X

Gent gran (des de 66 anys)

9.Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

He escollit els adolescents, perquè, actualment, l'ensenyament ha d'afrontar problemes cada cop més generalitzats: la manca d'interès per aprendre, la dificultat creixent per mantenir l'atenció, els problemes psíquics cada cop més freqüents, l'atordiment, la necessitat de trobar refugi en el "grup-tribu" per part de l'adolescent o del pre-adolescent... Els professors, cada vegada més propensos a l'estrès, a la desmoralització, a la manca d'il·lusió, sense entreveure sortides clares, conviuen amb nois i noies desorientats, amb poca motivació, mancats de referents i d'identitat pròpia, i amb reaccions d'apatia i/o agressivitat cada cop més esteses.

L'educació reglada és un dels àmbits menys dinàmics de la societat, a molta distància de la medicina, la psicologia, els mitjans de comunicació o, fins i tot, el món empresarial . En aquests sectors, la implantació de tècniques de relaxació i de concentració estan en plena expansió. També en d'altres països, com Estats Units, Alemanya i Gran Bretanya, estan sorgint alternatives cada vegada més estructurades, i avui en dia la bibliografia sobre aquests temes és molt sòlida. A Catalunya, però, la difusió d'aquestes tècniques en el camp de l'ensenyament resta

pràcticament inèdita.

Aquest treball pretén cobrir aquest buit, és a dir, plantejar, en el marc de l'educació emocional, la introducció a l'escola secundària, d'aquest tipus de recursos que, fins ara, s'imparteixen en centres no reglats.

L'escola, com a institució, i els alumnes, com a persones, estan mancats d'instruments útils, i sobretot senzills, per poder aconseguir els objectius esmentats, i són absolutament necessaris per garantir una educació completa. Tant la direcció de les escoles com els docents en general haurien d'interessar-se per tècniques alternatives a les tradicionals que permetessin superar l'obstacle que, cada vegada més, dificulta el procés d'ensenyament-aprenentatge: la preocupant **manca de capacitat d'atenció i concentració dels alumnes**, derivada del que es podria definir com a "**ment zapping**" i que expliquem en l'apartat nº3.

L'escola no pot permetre's el luxe d'ignorar, ni encara menys menysprear, aquests recursos, que li poden oferir una nova orientació cap a una educació més humana, solidària i integradora.

10. Número de persones a que es dirigeix.

+ 25	+ 100	+500
+ 50	+ 250	

Altres X (programa dirigit a tots els alumnes de Secundària i també de Primària.)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família	Escola ...X	Treball
Barri	Lleure	Altres.....

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa	Tv...X	Internet
Ràdio	Cinema	Altres:

13 . Metodologia.

Es tracta d'una **metodologia senzilla**; pactar prèviament amb els alumnes unes clares condicions per aplicar aquestes tècniques a l'aula:

1. **La participació és voluntària**, en el ben entès que l'alumne que no hi participa resti en silenci, respectant el treball dels altres. Aquest punt em sembla pedagògicament important, ja que acostuma a l'alumne a respectar la voluntat dels companys i a entrar en contacte amb el silenci, cosa molt poc freqüent en l'adolescent actual.
2. **La pràctica es duu a terme en els moments inicials de la matèria, impartida 3 cops a la setmana, durant 5 minuts aproximadament.**
3. **L'experiència té lloc fins a final de curs** ja que la clau és la persistència i els beneficis, tot i ser immediats, són acumulatius.

14. Antecedents.

Probablement sigui molt difícil imaginar uns dinàmics i enèrgics adolescents a l'escola, asseguts, immòbils i gaudint del que fan en silenci i més quan això no forma part de la seva manera de fer habitual ni tampoc de cap de les matèries o currículums acadèmics reglats. En canvi, això és possible, real, i pertany a la meua experiència docent que he portat a la pràctica.

En els curss 1999-2000 em van ser assignats dos grups-classe de Quart d'E.S.O en l'Àrea de Ciències Socials. Tot i la meua llarga experiència en alumnes d'aquesta edat – gairebé sempre he impartit Geografia a Segon de BUP – de seguida vaig veure clar que, tot i que aquests adolescents tenien la mateixa edat, la seva actitud cap a la matèria, el seu comportament, tant entre ells com respecte el professor, era totalment diferent d'abans.

Durant el primer trimestre vaig recollir observacions, i vaig veure que calia utilitzar estratègies totalment diferents de les que havia emprat fins llavors. Potser caldria matisar aquesta última afirmació, ja que en els últims anys havia anat canviant força tant la metodologia com els recursos, fruit de la meua evolució personal i professional i de la necessitat de trobar estratègies eficaces davant el nou tipus d'alumne. Vaig anar donant cada vegada més importància – sense ser-ne plenament conscient – als aspectes afectius i emocionals de la meua relació amb els alumnes. He de dir que després de tants anys de treballar amb adolescents, m'hi trobo molt a gust, i em resulten, gairebé

sempre, transparents.

Malgrat el que he exposat, l'experiència d'aquell curs amb alumnes de Quart d'E.S.O, va ser dura i alhora molt interessant. A part dels problemes típics de l'adolescència, als que estic avesada i enfront els quals tinc recursos eficaços –tant per controlar globalment la classe com per a ajudar els nois i noies d'aquesta edat – vaig constatar, entre altres aspectes, que els alumnes tenen una dificultat creixent per fixar l'atenció i, encara molt més, per a concentrar-se. Alhora presenten una davallada de les "competències emocionals", com afirma Golemann.

Per tant, en el segon trimestre em vaig decidir a experimentar nous recursos. Vaig proposar als meus alumnes ensenyar-los algunes tècniques de relaxació i a respirar profundament per tal de millorar el seu grau de concentració. Van respondre amb interès i curiositat. Però vaig establir condicions. D'una banda, la pràctica d'aquestes tècniques seria sempre voluntària, amb el benentès que aquell alumne que no la volgués practicar s'hauria de mantenir en absolut silenci i amb un capteniment respectuós envers els seus companys. D'altra banda, la pràctica es duria a terme només durant els cinc primers minuts de classe.

Actualment, porto tres anys duent a terme l'experiència a l'I.E.S Montserrat de Barcelona, en classes de Batxillerat i a les de l'E.S.O. i estic molt satisfeta dels resultats.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 1999-2000

16. Durada i fases.

La durada és la d'un curs escolar en els minuts inicials de la classe (aproximadament 5 minuts) tant en centres de Primària com de Secundària.

Quant a les fases, per posar un exemple, la nova direcció del meu centre, després de constatar l'èxit de l'experiència, es proposa generalitzar-ho a l'institut gradualment : primer avaluar els resultats d'un grup on s'apliqui el programa comparant-los amb els d'un altre grup, del mateix nivell, en el que no es dugui a terme l'experiència.

Després, si els resultats són bons, estendre l'experiència a tot un nivell i a continuació a un cicle.....

17. Què s'ha fet fins ara.

En el marc de la llicència que el Departament d'Ensenyament em va concedir el curs 2000-2001, vaig aplicar a l'I.E.S Montserrat de Barcelona un programa d'intervenció doble: un dirigit a professors, amb la col·laboració de personal sanitari especialitzat en Tècniques per a la Salut, que es denominava "L'estrès d'ensenyar/L'estrès d'aprendre", i que consistia bàsicament en proporcionar recursos al professorat per fer front a l'estrès professional que pateix. L'altre programa dirigit a l'alumnat es basava en la introducció a l'aula d'algunes de les tècniques esmentades.

Es pot consultar la memòria final que es va presentar al Departament d'Ensenyament amb el títol "La ment zapping: la manca d'atenció i de concentració a l'E.S.O. en l'àrea de Ciències Socials: estudi de la situació i proposta d'intervenció en educació emocional" que inclou una descripció exhaustiva de l'experiència i una avaluació quantitativa i qualitativa del procés i del producte.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

1. A Primària, el curs 2001-20002, he dut a terme un curs d'assessorament, altament reeixit, al C.E.I.P "XARAU" de Cerdanyola del Vallès dins del P.F.Z. (Pla de Formació de Zona) propiciat per l'I.C.E de U.A.B. L'escola m'ha sol·licitat un segon curs d'assessorament pel curs 2002-2003.
2. L'I.E.S. Vila de Gràcia també m'ha demanat un curs d'assessorament dins del P.F.Z. pel curs 2002-2003.
3. El Centre de Recursos Sarrià-Sant Gervasi s'ha mostrat altament interessat en donar suport a la difusió d'aquest programa. Hi vaig fer una xerrada informativa el 31/1/02.
4. L'escola privada "Nostra Senyora de Lourdes" m'ha sol·licitat un curs d'assessorament adreçat a tot el claustre per tal d'implementar a l'escola el programa el proper curs (2002-2003)
5. El Dr. Rafael Bisquerra, catedràtic del Departament del M.I.D.E. (Mètodes d'Investigació i

Diagnòstic de l'Educació) de la Facultat de Pedagogia em va demanar que impartís una classe a un curs de Doctorat sobre "Educació emocional," en la que vaig explicar l'experiència descrita en l'apartat 17. (13/2/02)

6. La facultat de Pedagogia de la U.B. que està organitzant un Post-grau sobre Educació Emocional pel curs vinent, ha demanat la meua col·laboració ja que reconeixen l'interès de la meua experiència i els sembla que cal que tingui difusió entre les noves generacions de futurs ensenyants.

19. Valoració.

Els resultats de l'experiència duta a terme a l'I.E.S. Montserrat a quart d'E.S.O durant aquest curs (2001-2002) han ultrapassat les meves expectatives i m'han confirmat la utilitat de destinar uns minuts inicials de la classe a impartir unes quantes tècniques senzilles de control de la respiració per a la relaxació atenta. Els resultats han estat els següents:

- **Canvi notable del clima de la classe.** Les rialles per part d'alguns alumnes al principi són normals – són indicatives de l'energia continguda i no cal donar-li cap importància- i van desapareixent ràpidament al comprovar l'interès i la seriositat amb que els seus companys es prenen aquest treball.
- **Participació majoritària encara que variable** (alguns alumnes hi participen de forma irregular, quan els ve de gust) però respectant sempre el treball dels altres alumnes de la classe.
- Els alumnes amb **conductes problemàtiques** van respondre amb interès i curiositat. El nivell de conflictivitat de la classe a l'hora de Ciències Socials va minvar de manera clara. A tall d'exemple, tot i tractar-se d'un grup especialment conflictiu, no vaig haver d'expulsar a un sol alumne al llarg de tot el curs.
- **Després de la pràctica de relaxació i/o respiració, l'ambient de la classe era molt més distès** i els alumnes van experimentar un augment de la seva capacitat d'atenció i de concentració. Per tant, el seu rendiment acadèmic va millorar. També a mi, com a professora, m'era molt més fàcil captar el seu interès i fer les classes més amenes, fins i tot, en hores "difícils" com les últimes del matí o de la tarda.
- **Quan hi havia un examen o prova**, incrementava la intensitat de les tècniques, i els alumnes, en general, milloraven el seu autocontrol i, per tant, **disminuïa la seva ansietat.**
- **La resposta dels pares a la utilització d'aquestes tècniques ha estat positiva i reconfortant.** Ho he constatat a través de preguntes directes als alumnes, entrevistes amb pares i tutors, qüestionaris, etc.

El programa és una forma de prevenció inespecífica, que pot tenir efectes positius en l'equilibri global tant dels docents com dels nois i noies que estudien Secundària. Busca ensenyar recursos, que fins ara només es troben fora de l'escola, que puguin ajudar al ple desenvolupament de la personalitat dels adolescents i ajudin a relaxar als professors en la seva tasca docent. **Introdueix un factor de qualitat en el Sistema Educatiu, amb instruments molt senzills. Només cal que la comunitat educativa s'adoni que és molt més útil incidir en les causes de l'actual desconcert en les escoles que en les conseqüències.** Com diu F. Capra:

**"Hay soluciones sencillas para los principales
problemas de nuestro tiempo, algunas muy sencillas,
pero requieren un cambio radical en nuestra percepción,
en nuestro pensamiento, en nuestros valores."**

La Trama de la Vida

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PROJECTE DE SUPORT A L'ESCOLARITZACIÓ DE POBLACIÓ INFANTIL AMB MALALTIES DE LLARGA DURADA.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: AFANOC (Associació de Familiars i Amics de Nens Oncològics de Catalunya) / UB- VIRTUAL

Persona de contacte: Anna Garcia Roda / Joaquim Daurella

Telèfon de contacte: 93.237.79.79 / 93.241.39.68

Correu electrònic de contacte: afanoc@ctv.es / jdaurella@ubvirtual.com

3. Breu Descripció de la proposta

Aquest projecte pretén crear una xarxa de suport a l'escolaritat dels nois i noies, però alhora no ha d'oblidar aspectes tan importants com la interacció social, la comunicació amb el seu entorn habitual, la relació amb la seva família, i altres aspectes, tots ells fonamentals per a mantenir un nivell acceptable de motivació i d'interès pels seus estudis.

4. Objectius.

L'objectiu de la prova pilot seria mantenir una vinculació social i no "perdre pistonada" dins el procés educatiu - cadascú en la mida de les seves possibilitats- de cada noi o noia afectat i d'edat compresa entre els 4 i els 16 anys.

La combinació d'ambdós factors contribueix molt positivament al manteniment d'una bona dinàmica global dels nois i noies en tractament amb vistes a un futura reinserció en l'activitat normal un cop superades les diferents fases alternants d'hospitalització i estada domiciliària.

5. Qui ho finança/ 6. Entitats col·laboradores

S'està treballant per què aquest projecte sigui finançat per diferents empreses privades relacionades amb el sector informàtic: com la IBM, Hewlett Packart, Fundació Telefònica, Edebé... i amb el suport de la Conselleria d'Ensenyament.

6. Entitats col·laboradores

7. Territori d'aplicació.

L'experiència pilot es portaria a terme amb nois i noies hospitalitzats a dos dels hospitals de referència: Hospital Materno Infantil de la Vall d'Hebron i Hospital de Sant Joan de Déu.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Aquesta experiència pilot es posaria en marxa per 30 nens/es malalts de càncer que en l'actualitat segueixen algun curs de Primària o d'Ensenyament Secundari Obligatori, és a dir, amb edats compreses entre els 4 i 16 anys.

Està previst, que aquesta experiència pilot es pugui transferir i adaptar a tots els nois/es hospitalitzats i/o de baixa al domicili, afectats per qualsevol malaltia de llarga durada que permeti abordatges similars.

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

El càncer infantil constitueix una de les entitats mèdiques més desconegudes per la població general, és una realitat dura i difícil i constitueix la segona causa de mortalitat infantil, només superada pels accidents

A Espanya es diagnostiquen cada any vuit-cents nous casos. A Catalunya hi ha dos-cents nous casos anualment

La evolució de la ciència mèdica i la recerca i comercialització continuada de nous fàrmacs i tractaments curatius d'aquest conjunt de malalties fan que la taxa de supervivència dels nois/es afectats sigui cada cop més elevada (un 70%), el que planteja un evident problema de com assegurar que els avui afectats continuïn vinculats d'una manera estable al seu propi procés educatiu, amb les especificitats que calgui contemplar atesa la llarga durada dels tractaments.

AFANOC treballa per tal de millorar la qualitat de vida dels nens amb malalties oncològiques, tenint en compte que tot i la importància que té el fet d'atendre i guarir la malaltia, cal valorar igualment, que aquests nens tenen les seves necessitats i sentiments i que per tant, cal tractar-los globalment tant a nivell psicològic, social i educatiu.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

En un principi, aquesta experiència pilot es portarà a terme a un conjunt de 30 nens/es.

Més endavant es vol fer extens a tots els nens/es amb malalties de llarga durada que han de estar llargs períodes ingressats a l'hospital o per diferents motius no poden assistir a l'escola.

A Espanya es diagnostiquen cada any 800 nous casos; a Catalunya 200 nous casos anualment.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

L'experiència pilot es portarà a terme als nois/es hospitalitzats, en tractament oncològic, a dos dels hospitals de referència: Hospital Materno-Infantil de la Vall d'Hebron i Hospital de Sant Joan de Déu. Aquest projecte es durà a terme tant a les aules hospitalàries, a les habitacions dels hospitals, als domicilis i al centre educatiu del nen malalt.

12. Quin sector o quina eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Internet ens proporciona un entorn de comunicació que afavoreix el desenvolupament d'experiències on intervien diversos participants, de zones geogràfiques diferents, però que alhora procura espais de treball compartits amb mitjans electrònics, àudio-visuals, gràfics i textuais que permeten l'intercanvi de continguts i d'experiències.

El fil que permetrà teixir aquesta xarxa de suport és Internet, és a dir una xarxa telemàtica que servirà de marc per al projecte, on tindrà lloc una part important de la interacció entre els diferents agents, i mitjançant la qual es podrà seguir l'evolució de cada nen/a independentment del lloc on es trobi.

13. Metodologia.

Aquesta xarxa telemàtica afavorirà la interacció social i educativa del noi/a. Aquesta interacció es produirà en relació a quatre escenaris diferents però interrelacionats en aquesta experiència: l'hospitalari, el centre d'origen, el centre de referència i amb la seva família i el seu entorn social habitual.

Aquesta xarxa també permetrà una connexió entre l'escola d'origen i/o l'escola de referència i el professor/tutor de l'hospital, que permetrà fer un seguiment de les assignatures i del procés educatiu del infant.

S'elaboraran materials d'estudi que facilitin l'autoaprenentatge a l'alumne i material per al professorat per tal de rebre una formació de sensibilització específica.

14. Antecedents

Tot i haver-hi aules hospitalàries en els hospitals, a vegades aquestes són insuficients en relació a la demanda educativa dels nens/es. En els dotze grans complexos hospitalaris de Catalunya, sols compten amb 17 mestres que atenen gran diversitat de problemàtiques i necessitats de diferents maneres. D'aquests, tant sols el 13% mantenen algun tipus de relacions amb els serveis exteriors al complex hospitalari, la qual cosa ens fa suposar l'elevat grau de dificultat que ha de representar per aquestes persones, atendre la gran quantitat d'alumnat, amb problemàtiques tan diverses, de forma integral. EL 87% de les Aules Hospitalàries de Catalunya no poden mantenir contactes amb les escoles d'origen del seu alumnat.

15. Any d'inici de l'experiència.

Aquesta experiència pilot podria iniciar-se en el curs acadèmic 2002/03, de l'octubre de 2002 al juny de 2003, sempre i quan aquest projecte pugui ésser aprovat i es pugui posar en marxa el més aviat possible.

16. Durada i Fases.

Aquesta experiència pilot podria iniciar-se en el curs acadèmic 2002/03, de l'octubre de 2002 al juny de 2003, sempre i quan es pugui ésser aprovat i es pugui posar en marxa el més aviat possible.

17. Què s'ha fet fins ara.

Aquest projecte s'acaba de dissenyar i s'ha basat en altres experiències exitoses similars i en funcionament dins de la UE i Canadà.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Es voluntat d'AFANOC involucrar en aquest projecte en primer lloc al Departament d'Ensenyament, com a màxima autoritat educativa, així com a un conjunt d'empreses i institucions que podrien vincular-se al mateix amb perfils ben definits (com a prescriptors, com a facilitadors i/o com a co-financiadors).

19. Valoració.

Tenint en compte el nombre creixent de nens/es que sobreviuran a malalties que fins ara ens semblaven incurables, com podria ser el càncer, es fa imprescindible la elaboració d'eines que permetin als professionals de l'ensenyament garantir una integració escolar i social el més òptima i efectiva possible.

I aquestes eines venen de la mà de les noves tecnologies, obrint les portes de cada casa, de cada escola, de cada aula hospitalària.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

TALLERS DE NOVES TECNOLOGIES PER A LA GENT GRAN - PARTICIPACIÓ BARCELONA 2002.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Ajuntament de Barcelona, Serveis Participació Social

Persona de contacte: Pilar Solanes i Salse

Telèfon de contacte: 93 413 26 12

Correu electrònic de contacte: psolanes@mail.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

Apropar les tic's a la gent gran.

4. Objectius.

- Conèixer les possibilitats de les noves tecnologies com a eina de comunicació, participació, informació i oci.
- Saber com fer servir els ordinadors i Internet per a participar en comunitats virtuals i comunicar-se amb d'altres persones i col·lectius.
- Desenvolupar actituds positives envers les tecnologies.

5. Qui ho finança.

AJUNTAMENT DE BARCELONA

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....□

Districte:.....□

Altres:.....□

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) □

Adults (26 a 65 anys) □

Joves (12 a 25 anys) □

Gent gran (des de 66 anys) X

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

El taller està adreçat a persones majors de 60 anys que no tinguin coneixements o habilitats prèvies d'ús dels ordinadors i Internet.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 □

+ 100 □

+ 500 □

+ 50 □

+ 250 □

Altres:..... X

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família □

Escola □

Treball □

Barri □

Lleure X

Altres:.....□

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa □

TV □

Internet X

Ràdio □

Cinema □

Altres:.....□

13. Metodologia.

Primera sessió: L'ordinador i Internet, primers passos.

Com s'encén i apaga l'ordinador ?

L'ús del ratolí

Què és Internet ?

Segona sessió: Internet i cerca d'informació: les pàgines web i l'ús dels cercadors.

Webs, enllaços i navegació per Internet

Guardar les nostres webs favorites.

Cerca d'informació a Internet.

Tercera sessió: Internet i comunicació: ús del correu electrònic.

Adreces i bústies de correu electrònic.

Llegir i enviar correu

Quarta sessió: Internet i participació: els fòrums de discussió i les converses en temps real

Què són els fòrums i com es participa?

Xats: què són i com es participa?

14. Antecedents.**15. Any d'inici de l'experiència.**

Any 2002

16. Durada i fases.

El curs consta de quatre sessions d'una hora i mitja de durada cadascuna. Els grups estaran formats per 20 persones com a màxim, conduïts per un professor amb experiència. Les sessions seran eminentment pràctiques i actives.

17. Què s'ha fet fins ara.

Preparació dels tallers i recerca de punts de connexió als espais de gent gran.

18. Difusió realitzada de l'experiència.**19. Valoració.**

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

EL PERIÓDICO DE L'ESTUDIANT

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: EL PERIÓDICO DE CATALUNYA

Persona de contacte: Xavier Martínez Chico

Telèfon de contacte: 93 265 53 53

Correu electrònic de contacte: : mchico@elperiodico

3. Breu descripció de la proposta.

Publicació mensual de 12 pàgines dirigida a joves de 12 a 18 anys.

4. Objectius.

Promoció de la lectura de la informació entre els joves. L'actualitat del món forma part de la publicació, però es fan prevaldre les notícies i reportatges de qüestions que afecten als joves: l'educació, l'ecologia, la tolerància... Els joves participen també directament mitjançant una pàgina de debat i una altra de cartes i de relació entre ells.

5. Qui ho finança.

EL Periódico de Catalunya compta amb la col·laboració d'institucions (Departament d'Ensenyament, Diputació de Barcelona i Ajuntament de Barcelona) i amb empreses privades (Gas Natural SDG SA, Enciclopèdia Catalana, Sociedad General de Aguas de Barcelona SA i Federació de Caixes d'Estalvi.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....**X Tota Catalunya**

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) **X 12 a 16 anys**

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:.....**X**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola **X**

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa **X**

TV ☐

Internet **X**

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

14. Antecedents.

15. Any d'inici de l'experiència.
1991

16. Durada i fases.
Curs Escolar: d'octubre fins al maig

17. Què s'ha fet fins ara.
Des d'aquest curs, hi ha una versió dels exemplars a la web de El Periódico

18. Difusió realitzada de l'experiència.
Cada mes s'imprimeixen uns 650.000 exemplars.

19. Valoració.
A més de les notícies i informacions específiques, El Periódico de l'Estudiant és utilitzat com a eina formativa dels professors.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PROTAGONISTES, JA!

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Associació DIOMIRA

Persona de contacte: Josep M. Villena i Segura

Telèfon de contacte: 933103367

Correu electrònic de contacte: diomira@diomira.org

3. Breu descripció de la proposta.

Edició de la revista *Protagonistes, ja!*, publicació bimestral que va néixer el juliol de l'any 2000 i s'adreça a un públic força heterogeni interessat en temes relacionats amb infants i adolescents. La revista posa en comú qüestions diverses que afecten la infància i l'adolescència, a la vegada que cobreix un buit informatiu en aquest àmbit. La dotació als professionals d'eines per a l'educació, la creació d'una plataforma de reflexió i debat i la formació en els valors en són els principals reptes. Qüestions de referència a la revista són, per exemple, els drets de l'infant, la promoció de la infància des dels organismes públics, les noves tecnologies, la cultura de la pau, etc.

4.Objectius.

Proporcionar una eina d'informació i comunicació, un espai de diàleg, d'intercanvi de bones pràctiques, etc., per a experts, agents socials i educadors d'infants i adolescents.

5.Qui ho financia.

DIOMIRA

6. Entitats col·laboradores.

Diputació de Barcelona i Ajuntament de Barcelona

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....☒

Terres de parla catalana

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys)

☒

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys)

☐

9.Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

La revista vol ser un espai de debat i d'intercanvi d'experiències per enriquir la tasca dels professionals que treballen amb infants i adolescents.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☒

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:..... ☒

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.Premsa **X**TV ☐Internet **X**Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Les normals en l'edició d'una revista periòdica. Hi ha una entitat editora de la publicació i un equip complet de professionals del periodisme que s'encarrega de la realització de cada un dels números, que tenen una periodicitat bimestral. La revista treballa els diferents gèneres periodístics: article, reportatge, entrevista,... i compta amb diferents seccions: Medi ambient; L'opinió dels protagonistes; Iniciatives cíviques; Educació; D'altres parts del món; Navegant per la xarxa; Espais d'acció; L'Imaginari; ...

14. Antecedents.

L'Associació Diomira va començar la seva activitat el 1987, assumint el projecte de la revista *Entrejóvenes*. Redactada en castellà i amb periodicitat bimestral, es tracta d'una publicació dedicada a temes relacionats amb la joventut i que s'articula entorn un monogràfic on es tracta un tema en profunditat. El 1982 neix *Papers de Joventut*, també bimestral, revista en català que s'ha consolidat com un útil instrument al servei dels joves i de tots els agents socials que hi estan vinculats, com tècnics de joventut i responsables d'associacions. El projecte de *Protagonistes, ja!*, de la seva banda, va sorgir en constatar la manca de publicacions específiques en el sector de la infància i l'adolescència i d'espais de reflexió i d'intercanvi d'experiències per als professionals que treballen en aquest camp.

15. Any d'inici de l'experiència.

Any 2000.

16. Durada i fases.

Durant l'any 1999 es va preparar el disseny i els continguts de la publicació. A partir de l'any 2000, es va iniciar l'edició trimestral de la revista, aportant sempre continguts d'interès sobre el món de la infància i la joventut, i adreçats als professionals que hi treballen.

17. Què s'ha fet fins ara.

Edició de 12 números, en què s'han tractat diferents temes: els Drets dels Infants i la vulneració d'aquests drets, les Polítiques d'Infància, els Consells Escolars, els Consells d'Infants, la Participació, la Promoció de la Cultura de la Pau, la Coeducació, ...

18. Difusió realitzada de l'experiència.

A través dels punts habituals de distribució de la publicació i donant-la a conèixer tot aprofitant jornades i mostres d'entitats que tinguin relació amb el món de la infància i l'adolescència o bé de la premsa associativa o els mitjans de comunicació endegats per associacions.

19. Valoració.

La revista *Protagonistes, ja!* ha rebut una excel·lent resposta per part dels professionals que es dediquen en aquesta franja d'edat. Hem constatat un gran interès envers aquesta publicació per part dels centres educatius i entitats que es dediquen a la infància, però sobretot dels departaments de serveis socials i d'ensenyament dels ajuntaments, que troben en aquest mitjà un instrument idoni per donar a conèixer les seves iniciatives. La revista és, per tant, cada cop més utilitzada com a referent. Així mateix, el número de subscripcions experimenta un augment constant.

**GRUP D'EXPERIÈNCIES 2 :
LA PRODUCCIÓ MEDIÀTICA
AMB FUNCIO EDUCATIVA**

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT JORNADES TÈCNIQUES COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència:

SOM PERIODISTES !. CRÈDIT DE SÍNTESI DE 3R D'ESO.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Escola Virolai

Persona de contacte: Cristina Carré, Rosa Lupiáñez, M.José Miranda, Coral Regí

Telèfon de contacte: 932 846 343 / 932 846 458

Correu electrònic de contacte: virolai@virolai.com

3. Breu descripció de la proposta.

Els mitjans de comunicació són un factor protagonista en la societat d'avui i no es poden obviar en la formació escolar. Per això amb els nostres alumnes desenvolupem tota una tasca d'anàlisi i coneixement de diferents mitjans: diaris, revistes televisió i ràdio, així com del món de la publicitat.

En tots els cursos es realitzen diferents activitats i experiències però volem destacar el crèdit de síntesi de 3r d'ESO, **Som periodistes** ja que assoleix plenament els seus objectius, té un grau d'acceptació excel·lent per part dels alumnes i ens permet realitzar una activitat conjunta amb diferents entitats com Clot RTV-Sant Martí, Mitjans, Parcs i Jardins, La Vanguardia i Catalunya Ràdio

Com recull la **Declaració sobre Educació dels Mitjans de la UNESCO -1982-**, entitat a la qual l'Escola Virolai està associada:

L'educació en comunicació ha d'anar més enllà de l'educació formal que s'imparteix a les escoles, ha d'implicar altres col·lectius socials i professionals per aconseguir una educació en comunicació global.

4. Objectius:

- Conèixer el món dels mitjans de comunicació- funcionament, gestió i producció- a partir de la pràctica
- Diferenciar els diferents llenguatges, nivells de comunicació i possibilitats de cada mitjà
- Conèixer i relacionar la tècnica que cal emprar amb el missatge que es vol fer arribar a un determinat sector de població.
- Valorar quin tipus d'informació es pot transmetre per cada mitjà, tot tenint present el temps de vigència de la informació.
- Aproximar als alumnes al llenguatge periodístic.
- Ensenyar a llegir el missatge audiovisual, per tal de saber decodificar i comprendre'n el sentit. Saber fer una lectura crítica.
- Incrementar la competència comunicativa oral i escrita dels alumnes.
- Fomentar les possibilitats del treball cooperatiu: Aprendre a realitzar un projecte, en equip.
- Conscienciar l'alumne de la importància del rigor i de la veracitat en la tasca periodística
- Provocar una reflexió en els joves sobre com fer servir la televisió.
- Desenvolupar la capacitat d'observació i d'anàlisi dels alumnes.
- Vincular els aprenentatges a la realitat que els envolta.
- Potenciar un model educatiu participatiu, actiu i grupal.
- Contribuir a la col·laboració i aproximació dels centres d'ensenyament i emissores locals de radiotelevisió.

5. Qui ho financia.

En els primers cursos vàrem tenir una subvenció per aquest projecte per part de Mitjans. En aquest moment es subvenciona per les famílies.

6. Entitats col·laboradores.

- Clot RTV-Sant Martí - Associació d'Amics de la Ràdio i la TV Clot-Camp de l'Arpa
- La Vanguardia

- Alenka
- Catalunya Ràdio
- Mitjans, Xarxa d'Educadors i Comunicadors.

7. Territori d'aplicació .

Alumnes de 3r d'ESO

8. Sectors de la població a qui es dirigeix

Joves (12 a 25 anys) **X**

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix

+ 25 **X**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència

Escola **X** Barri **X**

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa **X** TV **X** Ràdio **X**

13. Metodologia.

El mètode de treball és eminentment pràctic els alumnes incorporen coneixements des de la mateixa activitat amb un fort component vivencial.

Als alumnes se'ls planteja un tema de l'àmbit de les Ciències Experimentals: Diferència entre Parcs Naturals i Parcs Urbans. Aquest tema omple de contingut els productes que els alumnes elaboraran durant el Crèdit de Síntesi. El tema s'aborda des d'una perspectiva interdisciplinària. Primerament en les setmanes anteriors s'imparteixen classes teòrico-pràctiques pels professors de l'Escola.

Els alumnes treballen en grups de 4/5 persones establerts a partir de criteris d'afinitat personal i de complementaritat en les habilitats. El treball en equip dels alumnes els permet valorar les possibilitats del treball en equip, com es fa en la feina professional.

El crèdit s'inicia amb una conferència a càrrec de Clot RTV sobre la tasca dels periodistes i el paper social dels mitjans de comunicació. Aquesta conferència es complementa amb un dossier teòric sobre ràdio, televisió i premsa escrita.

Després s'inicien una sèrie de pràctiques que es realitzen en diferents tallers fora de l'Escola, per garantir que els alumnes estan sempre en contacte amb equipaments professionals.

Taller audiovisual:

Aprentatge bàsic de les tècniques de vídeo i enregistrament d'un vídeo sobre els Parcs urbans- Parc del Clot i Parquet dels Encants- i el Parc Natural del Montseny. La filmació es realitza amb càmeres professionals de Clot RTV i ressalta els trets diferencials d'ambdós tipus de parcs des del punt de vista natural, urbanístic i funcional. Els alumnes realitzen totes les fases de la producció del vídeo: edició, selecció i estructuració, muntatge, inserció de veus i sonorització musical.

Maqueta de ràdio

Gravació d'un programa de ràdio als estudis de Catalunya Ràdio

Gravació d'una maqueta de ràdio als estudis de Can Batllori a Viladecans.

Prensa escrita

Visita a les oficines centrals de La Vanguardia

Confecció d'un diari que recull el reportatge fotogràfic, les entrevistes realitzades al Parc Natural, articles d'opinió, reportatges, entreteniments. La premsa escrita té articles en català, castellà i anglès.

14. Antecedents.

L'experiència assoleix els seus objectius, perquè els alumnes han treballat sobre els diferents mitjans de comunicació des de les àrees de llengües i d'educació visual i plàstica. Això permet que els alumnes parteixin d'un bon nivell de formació. A l'àrea d'Educació Visual i Plàstica s'ha parlat dels diferents

tipus de plans, enquadraments, moviments de càmera, animació... A l'àrea de llengües s'ha treballat entre d'altres: els preguions, el guió literari i l'escaleta d'enregistrament. També s'han fet exercicis de dicció, s'ha practicat la notícia reportatjada.... Però és durant el Crèdit de Síntesi que aquests coneixements s'amplien, es reforcen i finalment es posen en joc per elaborar els productes finals: els programes de ràdio, el diari i el reportatge de TV.

La tasca del crèdit es continua a 4t d'ESO a l'àrea d'Educació Visual i Plàstica en el treball sobre Comunicació i Publicitat.

15. Any d'inici de l'experiència.

Fa quatre cursos que realitzem aquesta experiència.

16. Durada i fases.

Fase I

- Preparació prèvia a l'aula sobre continguts i tècniques de treball des de totes les àrees
- Xerrada introductòria sobre el periodisme

Fase II

- Jornades de formació sobre tecnologies audiovisuals

Fase III

- Realització de la maqueta de ràdio, la revista i el vídeo

Fase IV

- Exposició oral del procés

Fase V

- Lliurament de tots els materials treballats

17. Què s'ha fet fins ara.

Aquesta experiència s'ha portat a terme durant aquests quatre cursos. Cada curs un cop avaluat el seu funcionament i a partir especialment de les opinions dels mateixos alumnes hem anat millorant les diferents fases de l'experiència.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

L'experiència ha estat recollida per Mitjans i aquest curs ha estat presentada com a treball final de curs al voltant del tractament dels Mitjans de comunicació a l'ensenyament secundari, per un grup d'alumnes de Comunicació Audiovisual de la Universitat Ramon Llull.

Els programes de ràdio realitzats pels alumnes s'han emès per Catalunya Ràdio, en el programa "Patim patam, patum".

19. Valoració.

Després de quatre cursos de realització d'aquesta experiència la nostra valoració és altament positiva ja que s'assoleixen els objectius proposats i els materials realitzats pels alumnes que, són de gran qualitat, i els alumnes valoren amb un grau de satisfacció molt alt aquesta experiència, tot i l'esforç que realitzen.

Aquesta concepció de Crèdit de Síntesi posa molt més l'accent en el procés que en el producte final. Els alumnes esdevenen els autèntics protagonistes del seu aprenentatge, és una molt bona forma d'establir nexes entre realitat -món professional- i Escola. Els alumne són protagonistes, autors i productors dels seus propis missatges audiovisuals, ja no són receptors com sempre.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

RÀDIO DRASSANES

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: CEIP Drassanes

Persona de contacte: Anna Pérez, Maria-Antònia Soler

Telèfon de contacte: 93 318 97 33

Correu electrònic de contacte: ceipdrassanes@centres.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

Creació de la ràdio escolar a través d'internet.

Amb aquesta experiència educativa pretenem poder atendre a la diversitat del nostre alumnat (molta diversitat, tant pel que fa als orígens, llengües i cultura com pel que fa als ritmes d'aprenentatge) reforçant el paper de cadascun d'ells: tots tenen un paper dins el programa de ràdio, i no n'hi ha cap que sigui més important que un altre.

Amb **Ràdio Drassanes** utilitzem les eines multimèdia per a millorar la tasca educativa pel que fa a les competències bàsiques de la llengua catalana i al mateix temps treballem els aspectes d'autoestima dels nois i noies, ja que tots poden fer molt i tots són molt importants.

A més a més, d'una forma agradable i divertida se n'adonen que són capaços de treballar amb responsabilitat i que utilitzen el català tant a nivell escrit com oral, i que ho fan sense problemes.

Amb la ràdio del CEIP Drassanes pretenem obrir un espai de participació i comunicació, que els nens i nenes de l'escola s'expressin dins l'entorn del seu barri i que donin a conèixer les seves experiències.

4. Objectius.

Treballar la notícia periodística fomentant la comprensió lectora.

Conèixer les diferents tipologies de programes de ràdio: informatius, musicals, magazine...

Saber realitzar una entrevista treballant l'estructura d'un diàleg.

Utilitzar el català com a vehicle normalitzat de comunicació.

Saber expressar les diferents opinions amb respecte.

Elaborar un guió escrit previ a la gravació.

Organitzar-se per grups per tal de repartir tasques i responsabilitats.

Memoritzar frases i millorar l'agilitat lectora per poder fer una bona gravació del programa.

Gaudir amb la ràdio.

5. Qui ho financia.

No hi ha finançament.

6. Entitats col·laboradores.

Ravalnet (Xarxa Ciutadana del barri del Raval que allotja en el seu servidor els programes)

XTEC-Ràdio (promocionant la nostra experiència educativa linkant la nostra web en el seu apartat)

Aula Mèdia (promocionant la nostra experiència educativa linkant la nostra web en el seu apartat)

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....**X (Raval)**

Districte:.....☐

Altres:.....**X Internet (és a dir que es**

poden escoltar els programes des de qualsevol lloc del món.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒ Adults (26 a 65 anys) ☐
Joves (12 a 25 anys) ☐ Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

És l'alumnat de la nostra escola. Va adreçada concretament al Cicle Superior de Primària

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☒ + 100 ☐ + 500 ☐
+ 50 ☐ + 250 ☐ Altres:..... ☒ (cada curs escolar són alumnes diferents)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola ☒ Treball ☐
Barri ☒ (col.laboració amb entitat de barri -Ravalnet-) Lleure ☐
Altres:.....☒ Internet

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐ TV ☐ Internet ☒
Ràdio ☒ Cinema ☐ Altres:.....☐

13. Metodologia.

Grups de treball i Treball per projectes

14. Antecedents.**15. Any d'inici de l'experiència.**

Curs 1999-2000 (curs en que es comença a planificar)
Curs 2000-2001 (primeres emissions)
Curs 2001-2002 (continuació del projecte)

16. Durada i fases.

Fases: Presentació de l'activitat als alumnes

Visita a emissores de ràdio

Escollar diferents programes de ràdio

Parlar amb una periodista

Organització per grups:

Cada grup de treball realitza un programa de ràdio

Han de triar com es diu el programa, sobre què parlarà, a qui entrevistarà, quines músiques necessitarà...

Elaboració del guió

Assaig del programa

Gravació del programa

Escollar els diferents programes per Internet

Durada: Aproximadament, l'elaboració de cada programa: 2-3 mesos.

Escollar el producte final és atemporal, ja que estan penjats a Internet i es poden sentir sempre i des de qualsevol lloc.

17. Què s'ha fet fins ara.

Programes realitzats: A Ràdio Drassanes podeu escoltar els següents programes:

- Sí sí Drassanes sí!!!
- La ràdio del món
- La ràdio informativa

- Entrevista amb Sebastià Sorribas.
- Entrevista a la gent del Barri.
- Els matins del Drassanes
- Raval Plus
- Hola Raval

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Internet:

Web de l'escola:

www.xtec.es/ceipdrassanes

Web de Ravalnet

<http://www.ravalnet.org/ravalmedia/espacio/drassanes/>

Web de la Xtec Ràdio

<http://www.xtec.es/radio/sintonitza.htm>

Web d'Aulamèdia

<http://www.aulamedia.org/aula2.htm>

19. Valoració.

La valoració que fem és molt positiva ja que s'aconsegueixen els objectius plantejats i els nens i nenes estan orgullosos del treball realitzat.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

FOMENT DE L'ASSOCIACIONISME JUVENIL A RADIO CARMEL

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: IESM Ferran Tallada / AJARHG-Radio Carmel

Persona de contacte: Jordi Noya i Alsina, Noemí Guarner Duran, Carlos Ortega

Telèfon de contacte: 933577614, 933577614, 934299141-933583968

Correu electrònic de contacte: jnoya@pie.xtec, xoje@yahoo.es, radiocarmel@yahoo.com

3. Breu descripció de la proposta.

Creació d'un equip de treball d'entre els alumnes de l'IES, amb la formació tècnica i complementària necessària per engegar un programa a Radio Carmel.

4. Objectius.

Informació als joves sobre els recursos tècnics i lúdics del barri en general i de l'Espai Jove Boca Nord en particular. Gènesi d'un equip de treball que permeti dur endavant la proposta. Adquisició d'hàbits en el treball en equip i en la responsabilitat. Execució d'un programa radiofònic en l'àmbit del barri.

5. Qui ho financia.

En tràmit amb l'Ajuntament, Radio Carmel - El Boca Nord.

6. Entitats col·laboradores.

Radio Carmel, El Boca Nord

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☒

Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Obrir els marges d'edat de les persones que participen a la ràdio. Proposta dels tècnics de joventut del districte i del director de la ràdio, donades les condicions dels joves del barri (ofertes lúdico-culturals, situacions de risc social, capacitació...). Com a base del diagnòstic els alumnes han utilitzat l'estudi elaborat per "Carmel Amunt" (Barcelona 2001).

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☒

+ 250 ☐

Altres:..... ☐ **Sobre les 50 es formarà**

l'equip (3-9 persones)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☒

Lleure ☒

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☐

Internet ☐

Ràdio ☒ X

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

Es una acció dels alumnes del CFGS ASC del centre per dinamitzar als joves menors de 16 anys en una experiència territorialment propera, d'interès cultural, en temps de lleure i amb la finalitat d'activar recursos de caràcter comunitari. La seqüència de la intervenció serà: Informació, Motivació, Participació, Formació, Execució.

14. Antecedents.

AJARHG té experiència en formació de joves en el món de la ràdio.

15. Any d'inici de l'experiència.

2001

16. Durada i fases.

Al mes d'octubre està prevista la presentació del projecte als joves estudiants (6 h) que haurà de complementar-se amb una visita a l'EJ Boca Nord. Al mes de novembre haurà de realitzar-se la formació dels joves (12 h) que al més de desembre realitzaran 8 hores de programa (+ avaluació). A partir de la valoració s'engegarà una segona etapa (gener 2003) amb un grup de treball estable i una programació fixada.

17. Què s'ha fet fins ara.

Diagnosi dels interessos i necessitats dels joves del barri que estudien al centre (elaboració/execució i anàlisi d'enquestes); planificació de les fases d'intervenció; gestió dels processos per engegar l'experiència. Es prepara un conveni de relació IES Ferran Tallada-EJ Boca Nord. La realització d'una prova pilot de febrer a juny (4 mesos) ha donat resultat òptims.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Només vinculada amb el treball que s'ha anat realitzant (preparació del projecte, enquestes, prova pilot...). La difusió formal s'inicia al mes d'octubre del 2002.

19. Valoració.

Valorem l'interès de l'experiència en tres àmbits: Col·laboració entre entitats del barri i nivells d'alumnes diferents del propi centre; aprenentatge d'habilitats socials, comunicatives i tècniques per part dels nois i aprofitament dels recursos existents en el territori, amb la idea de poder presentar el conveni i els resultats de l'experiència com a pista per a properes experiències en l'entorn dels joves - els mitjans de comunicació - dinamització ciutadana.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

A NAVEGAR! CERTAMEN DEL PORTAL EDUCATIU EDUCARED.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Fundació Pere Tarrés

Persona de contacte: Albert Huerta i Molina

Telèfon de contacte: 93 430 16 06

Correu electrònic de contacte: serveiseducatiu@peretarres.org

3. Breu descripció de la proposta.

El certamen ¡A Navegar! pretén fomentar l'ús de les noves tecnologies a l'aula com a eina per assolir els objectius curriculars. Consisteix en la realització de treballs relacionats amb alguna de les matèries curriculars del sistema educatiu. Els treballs es realitzen pels escolars, amb la col·laboració dels professors, mitjançant la utilització d'eines i recursos educatius que els hi oferim a través del portal educatiu EducaRed. Els treballs consisteixen en un treball d'investigació i són dissenyats i editats en format de pàgina web. Finalment són premiats els millors treballs presentats.

4. Objectius.

Els objectius que perseguim a través d'aquest projecte són:

- Introduir i fomentar l'ús de les noves tecnologies dins de l'aula.
- Oferir al professorat eines per ajudar-lo en la utilització de les noves tecnologies com a eina per treballar els continguts curriculars.
- Familiaritzar als nens i les noies amb les tecnologies de la informació i la comunicació.
- Potenciar la creació de materials curriculars en format web.

5. Qui ho finança.

Aquest projecte està finançat per la Fundació Telefónica en la seva totalitat.

6. Entitats col·laboradores.

L'entitat col·laboradora del projecte és la Fundació Pere Tarrés. És l'encarregada d'organitzar i portar a terme totes les fases del projecte i d'oferir els serveis de suport als participants.

7. Territori d'aplicació .

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres.....☒

Dirigit a tot l'estat espanyol

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys)

☒

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys)

☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

El projecte va dirigit al Cicle Superior de Primària, Secundària, Batxillerat i Cicles Formatius de Grau Mig. A més també va dirigit a tot el professorat d'aquests nivells educatius.

Els participants es reparteixen en cinc categories: Cicle Superior de Primària, Primer Cicle d'ESO, Segon Cicle d'ESO, Batxillerat i Cicles Formatius de Grau Mig.

La raó per escollir aquests col·lectius radica en la necessitat de familiaritzar als nois i les noies des d'edats primerenques amb la utilització d'Internet i el disseny de pàgines web. Les etapes educatives escollides són les que presenten un recorregut curricular en el que més s'adapta la utilització de les noves tecnologies.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐ + 100 ☐ + 500 ☐
+ 50 ☐ + 250 ☐ Altres: 4000..... **X**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola **X** Treball ☐
Barri ☐ Lleure ☐ Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐ TV ☐ Internet **X**
Ràdio ☐ Cinema ☐ Altres:.....☐

13. Metodologia.

Els participants en el projecte han de realitzar un treball d'investigació sobre qualsevol tema relacionat amb el currículum de cada etapa escolar. Durant tot el curs van recopilant informació i dissenyant la pàgina web on mostraran el resultat de la seva investigació.

La metodologia que utilitzem en el projecte és d'un constant contacte amb el professorat i l'alumnat que participa, ja sigui per telèfon o correu electrònic, en totes les fases del certamen.

Els professionals que porten el projecte realitzen tota una tasca d'assessorament i orientació tant a nivell de continguts com en aspectes tècnics cap als participants. Es realitzen publicacions de diferents articles, idees per l'aula, butlletins mensuals, web del certamen, etc.

14. Antecedents.

El projecte porta tres anys en funcionament amb una participació de més de 3000 grups i un total d'uns 12000 alumnes participants. Cada any notem un augment en la participació tant de centres escolars com de grups.

Durant el curs escolar 2002/2003 es realitzarà la quarta edició del Certamen.

15. Any d'inici de l'experiència.

L'inici de l'experiència va ser durant el curs escolar 1999-2000.

16. Durada i fases.

El projecte té quatre fases ben diferenciades:

- Contacte i inscripció dels participants: Aquesta fase sol ocupar el primer trimestre del curs. Durant aquest període hi ha tota una feina de transmissió de la informació i assessorament en les inscripcions.
- Elaboració dels treballs: En aquesta fase els grups es posen a treballar en els seus projectes-pàgines web, sempre amb l'assessorament i l'ajuda que necessitin de l'equip d'animació del projecte.
- Lliurament de treballs: És el període destinat perquè els grups presentin aquella feina que han fet, ho fan a través de la pàgina web amb el suport de l'equip d'animació per solucionar qualsevol problema que es pogués presentar.
- Correcció treballs i lliurament de premis: Un equip de persones especialitzades realitzen les correccions de les pàgines, tant a nivell de contingut com a nivell tècnic, realitzant una primera selecció de treballs. Finalment, un jurat format per diferents personalitats del món acadèmic i empresarial adjudica els premis de cada una de les categories.

17. Què s'ha fet fins ara.

Fins ara i durant els tres anys que portem de funcionament del projecte, s'han organitzat tres edicions del certamen amb un considerable augment en la participació. Cada any es detecta un gran interès en el projecte i un augment de la qualitat en els treballs presentats.

Durant aquests tres anys s'han editat més de 45000 pàgines web amb continguts curriculars per part dels centres participants i tot una sèrie de materials de suport per al professorat i l'alumnat.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

La difusió es realitza a tots aquells centres que estan inscrits al portal educatiu EducaRed (més de 10.000 en tot l'Estat espanyol), a través de carta, telèfon i correu electrònic.

19. Valoració.

La valoració en aquests tres anys és del tot positiva, tant en els resultats de participació obtinguts com en la satisfacció demostrada per part dels professorat.

Cada any quan finalitza el projecte es fa una enquesta de satisfacció entre els participants sobre totes i cadascuna de les iniciatives implementades. El professorat sempre ha valorat el projecte de manera positiva, superant la nota el notable.

La participació en el certamen a la zona de Barcelona ha sigut una mica baixa. De fet, Catalunya és la comunitat autònoma amb una participació més baixa. En els darrers tres anys han participat unes 20 escoles de Barcelona província amb uns 30 grups. Algunes d'aquestes escoles han rebut premis per la qualitat dels seus treballs: un tercer i un quart premi.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

EL PERIÓDICO A L'ESCOLA.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Tasca, Projectes d'Animació Sòcio-cultural – El Periódico de Catalunya

Persona de contacte: Ricard Martínez / Núria Homs

Telèfon de contacte: 93 211 49 73

Correu electrònic de contacte: nuriah@tasca1.com

3. Breu descripció de la proposta.

El Periódico a l'escola és un programa educatiu adreçat a l'ESO amb el que es pretén apropar els nois/es al món de la premsa escrita. El programa consta de tres activitats diferents: activitat a l'escola (elaboració d'un diari amb el grup-classe), visita a la redacció (visita i activitat a la redacció de El Periódico) i visita a la planta d'impressió (visita i activitat a la rotativa de Parets del Vallès). Com a novetat del curs 01-02 s'han realitzat dos Tallers de periodisme (monogràfics amb una durada d'una setmana) adreçats a nois/es especialment interessats pel món del periodisme.

4. Objectius.

- Sensibilitzar els ciutadans de la importància dels mitjans de comunicació en general i de la premsa escrita en particular.
- Desenvolupar activitats de suport pedagògic al professor de secundària.
- Fomentar l'esperit crític, la llibertat d'expressió i els valors democràtics de la premsa lliure.
- Fomentar entre la població jove l'interès per la cultura, la informació, la lectura en general, i de la premsa, en particular.

5. Qui ho financia.

El Periódico de Catalunya

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació (marcar amb X les caselles corresponents).

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres.... tot Catalunya

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☒

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola ☒ Treball ☐
Barri ☐ Lleure ☒ Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☒ TV ☐ Internet ☐
Ràdio ☐ Cinema ☐ Altres:.....☐

13. Metodologia.

Joc de rol. Treball en equip. Metodologia lúdica i participativa.

L'activitat a l'escola consisteix en convertir l'aula en una redacció. Això vol dir que els nois/es assumeixen diferents rols en funció del professional que els toqui representar (redactors de secció, fotògraf, maquetador, cap de secció). Per a l'elaboració del diari, s'ha de seguir un horari molt pautat que fa que l'activitat sigui molt dinàmica i fins i tot estressant (es tracta de fer una simulació el més real possible). Els nois s'organitzen per seccions i han de prendre moltes decisions, això vol dir que el treball en equip és un element clau de l'activitat.

Les visites a la redacció i a la rotativa són visites guiades però inclouen una activitat de reflexió i anàlisi del que estan observant.

14. Antecedents.**15. Any d'inici de l'experiència.**

El programa es va iniciar el curs 98-99.

16. Durada i fases.

El programa es porta a terme durant tot el curs escolar. Durant els períodes de vacances es realitzen activitats a altres àmbits fora de l'entorn escolar (casals d'estiu, casals de joves, punts d'informació jove, etc.).

17. Què s'ha fet fins ara.**18. Difusió realitzada de l'experiència.**

El programa es va presentar en les Jornades del PEC de l'any 2000.

19. Valoració.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

HOLA NENS

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Barcelona Televisió

Persona de contacte: Lola Abelló Planas

Telèfon de contacte: 93 268 89 00

Correu electrònic de contacte:

3. Breu descripció de la proposta.

Un programa en què la televisió va a l'escola i l'escola va a la televisió.

4. Objectius.

Aquest taller de col·laboració, entre l'escola de primària i la televisió municipal, té com objectiu bàsic dotar als nens i nenes de les eines per conèixer la televisió, els seus llenguatges i aprendre a utilitzar-la per arribar a ser telespectadors crítics i constructius.

5. Qui ho finança.

Neix del conveni entre BTV i L'IMEB.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....□

Districte:.....□

Altres:.....□

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) X

Adults (26 a 65 anys) □

Joves (12 a 25 anys) □

Gent gran (des de 66 anys) □

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Perquè els infants es familiaritzin amb els llenguatges televisius i les notícies, amb la col·laboració de les famílies, des de petits i aprenguin a processar la informació.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 □

+ 100 □

+ 500 □

+ 50 □

+ 250 □

Altres:..... Depèn de si és una escola

d'una línia o de dues.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família □

Escola X

Treball □

Barri □

Lleure □

Altres:.....□

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa □

TV X

Internet □

Ràdio □

Cinema □

Altres:.....□

13. Metodologia.

1.-Treballar la informació a l'escola. Les notícies: Què és notícia pels infants? Cal buscar la notícia a les diferents fonts, normalment altres mitjans de comunicació, premsa escrita... Tot el que succeeix al seu voltant pot ser notícia, cal saber observar, triar, contrastar i elaborar la notícia per establir la comunicació amb els receptors.

2.- La màgia de la TV. Entrar dins els paràmetres del temps i espai que imprimeix el caràcter d'urgència de la televisió. Tot succeeix molt de pressa quan la mires, però al darrera hi ha un llarg treball que cal fer en un ritme molt diferent al de classe.

3.- El pas de consumir a produir. Reconèixer els codis de cada llenguatge i amb el qual estem aprenent com a eines. Fer guions, expressar-se davant de la càmera, simular no llegir, controlar els nervis.

14. Antecedents.

Des del mes d'octubre de 1998, vam portar a terme el programa pilot de l'experiència, que llavors es deia "Des de l'escola" a l'Escola Municipal Patronat Domènech. Un cop experimentat, ha passat a formar part del programa infantil "Hola nens", amb altres espais de format propi com l'Agenda, coses per fer el cap de setmana amb la canalla, i dibuixos animats.

15. Any d'inici de l'experiència.

1998.

16. Durada i fases.

El programa "Hola nens" té una durada de mitja hora, tots el dissabtes i diumenges de 9 h. a 9'30 h. i s'emet tot l'any, perquè de nens i nenes n'hi ha tot l'any. La part que fem en col·laboració amb els centres de primària de la ciutat té la durada del curs escola. En un trimestre col·laboren dues o tres escoles. Després enregistrem "càpsules", petits reportatges d'activitats que es poden portar a terme a Barcelona en el temps de vacances, a on sempre el protagonista és l'infant.

17. Què s'ha fet fins ara.

Portem des de 1998 fins el dia d'avui, novembre de 2002 ininterrompudament entrant en les llars on hi ha criatures a Barcelona.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Presentació del programa "Hola nens" a la Jornada de la Televisió Educativa al Observatori Europeu de la Televisió Infantil. Dins el III FESTIVAL INTERNACIONAL DE TELEVISIÓ DE BARCELONA, 1999. Presentació de l'experiència pilot a les III JORNADES SOBRE COMUNICACIÓ I EDUCACIÓ, dins el marc d'EDUCACIÓ I TELEVISIÓ LOCAL. Novembre de 2000.

19. Valoració.

Hem observat com la fascinació per tot el que surt per la petita pantalla es va transformant en un sentit crític. El fet de traspassar la pantalla i ser-ne els protagonistes, observar la pròpia imatge i escoltar la pròpia veu, fa que es desmunti la màgia i s'aguditzi el sentit crític en veure les dificultats que comporta la producció. Els nens i les nenes de la franja de deu a dotze anys assoleixen molt bones competències, tant en el domini del llenguatge audiovisual com en la seva producció. També ha estat remarcable els diferents interessos informatius que han mostrat els infants segons l'entorn social.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

EL NOSTRE BARRI

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: IES LA MINA

Persona de contacte: Antonio Leganés Pareja

Telèfon de contacte: 93 381 1816

Correu electrònic de contacte: a8040151@centres.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

Aquesta iniciativa pretén donar la possibilitat als alumnes de l'IES La Mina, des de 1r. d'ESO, d'entrar en contacte i aprofundir en l'ús expressiu i comunicatiu de la producció audiovisual i també en el coneixement del seu barri (entitats que existeixen, canvis urbanístics i socials que es preveuen per al barri, activitats que es desenvolupen...). Per aconseguir-ho, el primer any (el curs 2001-02) es va portar a terme un taller de reportatge de TV fent servir el mitjà audiovisual com a eina d'aproximació i investigació.

Un dels objectius bàsics d'aquesta iniciativa és donar la possibilitat als nois i noies de l'IES La Mina de poder explicar a altres persones com és el seu barri i alhora poder desmitificar i donar una visió diferent del mateix. La Mina és considerat un dels barris més degradats de la zona metropolitana, i sovint és només conegut per problemes de delinqüència i desestructuració social.

Per portar a terme aquest treball d'investigació *in situ*, els alumnes van seguir tots els passos necessaris per a la creació d'una producció audiovisual: recerca d'informació sobre el barri, entitats, activitats, història, projectes urbanístics...; preparació de les entrevistes i producció de les mateixes, pre-guio de gravació, gravació, visionats i edició del reportatge.

4. Objectius

1. Saber reconèixer i identificar els mecanismes i recursos bàsics del llenguatge audiovisual cinematogràfic.
2. Analitzar i valorar críticament qualsevol text o document televisiu i cinematogràfic amb arguments propis i autònoms.
3. Aprendre les tècniques bàsiques de confecció i elaboració de guions.
4. Conèixer els elements bàsics de la tecnologia i el procés de realització i producció audiovisual.
5. Investigar i saber reflectir el barri i el poble en documents escrits i audiovisuals.

5. Qui ho finança

L'IES La Mina va aconseguir recursos per finançar l'activitat.

6. Entitats col·laboradores.

En la realització d'aquesta experiència, es va partir de l'una proposta conjunta de les entitats:

Clot RTV-Sant Martí

Drac Màgic

Teleduca, educació i comunicació

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....**X**

Districte:.....☐

Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) **X**

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motius pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Aquesta iniciativa s'adreça al sector jove de la població. El motiu és que, actualment vivim en una societat mass-mediàtica on els joves, especialment, consumeixen diàriament missatges audiovisuals sense la suficient capacitat com per descodificar-los. D'aquesta manera, reben informacions que no acaben d'analitzar amb capacitat crítica ni constructiva i per tant acaben assumint aquests missatges com a realitats absolutes. El resultat és la mimetització de tot allò que reben a través de la televisió.

Aquest és un dels motius pels quals considerem que és necessari començar a treballar amb els joves de la nostra societat i dotar-los de les eines i dels coneixements necessaris com per ser crítics, selectius i constructius amb tot allò que consumeixen diàriament a través dels mitjans de comunicació. D'altra banda, en el cas d'un treball de producció audiovisual amb alumnes de l'IES La Mina, ha pres també molta força la funció expressiva. Es tracta de nois i noies que sovint han vist només com els mitjans de comunicació donen una sola visió del seu barri, associant-lo a etiquetes negatives i basant-se en tòpics que no tenen en compte la vida quotidiana de bona part de la gent que hi viu. Per tant, per a ells suposava la possibilitat de mostrar que al seu barri hi ha moltes coses més que només delinqüència i drogues.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.+ 25 ☐+ 100 ☐+ 500 ☐+ 50 ☐+ 250 ☐

Altres: Grup-classe (-25 alumnes)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.Família ☐Escola ☒Treball ☐Barri ☐Lleure ☐Altres:.....☐**12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.**Premsa ☐TV ☒Internet ☐Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Per desenvolupar aquesta experiència amb l'IES La Mina es va fer servir una metodologia de treball basada en l'aprenentatge *in situ* a través d'activitats d'anàlisi, de documentació sobre el terreny i també de posada en pràctica de totes les fases d'elaboració d'una producció audiovisual. El treball es va dividir en diferents fases el conjunt de les quals van suposar unes 60 hores de treball.

14. Antecedents.

Des de *Teleduca, educació i comunicació*, conjuntament amb *Clot RTV-Sant Martí* i *Drac Màgic*, es va crear i estructurar un crèdit de síntesi adreçat a alumnes de 2n cicle d'ESO amb el nom *Investiguem el barri*. La proposta didàctica es dirigeix a totes les àrees i conté tot un seguit d'activitats experimentals de treball amb premsa i televisió. La idea del crèdit és que els alumnes puguin investigar i conèixer millor el seu propi entorn, al mateix temps que aprenen les possibilitats expressives del llenguatge periodístic i audiovisual, i passen per totes les fases d'elaboració d'un reportatge de televisió. A partir d'una demanda que es va rebre per part de l'IES La Mina de fer una activitat de producció audiovisual per treballar el barri, es va adaptar aquest crèdit de síntesi a aquesta demanda.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 2001-02.

16. Durada i fases.

El crèdit que es va desenvolupar amb l'IES La Mina va tenir una durada de 60 hores dividides en les següents fases de treball:

Fase 1: El llenguatge audiovisual i el maneig de la càmera: Per començar a acostar els alumnes als codis i les convencions de l'audiovisual, es van fer servir diferents activitats. D'entrada, els monitors de Clot RTV-Sant Martí van passar un vídeo, que és una ficció molt breu, que mostra els diferents tipus de plans a la vegada que una veu en off exposa la funcionalitat de cadascun. El vídeo explica també

els conceptes d'angulació i moviments de càmera. Seguidament es va ensenyar als alumnes el maneig de la càmera i se'ls va proporcionar unes normes elementals de gravació. Cada alumne va fer servir la càmera i va aprendre a posar en pràctica els continguts procedimentals treballats. En sessions posteriors a l'aula, es va aprofundir en les nocions de llenguatge audiovisual apreses a través d'exercicis escrits.

Fase 2: Investiguem el nostre entorn: En aquesta fase, desenvolupada pels docents, es va iniciar el treball de preparació del reportatge audiovisual. Com a primer acostament, es va realitzar un foto-reportatge que buscava reflectir la realitat del barri de forma clara i visual. L'elaboració d'aquest reportatge va seguir el procés següent:

- a) Disseny del foto-reportatge: Es va fer servir un primer esquema dels punts i aspectes a tractar: urbanisme, medi ambient, activitat econòmica, vida social i cultural. Continguts que es van treballar en petits grups.
- b) Obtenció de la informació: Abans de començar el treball de camp al carrer, es va dedicar una sessió per intentar cercar tota la informació i documentació escrita, gràfica i audiovisual sobre els aspectes del barri que es volien treballar.
- c) Obtenció de fotografies: En funció dels aspectes del barri que s'investigaven es va portar a terme la sessió fotogràfica.
- d) Redacció d'un reportatge escrit breu sobre el reportatge fotogràfic.

Fase 3: Una mirada a altres barris: Abans d'entrar de ple en el procés d'elaboració del reportatge audiovisual, es va dur també a terme un treball de visionat i d'anàlisi crítica de documents audiovisuals relacionats amb el tema genèric de: "el barri". En primer lloc es va fer una projecció a l'aula de la pel·lícula *Barrio* de Fernando León i una sessió posterior d'anàlisi d'aquest film i de comentari, tant dels aspectes formals, com de contingut, tasca que va realitzar *Drac Màgic*.

Posteriorment, en una altre sessió desenvolupada pels docents que participaven en l'experiència, es va continuar aquest treball d'anàlisi d'altres textos a través del visionat de dos reportatges elaborats també per adolescents: "*Una mirada jove a Via Trajana*" i "*Coneix el barri del Bon Pastor*".

Fase 4: Imatges i històries del barri: En aquesta fase, els alumnes ja van abordar de ple el procés d'elaboració del reportatge audiovisual pròpiament dit. Van portar aquestes sessions fonamentals dos monitors de *Clot RTV-Sant Martí* (un de tècnic i un altre de continguts), i es va comptar amb l'equipament d'aquesta televisió local. Es va seguir el següent procés:

1. Sessions de pre-producció i guió: Els alumnes van decidir durant aquestes sessions quin tipus de reportatge volien fer, a quines persones entrevistarien i a on anirien a gravar, i amb tot aquest material van preparar un guió molt senzill que els facilitava la gravació.
2. Sessions de gravació: Un cop tenien el guió creat, es van dedicar quatre sessions de dues hores cada una a la gravació del reportatge. Els monitors de Clot RTV es van desplaçar a l'institut amb les càmeres i tot l'equip necessari per poder gravar. Els alumnes van assumir tots els rols que implica fer la gravació: desplaçament del material, comprovació de les entrevistes, etc. i es van dividir les tasques entre periodistes i tècnics, tot i que tots els alumnes van poder posar en pràctica tots els rols establerts.
3. Sessions de visionat: A mesura que s'anaven portant a terme les sessions de gravació, s'anava proporcionant als professors una còpia VHS (amb TC) amb tot el material enregistrat per tal que els alumnes poguessin fer el visionat i la selecció tant d'imatges com d'entrevistes que havien de formar part del vídeo definitiu. A partir d'aquesta tria, els alumnes van elaborar el guió de muntatge per tal de portar a terme l'edició del reportatge.
4. Sessions d'edició i activitat complementària: Amb el guió de muntatge fet, els alumnes es van desplaçar fins a les instal·lacions de Clot RTV per editar el reportatge amb una taula d'edició professional. En total, es van dedicar tres sessions a aquesta fase final. En la primera sessió els alumnes van aprendre a fer servir els aparells d'edició i van començar a muntar l'esquelet del reportatge. Com que era la sessió més llarga, mentre els diferents alumnes anaven passant per la taula d'edició, es va fer una activitat complementària: una mimficcio. Van idear i gravar, pla a pla, i

seqüencialment una petita història de ficció sense veu. En les dues altres sessions, es va acabar l'esquelet del reportatge, s'hi van inserir les imatges de recurs, es van posar les veus en off i la música i van aprendre a introduir els títols de crèdit. El reportatge va quedar llest.

5. Sessions d'avaluació de l'experiència: Primer es va fer un visionat del reportatge final a l'aula i es va comentar àmpliament. Després, es van passar als alumnes alguns qüestionaris d'avaluació dels coneixements adquirits i de valoració de l'experiència, i es van recollir les seves vivències i impressions.

17. Què s'ha fet fins ara.

L'activitat que s'ha portat a terme aquest curs passat amb els alumnes de 1r. d'ESO de l'IES La Mina ha obtingut com a resultat una producció audiovisual que mostra la visió que tenen els joves del barri sobre el seu propi entorn. Es tracta d'un reportatge d'aproximadament uns 12 minuts de durada on queda reflectit tot el treball en equip realitzat pels alumnes.

Davant dels bons resultats assolits, l'IES La Mina ha decidit continuar treballant en aquesta línia amb les entitats col·laboradores i promotores de l'experiència per consolidar i aprofundir els aprenentatges assolits per part dels nois i les noies de 1r d'ESO.

L'activitat pel proper curs 2002-2003 se centrarà en el gènere de la ficció i es voldria realitzar un curtmetratge. El gènere de ficció permet, entre altres coses, utilitzar l'eina audiovisual d'una forma encara més expressiva que el reportatge informatiu. Qüestions com ara la creativitat, el desenvolupament de la imaginació, l'ús d'una diversitat de plans i de moviments de càmera, etc. van estretament lligades a aquest tipus de gènere. A més, l'activitat de producció audiovisual, que sempre implica al treball en equip, possibilita tornar a incidir en aspectes relacionats com la col·laboració, el fet de compartir, la presa de decisions, l'acceptació de responsabilitats, així com aprendre a assumir-les, a tenir constància en les tasques decidides, etc.

18. Difusió realitzada de l'experiència .

Presentació i projecció pública del reportatge a l'IES La Mina.

Difusió del reportatge (contextualitzat amb entrevistes als nois i noies que van portar-lo a terme) a través de l'*Informe Setmanal de Sant Martí*, que s'emet per BTv.

Presentació de l'experiència a les Jornades "*Joves, creació i comunitat*" celebrades el passat 25 de maig a l'Ateneu Popular de 9 Barris i promogudes per la Fundació Bofill.

Publicació de l'experiència al *Butlletí d'Educació en Valors "Senderi"*, una iniciativa de l'associació de mestres Rosa Sensat i la Fundació Bofill.

19. Valoració.

L'experiència ha representat diverses coses tant des l'aprenentatge de coneixement com de la dinàmica de grup, la majoria de les quals han estat molt positives. A continuació es presenta un resum de les més significatives:

- a. Les noies i els nois van participar amb molt interès, tot disminuint, en els dies que va durar l'activitat, l'absentisme escolar que és un dels problemes més greus que té el centre.
- b. Els alumnes van aprendre unes nocions bàsiques dels processos de producció d'un audiovisual (llenguatge, estructura d'un guió, normes d'enregistrament, vocabulari específic, tècniques d'edició...), que els permeten no només tenir noves eines expressives, sinó també gaudir de més instruments per enfrontar-se de forma més crítica a l'entorn mediàtic.
- c. La realització del vídeo ha suposat per als adolescents poder mostrar a altres un producte propi que els enorgulleix, producte en el que van tenir sempre molt interès en manifestar la seva visió personal del barri, com s'observa en les imatges, les temàtiques, les músiques...
- d. L'activitat va modificar la dinàmica d'autoestima del grup. La seva autoimatge va millorar sensiblement: sentien que havien fet quelcom important, que eren els creadors d'un producte que interessava els altres.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT

JORNADES TÈCNIQUES 2002

COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

REVISTES ESCOLARS COORDINADES PEL CRP DE SABADELL.
UN EXEMPLE DE COMUNICACIÓ, QUALITAT I COL·LABORACIÓ.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: CRP Vallès Occidental 1-Sabadell
Persona de contacte: M. Antonia Bartolí, Esteve Chavala, Montserrat Fons i Tona Sallent
Telèfon de contacte: 93.727.76.99
Correu electrònic de contacte: a8904081@serveis.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

Es tracta de tres revistes que recullen textos elaborats per l'alumnat de primària, en el cas de *La Ceba*, secundària, a l'*E!!! Mira-te-la*, i de primària, secundària i adults a la *B-124*. En el cas de Sabadell tots són centres públics. Les revistes compten amb la participació de tots els centres de Castellar del Vallès, Sant Quirze del Vallès i Sant Llorenç Savall, i més del 95% dels centres de Sabadell.

4. Objectius.

- Dinamitzar l'intercanvi d'informació i d'experiències entre el professorat de nivell no universitari.
- Incentivar i potenciar les innovacions que ajudin a millorar la pràctica docent.
- Participar en un projecte compartit entre el professorat i l'alumnat dels centres.
- Aconseguir l'edició de revistes de qualitat tant de contingut com de forma que produeixen satisfacció entre els participants, estimulen el treball i prestigien els centres.
- Assolir la suma d'esforços i la coordinació de diferents administracions.

5. Qui ho finança.

Els Ajuntaments de Castellar del Vallès i Sabadell, i el Centre de Recursos Pedagògics de Sabadell.

6. Entitats col·laboradores.

Els Ajuntaments de Castellar del Vallès i Sabadell.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....x Barri:.....☐
Districte:.....☐ Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) x Adults (26 a 65 anys) x
Joves (12 a 25 anys) x Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

És bastant obvi en aquest cas.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐ + 100 ☐ + 500 x
+ 50 ☐ + 250 ☐ Altres:.....☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola x Treball ☐
Barri ☐ Lleure ☐ Altres:.....x

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.Premsa ☒TV ☐Internet ☐Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Mitjançant trobades amb els caps d'estudi en el cas de *La Ceba* i la *B-124* i de responsables de revista en *l'Ei!! Mira-te-la*, es planteja un tema central consensuat entre tots, alumnat i professorat, d'una manera més dirigida a primària i més lliure a secundària, amb la participació directa de l'alumnat en la presa de decisions sobre l'estructura i el contingut.

14. Antecedents.

Una de les funcions dels responsables dels Centres de Recursos Pedagògics és cercar estratègies per dinamitzar l'intercanvi d'informació i d'experiències entre el professorat de nivell no universitari, per tal d'incentivar i potenciar les innovacions que ajudin a millorar la pràctica docent. Dins d'aquest marc, van néixer les experiències de *La Ceba*, *l'Ei!! Mira-te-la* i la *B-124*.

15. Any d'inici de l'experiència.

La Ceba es va començar a editar el curs 1984-85 i el curs 1989-90 es va obrir la segona època de la publicació. L'experiència d'*Ei!! Mira-te-la* va iniciar-se l'any 1994. Pel que fa a la *B-124*, es va presentar la proposta el curs 2000-01.

16. Durada i fases.

Tot i que les experiències d'aquestes tres publicacions d'àmbit escolar (*La Ceba*, *l'Ei!! Mira-te-la* i la *B-124*) tenen antiguitats molt diverses, totes han passat per una primera fase de consolidació de l'experiència, i després se'ls ha anat donant cada cop una dimensió més participativa, i també d'eixamplar el seu àmbit d'incidència.

17. Què s'ha fet fins ara.

La Ceba s'inicia el curs 1984-85 amb l'objectiu de donar la possibilitat a totes les escoles públiques de Sabadell que feien revista escolar d'editar un número conjunt amb tots els centres que participaven en l'experiència. Des de l'Ajuntament de Sabadell, el CRP i l'ICE de la UAB, dins del Marc Unitari es duia a terme un seminari per donar formació als mestres tant del contingut de la revista com de la realització i l'edició.

D'aleshores ençà els criteris per a l'elecció dels temes ha anat evolucionant fins arribar al moment actual en el qual s'intenta que el treball per la revista sigui un treball de recerca col·lectiu de l'aula sobre un tema del patrimoni de Sabadell.

El procés dura tot el curs, però resulta senzill i àgil de tràmit per a les escoles, ja que es redueix a una reunió al començament de curs on es proposen els temes i es facilita la informació necessària per poder treballar. El lliurament del material es realitza durant el mes de febrer i la publicació el mes de maig, que coincideix amb la festa local de La Salut.

l'Ei!! Mira-te-la va néixer l'any 1994, fruit d'una proposta del CRP compartida per l'Ajuntament de Sabadell. A la finalitat de posar en contacte l'alumnat dels centres de secundària s'hi afegien els objectius de facilitar l'intercanvi i els coneixements dels centres, la projecció i la difusió de cada centre envers el seu entorn més pròxim i envers la ciutat.

El professorat es troba en dues ocasions durant el curs: a primers d'octubre on es fa una proposta de calendari amb els terminis i la responsabilitat de cada col·lectiu, es decideix el tema monogràfic i el cartell anunciador del número nou. A mitjans de desembre es troben els consells de redacció de l'alumnat i del professorat. La participació de l'alumnat és voluntària i les tasques a realitzar són les de llegir, comentar i seleccionar els articles, segons criteris que ells mateixos exposen per escrit i proposen monogràfics per al proper número. Els fotolits els realitza l'alumnat del CF d'Arts Gràfiques de l'IES Agustí Serra de Sabadell i la publicació surt als voltants de Sant Jordi.

La B-124 sorgeix d'una proposta del CRP, compartida per l'Ajuntament de Castellar, i aprovada pel Consell Escolar Municipal de Castellar del Vallès durant els curs 2000-2001 de portar a terme una publicació que recollís els treballs de l'alumnat dels centres de Castellar (públics, concertats i adults) i de l'única escola de Sant Llorenç Savall.

El procés s'ha posat en marxa el curs 2001-2002 a partir de tres reunions: en la primera durant el mes d'octubre es van presentar els coordinadors i es va decidir el tema conjunt a treballar, "l'aigua", es va fer repartiment de tasques i es va fixar el calendari d'elaboració. A la segona, que va tenir lloc a mitjans de desembre es van presentar els treballs, es va triar el dibuix de la portada i es van portar les propostes de l'alumnat per al títol de la revista. A la tercera, que es va realitzar a finals de curs, es va fer una valoració del procés i del resultat, i es van fer suggeriments de millora. La data de publicació de la revista coincideix amb una festa local, Sant Josep.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

- Es reparteix la revista a:
 - Escoles, alumnes i famílies
 - Persones i entitats vinculades
 - Departament d'Ensenyament
 - Arxiu i entitats ciutadanes
- Es penjen a la WEB del CRP
- Es difon entre la premsa local i la TV
- Articles en revistes especialitzades
- Comunicacions en jornades

19. Valoració.

Les tres publicacions funcionen com una eina de transmissió entre els centres i l'exterior, i en tots tres casos s'aconsegueix un resultat de qualitat tant de contingut com de forma. Són bons exemples de tot això tant la cura del llenguatge i del disseny com l'especial atenció en la selecció i el plantejament dels temes.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

FUGINT DEL FUTUR.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Ajuntament de Barcelona

Persona de contacte: Alicia Gómez-Rosa Patino

Telèfon de contacte: 93.291.84.48

Correu electrònic de contacte: rpatino@mail.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

L'activitat proposada pels tècnics de Serveis Socials és la realització d'un reportatge televisiu on la seva elaboració és utilitzada per a fer reflexionar als participants pel que fa a la seva adolescència i el seu entorn, i serveix d'eina d'investigació per als professionals.

4. Objectius.

Realitzar un procés d'elaboració i anàlisi de les conductes d'un grup d'adolescents femení de carrer amb l'objectiu de desbloquejar els elements que actuen d'ancoratges i així poder promoure el canvi personal.

5. Qui ho financia.

TV Catalunya (30 Minuts)

6. Entitats col·laboradores.

TV Catalunya - Ajuntament de Barcelona

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☒

Districte:.....☐

Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Grup d'adolescents de carrer amb el que s'ha treballat prèviament des del servei i amb el que es vol concloure un cicle de treball psico-educatiu.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☒ (16)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....☒

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

S'ha utilitzat una metodologia de cinema participatiu on els participants són els que decideixen què gravar i participen en el muntatge final. Durant el procés d'elaboració s'utilitzen les gravacions com a material de treball per a ser vist i analitzat juntament amb els tècnics de Serveis Socials.

14. Antecedents.

El contacte amb el grup s'inicia fa tres anys i s'ha realitzat un projecte grupal i treball individual i familiar.

15. Any d'inici de l'experiència.

Setembre 2000-Març 2001

16. Durada i fases.

9 mesos en tres fases. Disseny i protocolarització, execució i valoració.

17. Què s'ha fet fins ara.

Totes les fases.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Emissió en el programa 30 Minuts de TV3. Pròxima publicació de "Finestra Oberta" de la Fundació Bofill.

19. Valoració.

Estem en la fase d'escriure les conclusions amb la intenció de publicar l'experiència.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

WEBCLIP

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Televisió de Catalunya / K3

Persona de contacte: Blanca de la Torre

Telèfon de contacte: 94 567 55 62

Correu electrònic de contacte: bdelatorre@tvcatunya.com

3. Breu descripció de la proposta.

WEBCLIP, microespai televisiu i directori a Internet.

L'espai de televisió té una durada de 3 o 4 minuts en els qual es comenten 4-5 pàgines web seleccionades en funció del seu contingut per a alumnes, pares i educadors, des de l'educació infantil fins al batxillerat i els cicles formatius. El programa s'emet pel K3 a diari dues vegades: una en la franja educativa del matí, a les 12:30 aproximadament, i una altra en la franja d'entreteniment de la tarda, cinc minuts abans de les 7 de la tarda.

El directori a Internet consisteix en la indexació per cursos i matèries d'unes fibres on se sintetitza el més important de les pàgines web descrites en el programa de TV.

4.Objectius.

- a. Posar a disposició dels alumnes mestres i pares i mares una eina d'ajuda i suport escolar.
- b. Educar en les noves tecnologies.
- c. Fomentar l'ús d'internet a les escoles i a les llars.

5. Qui ho finança.

Finançat per Televisió de Catalunya i pel Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya.

6. Entitats col·laboradores.

Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres.....☒

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys)

☒

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys)

☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☒

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola ☐ Treball ☐
Barri ☐ Lleure ☐ Altres:.....X

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐ TV ☒ Internet ☒
Ràdio ☐ Cinema ☐ Altres:.....☐

13. Metodologia.

14. Antecedents.

15. Any d'inici de l'experiència.

2002.

16. Durada i fases.

El programa s'emet a diari dues vegades des del maig de 2002 i es preveu que estigui en antena fins el desembre de 2003.

17. Què s'ha fet fins ara.

El programa de TV ha emès 95 capítols fins a finals de setembre de 2002. Ja comptarà amb 125 capítols la setmana del 4 al 10 de novembre.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Difusió televisiva, naturalment, reforçada amb promocions del programa dins del propi canal (K3). A través del Departament d'Ensenyament s'ha notificat als mestres l'existència del programa i del directori. Webclip està present al portal educatiu edu365.com del Departament d'Ensenyament, a través del qual també es pot accedir al directori.

19. Valoració.

Tant les audiències del programa de televisió com les visites a la web del programa que conté el directori ens indiquen la bona acceptació del producte entre els alumnes, especialment entre els de primària. A l'estiu, en què el contingut del programa es va adaptar a les vacances, les audiències i les visites han augmentat excepcionalment.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

CARA A CARA: FENT RETRATS, CONSTRUINT IDENTITATS.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Unitat d'Educació Artística. Facultat de Belles Arts i Centre d'Estudis Balaguer.

Persona de contacte: Marta Ricart i Masip

Telèfon de contacte: 93 333 34 66 ext.3734

Correu electrònic de contacte: ricart@trivium.gh.ub.es

3. Breu descripció de la proposta.

Molts de nosaltres, com a amateurs, fem servir la camera de fotografiar per a enregistrar aquells moments que ens agradaria recordar, aquelles persones que apreciem o aquells espais en els que ens sentim a gust. En la forma com realitzem imatges fotogràfiques, poques vegades tenim en compte els aspectes formals, com presentem allò que veiem, què seleccionem i com. La fotografia esdevé així impulsiva, l'enregistrament de l'ara i l'aquí esdevé l'element important en l'acció de fotografiar. Després, reconèixer des d'un altre espai físic i temporal el que hem enregistrat visualment, ens evoca aquelles emocions o sensacions que hem estat vivint en el moment de realitzar-la.

La imatge esdevé així un element important en l'evocació d'emocions. Alhora, com un mirall, ens retorna la mirada que suposadament els demés tenen de nosaltres, ens fa reconèixer en la imatge.

Paral·lelament a la fotografia amateur, un altre tipus d'imatges fotogràfiques prenen un espai important en el nostre dia a dia, ens envolten en tot moment. Les imatges realitzades per professionals de la fotografia presents en àmbits com la publicitat, les revistes, etc. inunden l'entramat visual de la nostra vida quotidiana. Omplen el nostre entorn d'imatges, impregnen diàriament les nostres retines venent-nos personatges, productes, cossos i sensacions. Els i les seus/ves protagonistes, no ens son aliens, dialoguen amb nosaltres en tot moment, ens situen constantment en relació a ells i elles, ens retornen la mirada de qui som i on estem. Des del seu espai, contribueixen a normalitzar i regular la mirada sobre nosaltres mateixos/es i els/les altres. En aquesta relació, però, s'estableixen jerarquies.

Un dels grups d'edat on la relació amb la imatge esdevé important és en els i les adolescents. En la cerca d'un espai personal, la imatge reforça i alhora exterioritza identifications. Aquestes comporten maneres de comprendre's i comprendre l'entorn que son claus en la construcció de la pròpia identitat. Una identitat que no considerarem fixa i estable, sinó canviant i fluctuant. En aquest procés, la mirada sobre un/a mateix/a així com la mirada dels/les altres esdevé clau.

És fruit d'aquestes i altres reflexions en el marc de la tesi doctoral que estic portant a terme(en el que estudio el paper de la cultura visual en la construcció d'identitats dels nois i noies) que he estructurat la següent proposta:

La proposta pretén treballar per mitjà de la realització d'una exposició fotogràfica, el procés de construcció identitari dels nois i noies a partir de dos vessants: per una banda des de la reflexió sobre el consum i l'apropiació d'imatges fotogràfiques on esdevé important la creació d'ídols, estereotips i formes d'identificar-se; per l'altra, la creació d'imatges pròpies i dels companys en les que treballar maneres de veure'ns i veure els altres. Al llarg de tot el procés, la fotografia esdevé una eina tan de creació com de reflexió.

Plantejar-nos com mirem, què mirem, què fa que mirem d'una determinada manera i no una altra, com ens veuen els altres, esdevenen els eixos de reflexió de tot el procés de la proposta.

4. Objectius.

- Dotar de recursos als i les adolescents per a que siguin més autònoms, reflexius i crítics i siguin capaços de buscar estratègies de canvi del seu entorn amb criteris de solidaritat, diàleg i participació.
- Aprendre a dialogar i a trobar formes de consens.

- Aprendre a ordenar el treball realitzat i estructurar allò que hem après.
- Comprendre i situar diferents punts de vista.
- Reflexionar sobre la mirada sobre un mateix i els i les altres
- Comprendre la importància del context històric en la construcció del que considerem com a normal.
- Prendre consciència de la mirada històrica en la construcció de la imatge.
- Reflexionar sobre els processos d'identificació amb els i les altres.
- Prendre consciència de la construcció de la imatge fotogràfica d'ídols presents en diferents marcs o espais de consum.
- Conèixer les diferents normalitats establertes per la fotografia des de la seva invenció fins a l'actualitat
- Utilitzar la camera de fotografar més enllà de la compulsivitat per a reflexionar sobre el procés de selecció i manipulació de la realitat.
- Aprendre a usar la camera de fotografar com un objecte reflexiu i creatiu en el que plasmar inquietuds i mirades personals.
- Conèixer el procés de construcció de retrats d'ídols i personatges populars en la caracterització d'una determinada personalitat.
- Prendre consciència de la forma com ens presentem als i les altres i les mirades que els i les altres tenen sobre un/a mateix.

5. Qui ho finança.

El procés de recerca que dona peu a la proposta prové de la obtenció durant els cursos 2002-2002 i 2002-2003 de la beca-salari per a la realització de tesis doctorals atorgada per la Fundació Jaume Bofill.

Donada l'escassetat de recursos materials i espacials del centre en el que es porta a terme la proposta, per tal de poder dur-la a terme, s'ha fet una col·lecta entre els nois i noies del grup-classe en la que aportar la meitat dels diners que anirien destinats a la compra del llibre de text de l'assignatura i que la professora ha suplert amb material elaborat per ella mateixa.

Queda pendent la cerca de subvenció per a realitzar l'exposició final.

6. Entitats col·laboradores.

(S'està negociant)

7. Territori d'aplicació .

Municipi:.....☐

Barri:.....☒

Districte:.....☐

Altres.....☒ Escola i grup classe.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Per considerar la importància que determinades imatges adquireixen en el procés de construcció de la identitat dels i les adolescents.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☒

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:.....☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☒ TV ☐ Internet ☒
Ràdio ☐ Cinema ☐ Altres:.....☐

13. Metodologia.

La posada en pràctica de l'experiència es fonamenta en la metodologia de la investigació-acció (Carr i Kemmis, 1988; Stenhouse 1987) en la que a partir d'un procés de reflexió que inclou diferents fases potenciar la transformació de les pràctiques educatives.

Per a dur a terme el projecte, partim de la necessitat de tenir en compte aquells elements que no limitant-se al marc de l'educació formal conformen l'anomenada *pedagogia cultural* (Giroux, 1994). En la noció de *pedagogia cultural* rau "la idea de que l'educació té lloc en diversos espais socials que inclouen l'escolarització però no es limiten a aquesta" (Steinberg, Sh. R; Kincheloe, J.L. (2000). Per tant com a educadors/es, no podem oblidar una sèrie d'elements que queden al marge de l'escola i que corresponent al marc de relacions i preferències dels nostres estudiants. Elements que tenen lloc en els anomenats "espais pedagògics" (Kincheloe, J.L; Steinberg, Sh. R.2000) (biblioteques, televisió, pel·lícules, revistes, diaris...) on el poder s'organitza i es desplega.

Plantejar-nos treballar aquests elements des de la reflexió i la possibilitat de canvi ens situa en el marc de l'enfocament comunicatiu i la perspectiva crítica (Ayuste, A; Flecha, R; López, F. 1998). Des d'aquests enfocaments, comprendrem l'aprenentatge com "un procés d'interacció entre els participants, un procés que ajudi a reflexionar a la persona sobre les seves idees i prejudicis per així poder-les modificar si ho considera precís" (Ayuste, A; Flecha, R; López, F.1988).

És així com en el procés de l'experiència, partirem de crear les condicions en les que aprendre a establir un diàleg amb els i les altres per mitjà del treball en grups i de la cerca del consens. Aprendre a treballar amb els i les altres tenint la imatge com a fil conductor, ens dóna la possibilitat de "crear les situacions òptimes perquè es doni el diàleg intersubjectiu" (Ayuste, A; Flecha, R; López, F.1988).

La cerca d'un espai fora de l'escola en el que poder exposar les imatges i reflexions derivades del projecte, permet donar una repercussió pública al treball dut a terme en el marc-classe. Per una banda esdevé un repte per als i les alumnes en la possibilitat de poder-lo dur a terme; per l'altra, dóna un sentit al nostre treball connectant-lo amb l'exterior.

14. Antecedents.

El projecte parteix de les reflexions extretes de la realització del treball de camp de la tesi doctoral que estic portant a terme en la que comprendre el paper de la cultura visual en la construcció de la identitat dels i les adolescents.

Paral·lelament, la posada en pràctica del projecte: "Construint narracions amb imatges", (projecte realitzat conjuntament per Teleduca, Clot RTV i Marta Ricart i finançat per la Fundació Bofill) ha permès dur a terme en dues UACs, un procés de diàleg grupal en el que utilitzar la fotografia i el vídeo en la construcció de narracions o ficcions de temes d'importància per als nois i noies. En el projecte s'ha pogut veure el potencial del treball amb imatge (ja sigui fotogràfica o videogràfica) en la creació de dinàmiques grupals i processos de reflexió individuals.

El treball sobre la mimficcio portat a terme durant el curs anterior (2001-2002) en el marc dels tallers de vídeo organitzats per Teleduca i Clot RTV amb el grup de 4rt.d'ESO al mateix centre on es realitzarà l'experiència esmentada, permet connectar el treball amb imatge en els dos cursos del segon cicle de la ESO (3er i 4rt.). D'aquesta manera el projecte presenta una continuïtat generant processos reflexius sobre la pròpia mirada.

15. Any d'inici de l'experiència.

El procés de recerca de la tesi doctoral s'inicià el 2001 i s'acabà el juny del 2002. Durant aquest període es donà un rodet de dotze fotografies a 24 nois i noies de diferents instituts de Barcelona i l'Hospitalet en el que havien de realitzar 12 fotografies d'aquells elements importants en el moment en el que estaven. Les fotografies que en resultaren foren contextualitzades en una sèrie d'entrevistes individuals amb cada un dels nois i noies participants.

Durant el curs 2001-2002 es realitza el taller de vídeo amb Teleduca i Clot RTV amb el grup de 4rt.d'ESO del Centre d'Estudis Balaguer, que ens donà les eines per a crear 4 mimficcions.

Durant el primer trimestre del curs 2002-2003 es portarà a terme l'experiència de treball amb fotografia amb el grup de 3er.d'ESO del Centre d'Estudis Balaguer del barri de la Torrassa de l'Hospitalet.

16. Durada i fases.

Durada: 1er trimestre curs 2002-2003. 3 hores setmanals (23 sessions). **Fases:**

1. Les imatges que tenim a casa. (4 sessions)

Interrogants que l'articulen

- . Quin tipus d'imatges fotogràfiques acostumem a realitzar?
- . Quins trets comuns trobem amb tots els retrats aportats a classe?
- . Sempre s'han realitzat els retrats de la mateixa manera al llarg de la història?
- . Quins plans acostumem a realitzar en un retrat? Com ens relacionem amb l'entorn alhora de fer una fotografia?

Activitat:

- Portar de casa fotografies de retrat de cadascú i treball d'anàlisi en grup. Elaboració de la memòria de grup.
- Posada en comú del grup-classe i explicitació d'uns criteris i conclusions.
- Visionat d'imatges sobre diferents retrats al llarg de la història i formulació d'interrogants per a seguir aprenent.

2. El punt de vista. Des d'on mirem? (3 sessions)

Interrogants que l'articulen

- . Com influeix la forma de retratar un personatge en la forma com el comprenem?
- . Què és allò que destacariem del nostre company o companya? Què ens agradaria destacar de nosaltres mateixos/es?
- . Com ens agradaria ser representats?
- . Com se'ns representa des dels mitjans de comunicació i l'art?

Activitat:

- Buidat d'imatges presents en revistes, diaris, etc. elaboració de trets comuns per a l'anàlisi.
- Visionat d'imatges de fotògrafs que han representat els i les adolescents. Treball sobre el punt de vista.
- Escriptura dels aspectes que destacariem dels companys del grup i d'un mateix. Intercanvi de mirades.

3. Visita a l'exposició: Gisèle Freund. El món i la meua camera (2 sessions)

Interrogants que l'articulen

- . En quin marc social i de classe es movia Freund en la realització de les seves fotografies? Com influeix la seva mirada en la realització de retrats i fotografies del seu entorn?
- . Què destacariem de la realització dels seus retrats?

Activitat:

- Visita a l'exposició de la fotògraf Gisèle Freund. Centre de Cultura Contemporània de Barcelona.
- Comentari de l'exposició en relació als interrogants plantejats. Realització de la memòria de grup de l'exposició.

4. A l'estudi: realitzant els retrats (6 sessions)

Interrogants que l'articulen.

- . Com ens representarem?
- . Quin tipus de plans, llum, espai utilitzar en la realització dels retrats?
- . Com transmetre diferents sensacions i mirades amb els nostres retrats?
- . Què volem destacar de l'altre en la creació del retrat?

Activitat:

- Esbossos per a la preparació dels retrats que realitzarem. Visionat d'exemples. Explicitació de què és allò que volem representar i quins criteris utilitzarem.
- Realització de 4 retrats diferents de 4 membres del grup en els que transmetre allò que volem destacar d'ell/a jugant amb l'angulació, la llum, l'espai, el punt de vista

5. L'exposició: l'ordenació i els comentaris (8 sessions)

Interrogants que l'articulen

- . Com ordenar els retrats que hem elaborat?
- . Què volem explicar amb l'ordenació d'aquests?
- . Cerca de criteris comuns per a dur a terme l'exposició dels retrats i les reflexions treballades a l'experiència.

- . Realització de la memòria de l'activitat ordenant què em après i què volem explicar.

Activitat:

- Preparació de l'exposició dels diferents retrats realitzats. Escriptura dels peus de la fotografia i contextualització de cada imatge. Posada en comú amb el grup de treball.
- Ordenació de l'exposició final, llista de temes importants i divisió de tasques per a poder-la dur a terme.

17. Què s'ha fet fins ara.

Contacte amb diferents institucions per a la cerca d'un espai expositiu a l'Hospitalet.

Preparació del material necessari per a dur a terme el projecte.

Presentació del projecte als i les alumnes de 3er.d'ESO del Centre d'Estudis Balaguer.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

19. Valoració.

Donat que aquesta està per realitzar encara, la valoració la deixem quan l'haguem conclòs.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.
LLETRA JOVE DIARI INTERESCOLAR

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.
Institució/ Organització que la duu a terme: LLETRA JOVE
Persona de contacte: Manel Ramos Martín
Telèfon de contacte: 93 589 53 37
Correu electrònic de contacte: lletra@teleline.es

3. Breu descripció de la proposta.

El nostre desig en començar l'edició del periòdic *Lletra Jove* el febrer de 1992 mantenia una premissa fonamental:

- Crear un mitjà de comunicació interescolar redactat íntegrament pels alumnes dels centres escolars, que servís com a suport pedagògic i de debat, en el que es publicuessin articles d'educació, ecologia, consum, cultura, esports, etc.

La utilització d'un diari interescolar:

- fomenta la comprensió i lectura crítica dels continguts.
- és un recurs excel·lent per a l'enriquiment del lèxic i del propi llenguatge.
- factor de motivació en l'aprenentatge, ja que la labor periodística és activa i completa: les notícies que redacten els alumnes són publicades i llegides per un ampli col·lectiu que inclou companys d'altres centres.
- introdueix als alumnes en els diferents estils d'escriptura periodística.
- serveix de mitjà de comunicació entre els centres, la qual cosa permet un increment dels vincles de la comunitat educativa dins d'un context social.
- és un bon recurs per a ensenyar a conviure i exercitar conductes cooperatives i democràtiques.

4. Objectius.

Els anteriorment expressats.

5. Qui ho finança.

El finançament és a través de les subscripcions directes del centres d'ensenyament de secundària de Catalunya. Una segona font és a través dels acords de finançament de les subscripcions per part del Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya. I finalment, la publicitat, bàsicament institucional o d'editorials.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐
Districte:.....☐

Barri:.....☐
Altres.....☒

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐
Joves (12 a 25 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys) ☐
Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

El periòdic va dirigit als alumnes dels centres de secundària, és a dir, joves d'edats compreses entre

els 12 i els 16. Creiem que aquest és el nivell ideal, ja que els seus coneixements i el seu grau de maduresa els permeten assimilar amb facilitat experiències basades en la capacitat de comprensió i síntesi. Aquesta també és una edat en la que els alumnes demostren un major interès per donar a conèixer les seves opinions, al mateix temps que s'incrementa el seu interès pels mitjans de comunicació en general.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐ + 100 ☐ + 500 **X**
+ 50 ☐ + 250 ☐ Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola **X** Treball ☐
Barri ☐ Lleure ☐ Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa **X** TV ☐ Internet ☐
Ràdio ☐ Cinema ☐ Altres:..... ☐

13. Metodologia.

La metodologia segueix un procés que hem intentat simplificar i facilitar al màxim, amb l'objectiu de no carregar els alumnes amb nous i pesats continguts, ni incrementar la càrrega d'hores lectives que tenen els professors:

- Els centres tenen llibertat per triar els temes i el ritme de les seves col·laboracions, no obstant això demanem que, amb el desig d'enriquir el diari, sigui regular. No hi ha límits en el nombre d'articles, redaccions, dibuixos, fotografies, mots encreuats, etc.

- Els articles es publiquen sempre amb el nom de l'autor o autors i s'indica el nivell, el centre escolar i la població.

- *Lletra Jove* facilita als centres que ho sol·liciten un llistat amb possibles temàtiques a desenvolupar. També des de la direcció de *Lletra Jove* es convoquen entrevistes amb personalitats del món cultural, polític, esportiu...

Els treballs s'envien en un sobre a l'apartat de correus o bé a l'adreça de correu electrònic del periòdic. No cal esperar a disposar de molts articles per a enviar-los.

Els instituts que disposen d'una revista del centre poden aprofitar aquestes col·laboracions o bé poden enviar les seves publicacions completes, i la redacció de *Lletra Jove* reproduirà els articles que consideri de major interès.

L'editorial es fa càrrec de tot el procés de selecció, correcció i maquetació, fins a la posterior impressió en els tallers. Les úniques modificacions que es poden incloure en els articles seran les provocades per ajustos d'espai, grandària dels titulars, fotografies o aspectes semblants.

Cada centre rep mensualment un nombre d'exemplars en funció de les seves necessitats i participació.

El treball del professorat és fonamental per a desenvolupar una experiència d'aquestes característiques. El seu treball consisteix en dinamitzar l'activitat i motivar als alumnes perquè es mostren receptius i participatius.

El professor és el responsable de fer-nos arribar els treballs que es fan a l'aula, i a l'hora ell és qui rep els diaris que s'envien des de l'editorial per ser distribuïts entre els alumnes.

Es pot pensar que l'única persona que ha d'involucrar-se en la realització del diari és el professor de llengua, però no és exactament així. En la mesura en què siguem capaços de fer partícips a la resta del professorat haurem aconseguit enriquir el periòdic.

Un diari juvenil és evident que no ha de tenir les mateixes seccions que els diaris dels adults, ha de ser molt flexible en els continguts. El desig de *Lletra Jove* és que les seccions mostrin clarament el que de veritat té interès per als joves, però sense oblidar el món dels adults de què també són partícips. Vegem algunes de les seccions principals: Portada - De tot - Opinió - Escola - Cuina - Entrevistes - Poesia - Ecologia - Societat - Llibres - Esports - Cultura - Espectacles - Internet - Passatemps...

14. Antecedents.

15. Any d'inici de l'experiència.

Febrer de 1992.

16. Durada i fases.

17. Què s'ha fet fins ara.

Lletra Jove va iniciar les seves activitats amb 80 centres d'educació primària. Els alumnes que participaven eren de 8è d'EGB. Una vegada es va fer la reforma educativa, el diari va iniciar una segona etapa amb un creixement dels centres que participen a l'activitat. Són en la actualitat uns 200 centres de Catalunya els que col·laboren amb el diari. L'any 2000 es van celebrar les primeres jornades de "Premsa i Educació" organitzades pel diari *Lletra Jove*.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

19. Valoració.

Estem satisfets de l'experiència realitzada i de l'acceptació del diari dins del món de l'educació, més encara si valorem les dificultats que té tirar endavant un projecte tan innovador.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

ENTRA A LA TELE

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: CRP Sant Andreu

Persona de contacte: Cati Caparrós Garres

Telèfon de contacte: 933119803

Correu electrònic de contacte: a890111@serveis.xtec.es

3. Breu descripció de la proposta.

"Entra a la tele" és un taller amb alumnat d'educació especial i de secundària que es fa amb la col·laboració de *Clot RTV-Sant Martí* i la proposta pedagògica de *Teleduca, educació i comunicació*. La primera fase és de formació del professorat i després es fan els tallers amb l'alumnat, que participa en les diferents fases d'elaboració d'una ficció i d'un reportatge audiovisual.

4. Objectius.

Que l'alumnat conegui els conceptes bàsics del llenguatge audiovisual. Que sàpiga interpretar els diferents gèneres, i reproduïxi i utilitzi el llenguatge dels mitjans audiovisuals. Produir un vídeo d'entre cinc i deu minuts de durada a partir de l'elaboració del guió, l'enregistrament i l'edició.

5. Qui ho finança.

El districte de Sant Andreu i el Centre de Recursos Pedagògics de Sant Andreu.

6. Entitats col·laboradores.

Clot RTV-Sant Martí

Teleduca, educació i comunicació

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....Barcelona.....☐

Barri: Sant Andreu, Sagrera...☐

Districte: .Sant Andreu.....☒

Altres.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☒

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:.....☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☒

Lleure ☐

Altres:.....☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☒

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

En tot el desplegament metodològic de l'experiència hi ha una col·laboració molt estreta entre les tècniques del districte i el CRP de Sant Andreu i els professionals de les entitats responsables d'executar-la. Per poder portar a terme el treball en audiovisuals de manera que els alumnes puguin passar per tots els processos de producció (des de la creació d'una idea, passant per guionització, producció, gravació, visionat, selecció, guió de muntatge i edició) es divideix el grup sencer en petits grups d'entre 5/6 persones. Cada un d'aquests subgrups compta amb un monitor de *Clot RTV-Sant Martí* (es tracta tant de professionals d'aquesta televisió local com de joves que hi estan portant a terme les pràctiques professionals) que està amb ells durant tot el procés per tal d'assessorar-los i ajudar-los en qualsevol problema que els pugui sorgir durant el procés. Es així com els alumnes aprenen fent.

A més, cal tenir en compte que s'introdueix al professor com un més de l'equip en assegurar, d'aquesta manera, que es compleixen tots els objectius educatius proposats a la iniciativa. Per portar a terme el treball de la producció d'un material audiovisual, es porten a terme unes sessions a l'aula (que són a càrrec del professorat) de preparació dels continguts, i també de la idea de guió i pre-guió per part dels alumnes. Per desenvolupar aquesta fase del treball, el professorat compta amb un seguit de materials pedagògics creats per *Teleduca, educació i comunicació* (un dossier orientatiu i pautat, un vídeo introductori al llenguatge audiovisual, i fitxes de treball i explicatives d'aquestes fases del procés de treball). El professorat compta en tot moment amb les professionals de *Teleduca, educació i comunicació* per resoldre qualsevol dubte i/o problema que els hi pugui sorgir.

Una vegada tenen preparat el pre-guió, es passa a la segona fase que és la que porten a terme els monitors *Clot RTV-Sant Martí*. Dividits els alumnes en subgrups, fan la gravació del producte que han estat preparant a l'aula acompanyats en tot moment pels seus monitors de grup i un membre del professorat. Una vegada feta la gravació, es passa a la última fase que es porta a terme a les instal·lacions de *Clot RTV-Sant Martí*, i que es tracta del visionat i la selecció del material gravat i també de l'edició del mateix. En aquest moment continuen comptant amb el suport dels seus monitors de grup i es fan servir un seguit de fitxes creades per poder fer el buidat de la selecció feta. D'aquí en surt el guió que finalment editen també a les instal·lacions de *Clot RTV-Sant Martí*. És el moment en què els alumnes passen el discurs escrit que tenien preparat a un discurs ja audiovisual.

En treballar amb diferents grups alhora i degut a què només es compta amb una o dues sales d'edició, els alumnes es divideixen per torns per poder fer el muntatge del reportatge preparat. I mentre un grup està editant, els altres (acostumen a ser entre dos i tres subgrups que treballen alhora) porten a terme activitats paral·leles com la creació d'una campanya publicitària o una ficció sense veu. Aquestes activitats els permeten introduir-se en uns altres gèneres del llenguatge audiovisual i es tracta de experiències molt curtes en temps (2 hores per subgrup). Les tècniques responsables del districte i del CRP fan un seguiment de cada una de les experiències i també l'avaluació de les mateixes.

14. Antecedents.

Relacions puntuals entre el CRP, algun centre educatiu i TV Sant Andreu.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs 2000/01.

16. Durada i fases.

L'activitat té una durada de dos trimestres escolars. La primera fase és una sessió de formació del professorat on, a més, s'estableixen les línies prioritàries i el calendari de treball. En aquesta fase es treballa en base a la proposta pedagògica de *Teleduca, educació i comunicació*. La segona fase es fa als centres escolars: els monitors de *Clot RTV-Sant Martí* coordinen i assessoren l'alumnat en la sessió de filmació del guió treballat prèviament a l'aula. La tercera fase es fa als estudis de *Clot RTV-Sant Martí*: l'alumnat, organitzats en subgrups, edita el treball filmat al centre i, a la vegada fa el guió i filma una petita ficció sense veu (mimficció). Per concloure l'activitat, el CRP edita una pàgina web que recull l'experiència (aquest curs recull fins i tot els comentaris i l'avaluació del propi alumnat).

17. Què s'ha fet fins ara.

S'ha organitzat l'activitat durant els cursos 2000/01 i 2001/02.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

A través del pla d'activitats de suport i de la pàgina web del CRP de Sant Andreu.

19. Valoració.

Molt positiva, en especial pel que fa a la participació d'alumnat d'educació especial i de les aules de UAC.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

L'AUDIOVISUAL COM A EINA COMUNITÀRIA DELS JOVES:
CONEIX EL BARRI DEL BON PASTOR I CONVIVIM A LA TRINITAT VELLA.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Servei Dinamització Juvenil de la Franja Besòs i Projecte Tantachent.

Persona de contacte: Mercè Alabarce i Toni Cobos

Telèfon de contacte: 933457393

Correu electrònic de contacte: sdjuvenil@terra.es

3. Breu descripció de la proposta.

Acostar la producció en mitjans audiovisuals als joves per tal que reflexionin sobre un eix temàtic molt lligat al seu entorn immediat i les seves experiències quotidianes. En el cas de Bon Pastor, va ser el coneixement del seu entorn a partir dels subtemes: història del barri, multiculturalitat, oci i joventut, i urbanisme. En el cas de Trinitat Vella, l'estratègia era establir una reflexió i un document de mirades sobre la immigració al barri partint dels següents subtemes: opinions al voltant del racisme, història del barri com a lloc d'acollida de diferents cultures, aspectes culturals i d'integració, i diferents situacions de la persona que arriba. També s'han portat a terme experiències introductòries al treball amb producció radiofònica i audiovisual amb grups informals d'adolescents (i també amb un grup-classe d'adults) dels barris del Bon Pastor, Trinitat Vella i Baró de Viver.

4. Objectius.

- a) Acostar els mitjans audiovisuals als joves.
- b) Propiciar l'obertura dels joves cap a la seva comunitat.
- c) Fer servir l'audiovisual com a eina reflexiva i de valors.
- d) Posar en contacte l'educació formal amb els recursos de la comunitat o altres activitats educatives no-formals.

5. Qui ho finança.

Pla de Futur del Bon Pastor, Districte de Sant Andreu i Regidoria de Drets Civils de l'Ajuntament de Barcelona. Projecte Tantachent i Servei de Dinamització Juvenil de la Franja Besòs.

6. Entitats col·laboradores.

Associació Alef
Escola d'Adults de Trinitat Vella
SES Cristòfor Colom del Bon Pastor
Clot RTV-Sant Martí
Teleduca, educació i comunicació

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐
Districte:.....☐

Barri:.....☒
Altres:.....☐

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys)	☐	Adults (26 a 65 anys)	☒
Joves (12 a 25 anys)	☒	Gent gran (des de 66 anys)	☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

El nostre àmbit d'intervenció són els joves i, a través del Projecte Tantachent, es treballa la intervenció

des de l'espai comunitari dins l'educació formal. Aquestes dues experiències s'han adreçat als alumnes de 3r i 4t d'ESO del SES Cristòfor Colom i als alumnes de Graduat Escolar de l'Escola d'Adults Trinitat Vella perquè es va considerar que eren dos col·lectius ideals per tal d'oferir-los que treballassin les temàtiques que es proposaven en cada cas, que els joves participants en poguessin treure tota una sèrie d'aprenentatges, i que sortís un producte audiovisual del barri i per als barri.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐ + 100 ☐ + 500 ☐
+ 50 ☒ + 250 ☐ Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐ Escola ☒ Treball ☐
Barri ☒ Lleure ☒ Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐ TV ☒ Internet ☐
Ràdio ☒ Cinema ☐ Altres:..... ☐

13. Metodologia.

- Formulació de la intervenció comunitària i identificació del grup a la qual es dirigirà
- Mediació entre el centre educatiu i les entitats que portaran a terme l'experiència.
- Introducció al món audiovisual i el seu llenguatge.
- Elaboració del guió.
- Gravació.
- Guió de muntatge.
- Muntatge.
- Visionat i valoració de l'experiència.
- Presentació al barri del resultat de l'experiència.

14. Antecedents.

Havíem treballat prèviament amb Clot RTV-Sant Martí el taller de curtmetratges per a la realització d'un curt ("Doble atraco") amb un grup informal de joves (18 a 25 anys) del barri de Bon Pastor. Cal assenyalar que un d'aquests nois va esdevenir després monitor del taller audiovisual de documental "Coneix el barri del Bon Pastor".

15. Any d'inici de l'experiència.

"Coneix el barri de Bon Pastor" (2001)
Altres experiències en ràdio i TV (2002)
"Convivim a la Trinitat Vella" (2002)

16. Durada i fases.

- 1a. Fase – Primavera 2001: Presa de contacte i primera col·laboració a través del curs de curtmetratges. Plantejament de noves línies de col·laboració.
- 2a. Fase – Curs 2001-02: Execució dels dos tallers de documental i reportatge audiovisual al Bon Pastor i a Trinitat Vella. Plantejament i execució dels microtallers de ràdio i TV al Bon Pastor, Trinitat Vella i Baró de Viver.
- 3a. Fase – Curs 2002-03: Consolidació de les línies de col·laboració amb la posada en marxa de noves experiències.

17. Què s'ha fet fins ara.

"Doble Atraco" - 2001
"Coneix el barri del Bon Pastor" - 2001
Microtallers de ràdio i TV (mimficcó) amb grups informals d'adolescents de Baró de Viver i Bon Pastor" - 2002
Microtallers de ràdio i TV (mimficcó) amb l'Escola d'Adults de Trinitat Vella - 2002
"Convivim a la Trinitat Vella" - 2002

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Presentació del documental "Coneix el Bon Pastor" al Centre Cívic del Bon Pastor.

Presentació del curt "Doble Atraco" a la II Mostra de Curts del Bon Pastor i també a la Mostra de Curtmetratges de Ficció del Centre Cultural La farinera del Clot.

Passi de "Doble Atraco" al I Festival de Curts Dr. Mabuse de la Trinitat Vella (ACÚSTIC-ZOOM 3A EDICIÓ).

Preestrena de "Convivim a la Trinitat Vella" a "La Trinitat en Imatges i So" a la Trinitat Vella (ACÚSTIC-ZOOM 3A EDICIÓ).

19. Valoració.

Donat que creiem que l'audiovisual és un bon mitjà per treballar amb els joves temes de valors i temes comunitaris, durant el proper curs 2002-2003 continuarem realitzant experiències similars amb les escoles i grups dels barris de la Franja del Besòs.

L'audiovisual és una eina motivadora, que fomenta la creativitat i es pot treballar de manera més lúdica i atractiva els hàbits i l'adquisició, en definitiva, de coneixements. Dins de centres educatius amb un alt nivell de fracàs escolar, qualsevol estratègia amb un component de novetat esdevé un bon mitjà per ensenyar continguts que, d'altra banda, resulten difícils d'aplicar amb els recursos propis de l'educació formal. Pel que fa als grups no-formals, la producció audiovisual els obre vies de participació i dinamització del seu propi entorn.

**GRUP D'EXPERIÈNCIES 3:
EL TREBALL EN VALORS A TRAVÉS
DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ**

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

ANÀLISI D'ESTEREOTIPS I BIAIXOS SEXISTES A LA PUBLICITAT

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Universitat de Barcelona

Persona de contacte: Dra. Julia Victoria Espín López

Telèfon de contacte: 93 403 5211

Correu electrònic de contacte: jespín@d5.ub.es

3. Breu descripció de la proposta:

Es tracta d'un projecte de recerca que pretén realitzar una anàlisi comparativa dels biaixos i estereotips sexistes que apareixen en els medis de comunicació, per a esbrinar els diferents models de dona presents en la publicitat.

4. Objectius:

Objectiu general

Analitzar els diferents models de dona presents en la publicitat en diferents medis de comunicació (TV i Premsa escrita).

Objectius específics

- 1.- Detectar quins estereotips i biaixos sexistes apareixen en la publicitat: en el codi icònic, en el llenguatge utilitzat, i en el contingut implícit i explícit.
- 2.- Elaborar un instrument d'anàlisi d'aquests estereotips i prejudicis, que puguin ser aplicat a qualsevol tipus d'anunci publicitari, independentment del mitjà de difusió.
- 3.- Analitzar i comparar el model de dona present en els anuncis publicitaris en aspectes com: relacions home-dona, valors, rols, característiques de personalitat, llenguatge, etc.

RESULTATS ESPERATS

La realització d'aquests projecte aportarà els següents resultats:

- a) Un instrument d'anàlisi dels estereotips i prejudicis sexistes, fiable i vàlid, aplicable a qualsevol tipus de material publicitari per a analitzar els models de dona presents en la publicitat.
- b) Uns materials de treball per a l'educació en la igualtat respectant la diferència de gènere per ser aplicats en diferents nivells educatius: secundària, batxillerat i universitat.
- c) Una valoració de diferents tipologies d'anuncis en relació al model de dona que transmeten que permeti a les professionals i els professionals que treballen en el disseny publicitari, plantejar uns anuncis més acords amb el paper actual de la dona dins l'àmbit públic.

5. Qui ho financia.

Aquest projecte s'ha presentat a la darrera convocatòria de recerca de l'Institut Català de la Dona de la Generalitat de Catalunya.

6. Territori d'aplicació:

Estat Espanyol

7. Sector de la població a qui es dirigeix i motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la

població: Infants, joves, adults i gent gran; donat que l'anàlisi es realitza sobre qualsevol anunci publicitari adreçats a aquests col·lectius.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

10. Número de persones a qui es dirigeix:

Als usuaris dels medis de comunicació, en especial televisió i premsa.

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència:

TV i premsa

13. Metodologia:

En aquesta recerca s'optarà per una *metodologia d'investigació qualitativa* perquè permet un major apropament al fenomen objecte d'estudi i un major aprofundiment en l'anàlisi de la realitat a estudiar. La recerca qualitativa es troba associada a processos socials i a significats, és a dir, en aquest cas, a elements clau en l'anàlisi d'estereotips lligats al gènere.

En el nostre estudi destaquen els següents aspectes:

- La recollida i l'anàlisi de dades succeeixen simultàniament de manera que el procés d'investigació es caracteritza per la seva flexibilitat i adaptabilitat.
- El procés de la recerca s'estableix *a priori* només en línies generals i constitueix un marc preconcebut d'actuació.
- El desenvolupament de la recerca no té un caràcter lineal sinó que es va construint i reformulant a la llum de les dades obtingudes.
- S'estableix un intercanvi dinàmic entre la teoria i les dades.

Per a indagar d'una manera sistemàtica els elements de discriminació transmesos implícitament o explícitament pels anuncis publicitaris, així com la possible representació que la persona en fa dels mateixos, s'optarà per la *tècnica de l'anàlisi de contingut*. Consisteix en aproximar-se a un objecte o fenomen amb la intencionalitat d'analitzar-lo en profunditat per a comprendre'l millor. Es designa amb la terminologia d' "anàlisi de contingut" a tot un conjunt de tècniques d'anàlisi de comunicacions per mitjans sistemàtics i objectius de descripció dels continguts dels missatges. Aquestes tècniques pretenen obtenir indicadors que permetin inferir coneixements i dades relatives a les condicions de producció i/o de recepció d'aquests missatges.

Des de la perspectiva de la nostra investigació, el valor de l'anàlisi de contingut radica en l'amplitud del seu camp d'aplicació, ja que abarca diversos tipus de comunicació, sigui a través del llenguatge oral, escrit o icònic. L'aplicarem a dos camps fonamentals: el camp del codi lingüístic, cosa que implica l'anàlisi del significat i el significant, i al camp del codi icònic, que es centrarà al mateix temps en dos nivells, el nivell ocult i el nivell manifest de les il·lustracions i imatges.

14. Antecedents:

Aquest projecte s'emmarca dins la línia de treball del Grup d'Investigació en Educació Intercultural (GREDI) del Departament de Mètodes d'Investigació i Diagnòstic en Educació (MIDE), de la Universitat de Barcelona. El grup està treballant des de l'any 1992 en el marc de les diferències culturals i de gènere.

Entre les nombroses publicacions del grup sobre aquests temes ressaltem les següents referides al gènere:

- Espín y otras (1996). *Análisis de recursos educativos desde la perspectiva no sexista*. Barcelona: Laertes.
- Espín, J.V. (1993). Diferencias de género en la intervención educativa: un tema vigente en investigación, *Revista de Investigación Educativa*, 23, 48-63.
- Espín, J.V. y Figuera, P. (1993). Las expectativas de rol en universitarios/as. En C. Flecha y I. de Torres (eds.). *La Mujer, nueva realidad, respuestas nuevas*. Madrid: Narcea, (pp. 272-284).
- Espín, J.V. (1995). Dona i Educació. *Quaderns: Observatori de la comunicació científica*, 1, 32-38.
- Espín, J.V. y otras (1995). *Non-discriminatory guidance and tolerance: an analysis of vocational guidance resources from a non-sexist perspective*. International Round Table for the Advancement of Counseling (IRTAC). Conference on Tolerance and Counseling. Malta.
- Espín, J.V. y otras (1996). Mujer y orientación. Por una orientación para la igualdad de oportunidades, *Revista de Orientación y Psicopedagogía*, 7, 11, 59-78.
- Espín, J.V. (en prensa). *Educación, ciudadanía y género*. En M. Bartolomé (Coord.). *De la educación intercultural a la educación para la ciudadanía*. Madrid: Narcea.

Ponències per encàrrec de la responsable del grup

- Espín, J.V. (1995). *Mujer y educación*. Jornadas de debate sobre "El papel de la mujer en la Ciencia". CIRIT. Universitat Pompeu Fabra. Fundació Catalana per a la Recerca. Barcelona, 1995.

- Espín, J.V. (1997). *Estereotipos y sesgos sexistas en la orientación y en la toma de decisiones*.

Jornadas "De la coeducación hacia un nuevo modelo educativo". Instituto Vasco de la Mujer, Vitoria, septiembre de 1997.

- Espín, J.V. (2000). *Educació i ciutadania des de la perspectiva del gènere*. "Els Julols". Universitat de Barcelona. Barcelona, juliol del 2000.

- Espín, J.V. (2001). *Análisis de materiales educativos desde la perspectiva no discriminatoria*. Congreso "Materiales curriculares y diversidad sociocultural en Galicia. Nova Escola Galega. Santiago, septiembre del 2001.

Alguns membres del grup, des de principis de la dècada dels 90, han treballat l'anàlisi dels estereotips sexistes en diferents tipus de materials en assignatures de programes de doctorat i de màster en universitats arreu de l'Estat Espanyol. Dins el programa de doctorat actual del Departament MIDE, denominat "Qualitat educativa en un món plural", existeix l'assignatura: Educació i orientació no sexista, en el primer curs; en el segon curs s'ofereix la possibilitat de fer un treball d'investigació sobre creació de recursos educatius des de la perspectiva no discriminatòria.

Les persones que participaran en aquest projecte d'investigació imparteixen classes en les assignatures sobre Diferències Individuals i Anàlisi de les Diferències Educatives, dels diferents Ensenyaments de la Facultat de Pedagogia, en les quals es tracta específicament el tema de les diferències de gènere.

15. Any d'inici de l'experiència:

2002

16. Durada i Fases:

Aquest projecte es desenvoluparà en varies fases que presentem de forma resumida a continuació.

1. Elecció d'una mostra pilot de material publicitari.
2. Elaboració d'un instrument d'anàlisi del material publicitari des de la perspectiva no sexista, desenvolupant indicadors pels estereotips i biaixos sexistes.
3. Aplicació de l'instrument a la mostra pilot per a comprovar la seva validesa.
4. Recopilació del material publicitari a analitzar. Es triarà una mostra d'uns 200 anuncis diferents procedents de diferents cadenes de TV i premsa escrita.
5. Realització de l'anàlisi de contingut del material publicitari seleccionat.
6. Elaboració de les conclusions sobre els models, rols, etc., de la dona presents en els anuncis.
7. Redacció final de l'informe d'investigació.

17. Què s'ha fet fins ara:

En aquests moments estem pendents de l'aprovació del projecte per part de l'Institut Català de la Dona (Generalitat de Catalunya).

18. Difusió realitzada de l'experiència:

Es durà a terme per part de l'Institut Català de la Dona.

19. Valoració:

Convé subratllar la transcendència de l'aspecte valoratiu que comporta l'estereotip i el biaix sexista. En efecte, el que es relaciona amb l'estereotip masculí tindrà una valoració social positiva, mentre que el que es relaciona amb l'estereotip femení sol estar devaluat. Els resultats d'aquesta valoració secundària del gènere femení poden repercutir a la formació de la identitat i a les expectatives socio-professionals de les nenes i els joves.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

PUBLICITAT. UNITATS 7 I 8 DEL PROGRAMA CANVIS. CANVIS A L'ADOLESCÈNCIA, NUTRICIÓ, VALORACIÓ PERSONAL, IMATGE I SALUT.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Institut Municipal de Salut Pública

Persona de contacte: Elia Díez David

Telèfon de contacte: 932384562

Correu electrònic de contacte: ediez@imsb.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

- Es tracta de dues unitats del programa destinades a que els alumnes analitzin i discuteixin, amb el guiatge del professorat, sobre la fitxa "Recull de premsa". Aquesta fitxa és un conjunt d'articles, cartes i anuncis de diferents revistes adreçades als joves. L'alumnat ha de llegir i discutir si afavoreixen comportaments saludables o no i per què.
- En una segona fitxa "Anem d'anuncis", els escolars han de discutir, en grups reduïts, un conjunt d'anuncis de diferents mitjans d'educació relacionats amb alguna conducta de salut. El treball acaba en una posta en comú en el gran grup sobre el treball efectuat en els grups petits.

4. Objectius.

- Identificar informacions correctes i informacions errònies.
- Sentir-se capaç d'analitzar críticament els anuncis de la premsa relacionats amb l'alimentació.
- Reconèixer els interessos de les empreses anunciantes i de les empreses publicitàries.
- Percebre que la publicitat influeix sobre la valoració del propi aspecte físic i de la sexualitat.

5. Qui ho financia.

Institut Municipal de Salut Pública.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....□

Districte:.....□

Altres:.....□

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) □

Adults (26 a 65 anys) □

Joves (12 a 25 anys) X

Gent gran (des de 66 anys) □

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Perquè és el sector de població sobre el que actua el determinant de les influències socials (publicitat) sobre els hàbits alimentaris saludables, que és l'objecte de l'experiència.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 □

+ 100 □

+ 500 □

+ 50 □

+ 250 □

Altres:..... X (5.000 escolars cada curs)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família □

Escola X

Treball □

Barri □

Lleure □

Altres:.....□

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Premsa X

TV ☐Internet ☐Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

- Treball en petits grups a partir de les fitxes per a l'alumne "Recull de premsa" i "Anem d'anuncis".
- Sessió pel professorat sobre els mecanismes d'influència dels mitjans de comunicació i la publicitat sobre la nostra conducta.
- Debat posterior (posta en comú en el gran grup del treball fet en els grups petits).

14. Antecedents.

Les teories de l'aprenentatge social (Bandura,1977) ens indiquen la importància del modelatge en l'aprenentatge de les conductes. La publicitat utilitzada per la indústria alimentària i la influència dels valors socials respecte al cos en els mitjans de comunicació constitueixen elements de pressió social sobre els adolescents quant a la formació de les seves actituds i hàbits saludables.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs escolar 1999-00 (prova pilot). El curs 2000-01 es va estendre a totes les escoles de Barcelona que ho van demanar.

16. Durada i fases.

Es tracta de dues sessions d'un programa que consta d'un total de vuit. El temps invertit per l'educador per aquestes sessions oscil·la entre dues i tres hores de classe (100-150 minuts).

17. Què s'ha fet fins ara.

L'aplicació d'aquestes sessions durant els dos anys de generalització del programa.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Fora de l'àmbit local (Barcelona), en l'àmbit provincial (tallers de formació de la Diputació de Barcelona). S'ha presentat en congressos nacionals sobre prevenció de trastorns alimentaris i promoció d'hàbits alimentaris saludables.

19. Valoració.

Positiva, per part dels educadors que al llarg dels anys d'aplicació del programa, l'han avaluat a la seva finalització.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

BUTLLETÍ ELECTRÒNIC DEL ZOO DE BARCELONA

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Zoo de Barcelona

Persona de contacte: Oriol Amorós i March / Rafel Cebrian i López

Telèfon de contacte: 93.225.67.80 / 93.415.87.55

Correu electrònic de contacte: amoros@mail.cinet.es

cebrian@mail.cinet.es

3. Breu descripció de la proposta.

Des del mes de novembre 2001 s'està enviant mensualment un butlletí electrònic amb les novetats del Zoo a totes les escoles instituts i centres educatius de Catalunya, a més de particulars que ho demanen.

4. Objectius.

1. Promoure actituds i valors d'estima, respecte i coneixement sobre els animals.
2. Personalitzar i mantenir el contacte amb els nens i nenes
3. Oferir continguts educatius per treballar a les aules
4. Transmetre la idea que el Zoo és viu, dinàmic, al Zoo sempre hi passen coses: naixements, canvis de les estacions i el seu efecte sobre cicle reproductiu, noves instal·lacions per a la millora del benestar animal,....
5. Donar a conèixer notícies d'actualitat sobre el medi ambient i la conservació de les espècies.

5. Qui ho finança.

El mateix Parc Zoològic de Barcelona

6. Entitats col·laboradores.

Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya, que ens ha facilitat adreces de correu electrònic.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....X

D'entrada es va començar enviant a tots els centres d'ensenyament no universitari de Catalunya. Actualment, però, s'envia també a tot aquell particular que ho demani sigui d'on sigui.

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) X

Adults (26 a 65 anys)

X

Joves (12 a 25 anys) X

Gent gran (des de 66 anys)

☐

El destinatari final del butlletí són ensenyants per a que aquests ho puguin fer servir amb els infants i els joves, encara que, cada vegada més, hi ha infants i joves que s'hi subscriuen directament.

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Per que el BUTLLETÍ ELECTRÒNIC DEL ZOO s'emmarca dins l'objectiu del nostre Departament d'Educació de ser més propers als ensenyants, facilitar-los informació, recursos per a l'aula i poder transmetre als alumnes l'interès pels animals mitjançant el format notícia.

10. Número de persones a que es dirigeix+ 25 ☐+ 100 ☐+ 500 ☐+ 50 ☐+ 250 ☐

Altres:..... X

Actualment estem distribuint uns 5000 exemplars.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.Família ☐

Escola X

Treball ☐Barri ☐

Lleure X

Altres:.....☐**12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.**Premsa ☐TV ☐

Internet X

Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Es busca l'acompliment dels objectius citats mitjançant incloure al butlletí de cada mes:

- Informació sobre un animal concret: *l'animal del mes*
- Notícies d'actualitat vinculades a l'animal del mes
- Un concurs interactiu titulat: *La pregunta del mes*
- Novetats referides als animals del Zoo: naixements, entrades i sortides de la col·lecció animal, noves instal·lacions, curiositats sobre el comportament dels animals, ...
- Novetats i notícies referides a la conservació de la fauna al món
- Consells i actituds respecte a la fauna

La resposta al concurs del mes ha de venir avalada per una classe i un/a ensenyant, pel que també es pretén incentivar el treball en grup i el reforç de continguts a les aules.

14. Antecedents.

Revista i altres publicacions del Zoo de Barcelona.

15. Any d'inici de l'experiència.

Novembre 2001

16. Durada i fases.

1. fase de prova, enviant només a centres escolars
2. s'afegeix la interactivitat a partir del concurs mensual
3. degut a la demanda rebuda, s'obre als particulars, principalment nens i nenes.
4. es penjen els butlletins anteriors a la web del zoo i es facilita la subscripció

17. Què s'ha fet fins ara.Vuit exemplars, disponibles a www.zoobarcelona.com/educacio**18. Difusió realitzada de l'experiència.**

Actualment estem distribuint uns 5000 exemplars.

19. Valoració.

En relació als objectius plantejats es pot dir que l'experiència ha servit per:

1. Promoure actituds i valors d'estima, respecte i coneixement sobre els animals.
 - Cada mes entre 30 i 40 classes de Catalunya participen al concurs interactiu pel que, com a mínim, aquests nens s'esforcen a descobrir aspectes sobre l'animal del mes gràcies al butlletí.
2. Personalitzar i mantenir el contacte amb els nens i nenes
 - Fins al moment uns 200 nens i nenes s'han subscrit particularment al butlletí.
3. Oferir continguts educatius per treballar a les aules
 - S'han vingut oferint. Sobre el seu grau d'utilització hi ha informacions diverses, però no suficients com per fer-ne una valoració objectiva.

4. Transmetre la idea que el Zoo és viu, dinàmic, al Zoo sempre hi passen coses: naixements, canvis de les estacions i el seu efecte sobre cicle reproductiu, noves instal·lacions per a la millora del benestar animal,....
 - Aquest és un objectiu qualitatiu difícil de valorar. Però sí que es pot valorar que en cada butlletí hi ha hagut informació relativa a l'actualitat del mes.
5. Donar a conèixer notícies d'actualitat sobre el medi ambient i la conservació de les espècies.
 - Objectiu acomplert.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

ELS BONPAS ES DIVERTEIXEN. ESCOLA DE PARES AL CEIP BERNAT DE BOÏL

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Serveis Socials, Franja Besòs.

Persona de contacte: Esther López, Pilar Moros

Telefon de contacte: 93-274.41.32

Correu electrònic de contacte: Pmoros@mail.bcn.es, Elopez@mail.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

Utilització del teatre com a mitjà/vehicle de comunicació per difondre valors educatius i hàbits de conducta saludable entre els pares i mares del CEIP. Escola de pares i mares mitjançant el teatre-fòrum.

4. Objectius.

- Mitjançant el Teatre, com a eina de comunicació, apropar els pares i mares a l'escola, aconseguint l'assistència i participació del major nombre d'aquests en les sessions.
- Establir un espai d'intercanvi entre pares i mares
- Establir una relació entre els membres de la comunitat educativa i serveis de la comunitat i donar a conèixer els recursos i serveis del territori.
- Sensibilitzar als pares i mares de la importància del paper educatiu que l'escola i la família tenen en l'educació dels fills.
- Facilitar elements per tal de modificar patrons de comportament i relació en l'educació dels fills.
- Facilitar informació per tal d'incidir en la educació dels fills, des d'una vessant preventiva.

5. Qui ho finança.

Ajuntament de Barcelona. Districte Sant Andreu.

6. Entitats col·laboradores.

AMPA Bernat de Boil, Direcció CEIP Bernat de Boil, Equip de compensatòria, Forn de Teatre Pa'tothom, EAP Sant Andreu.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:

Barri: x

Districte:

Altres:

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys)

Adults (de 26 a 65 anys) x

Joves (de 12 a 25 anys)

Gent gran (des de 66 anys)

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

A les comissions socials (espai per tal de garantir un seguiment socio-educatiu dels nens i nenes entre l'escola i SS, així com per establir propostes de caire preventiu des d'un vessant més global i comunitari), es detecten una sèrie de mancances comunes (educatives, d'habilitats socials, de recursos relacionals, d'hàbits...) de les famílies així com una desvalorització de l'escolaritat, que incideix directament en el desenvolupament psico-social dels nens.

Considerem que una intervenció adreçada a sensibilitzar sobre els models educatius de les famílies i a oferir alternatives, pot provocar un canvi dels patrons relacionals en el si de les mateixes.

D'altra banda, la imatge de l'escola a nivell de barri es troba condicionada per totes aquestes mancances, la qual cosa afavoreix l'aïllament del centre educatiu.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+25	+100	X	+500
+50	+250		altres

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família	Escola	Treball
Barri	Lleure	Altres

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa	TV	Internet
Ràdio	Cinema	Altres: El Teatre com a eina de comunicació

13. Metodologia.

Organització:

Equip motor (SS, AMPA, Escola, Compensatòria, EAP)

Equip col·laborador: Professionals de diferents serveis i recursos de la comunitat.

Els membres components de la comissió motora han fet reunions quinzenals per tal de concretar l'organització i planificació de les actuacions. El projecte s'ha consensuat entre els diferents estaments.

A partir dels acords en les reunions, SS es reuneix amb l'equip d'actors, per tal d'adaptar les escenes a les problemàtiques prioritzades.

Trobades entre els actors i l'equip motor per tal de concretar l'escena.

De difusió i seguiment:

Implicació de l'alumnat en el disseny del cartell i tríptic publicitari.

Informació a d'altres serveis de la zona, per tal que puguin col·laborar en la difusió del projecte.

Informació individual als pares i mares del projecte.

Enquesta a l'inici i final de les sessions per tal de veure el grau d'assoliment, dels objectius proposats.

Rebuda per part dels actors dels pares al centre escolar.

De les sessions:

Escenificació de diferents problemàtiques relacionades amb els àmbits de relació, normes, hàbits, salut, higiene i cura personal i lleure. Els personatges representen els vicis més recurrents de la relació dels pares i mares amb l'entorn proper (família, escola, institucions...), tot il·lustrant les preocupacions en relació a l'educació dels fills i altres comportaments de resistència als canvis.

En primer lloc es realitza l'escena d'una tirada. Després es torna a repetir, però el públic demana tallar allà on creu que es detecten falles en la intervenció dels pares. Aporten les seves propostes de modificació. L'escena es torna a posar en marxa segons les propostes plantejades pels pares, i s'observen els efectes produïts.

Recollida de conclusions.

Entrega d'algun obsequi per tal d'incentivar la seva assistència.

Invitació a cafè.

14. Antecedents.

Problemàtiques detectades a les comissions socials.

15. Any d'inici de l'experiència.

Al setembre del 2001 es comencen les reunions de l'equip motor per tal de consensuar les necessitats i concretar les actuacions.

Al gener de 2002 s'implementa el projecte.

16. Durada i fases.

Organització: Setembre 2001-gener 2002.

Implementació: Gener de 2002.

4 sessions sobre: Límits i normes en l'educació dels fills, La relació amb l'entorn i la família, La salut, la higiene i la cura personal, L'oci i el temps lliure. (4 sessions de hora i mitja de durada). A partir del setembre de 2002, es planteja la possibilitat de continuar amb les sessions, però amb la participació dels pares com a actors, per tal de poder treballar l'àmbit vivencial i de les emocions.

17. Què s'ha fet fins ara.

- Anàlisi de la situació.
- Consens vers els temes i la metodologia.
- Establiment d'objectius.
- Difusió.
- 4 sessions relacionades amb: les normes i límits dels pares en l'educació dels fills, la relació amb l'entorn i la família, la salut, la higiene i la cura personal, i l'oci i el temps lliure.
- Avaluació del procés i dels resultats.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

- Selecció de dibuixos realitzats pel grup d'alumnes de l'escola.
- Realització de tríptics.
- Difusió pels serveis i equipaments de la comunitat.
- Està prevista la realització d'una publicació en diferents revistes de l'àmbit educatiu i social.

19. Valoració.

La valoració és molt positiva. S'ha aconseguit mantenir una alta assistència dels pares, la qual cosa és molt difícil en aquest barri. D'altra banda, els pares han participat en el procés de les sessions i s'han identificat en tots els casos.

S'ha aconseguit una implicació de l'AMPA en el procés, així com de la comunitat escolar.

Es pretén continuar les sessions amb la participació directa dels pares.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.
BARCELONA MOSAIC DE CULTURES

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.
Institució/ Organització que la duu a terme: Museu Etnològic de Barcelona
Persona de contacte: Enric Miró Cuberes
Telèfon de contacte: 93 424 6807
Correu electrònic de contacte: emiro@telefonica.net

3. Breu descripció de la proposta.

Taller eminentment pràctic per aprofundir en determinats aspectes conceptuals de l'exposició "Barcelona mosaic de cultures", utilitzant material i recursos periodístics.

L'activitat es basa en el material que constitueix l'exposició "Barcelona mosaic de cultures": textos d'escriptors i pensadors rellevants del segle XX, documentació gràfica i escrita obtinguda del buidatge del diari **La Vanguardia** dels anys 1900-1999 de a partir del referent "La imatge de l'altre", buidatge de la Filmoteca de la Generalitat de Catalunya a partir del referent "Barcelona 1945-1990", i músiques de diverses cultures presents a la ciutat.

L'activitat és un itinerari d'experiències pràctiques que suggereixen una lectura actualitzada de la ciutat i dels diversos col·lectius que han participat i participen en la seva construcció. Les vivències porten a la anàlisi i reflexió sobre els elements identitaris, de gènere, jurídics, de creences, econòmics, etc., de les cultures en les que es treballa.

La proposta té dos formats: *taller* (de tres o quatre hores) i *curs* (de setze hores, per adults, reconegut pel Departament d'Ensenyament de la Generalitat de Catalunya).

Pel que fa a "Educació i mitjans de comunicació" el taller treballa sobre materials de comunicació i en promou una lectura etnogràfica interrelacionada amb l'aquí i ara de l'alumne.

4. Objectius.

Experimentar com a base per elaborar conclusions. Emprar els mitjans de comunicació com elements de coneixement i reflexió etnològica.

- Coneixement de la ciutat com a espai i temps de convivència en diversitat.
- Vincular l'experiència a l'entorn quotidià dels alumnes.
- Iniciar a l'alumne en la "lectura crítica" de l'entorn.
- Desenvolupar una activitat significativa de coneixement entre cultures.
- Portar a terme aprenentatges interdisciplinars en els vessants afectiu, cognitiu, motriu i cultural
- Afavorir el propi coneixement i el dels "altres barcelonins".
- Promoure una dinàmica grupal on alumnes i professors aporten i estan en situació d'aprenentatge.
- Reconèixer la riquesa de la diversitat -en el grup i a la ciutat- com a forma de potenciar l'autoestima cultural.
- Reconèixer el valor i la vigència del patrimoni cultural, tan el material com l'intangible.
- Reconèixer les aportacions dels diversos col·lectius en la construcció de la ciutat.

5. Qui ho financia.

Cada grup visitant abona el cost del taller.

En el cas del projecte portat a terme a l'IES Miquel Tarradell, el Museu Etnològic ha assumit els costos de professorat, i l'institut a cobert les despeses de material fungible.

6. Entitats col·laboradores.

IES Miquel Tarradell

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X
Districte:.....X

Barri:.....X
Altres:.....X

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐
Joves (12 a 25 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys) ☒
Gent gran (des de 66 anys) ☒

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Pel grau d'elaboració intel·lectual que es requereix.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☒
+ 50 ☐

+ 100 ☐
+ 250 ☐

+ 500 ☐
Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐
Barri ☐

Escola ☒
Lleure ☒

Treball ☐
Altres: Formació Educadors ☒

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☒
Ràdio ☐

TV ☒
Cinema ☒

Internet ☐
Altres:..... ☐

13. Metodologia.

Anàlisi de diferents mitjans i dels seus recursos -imatge i text- per extreure informació per el coneixement, la reflexió i la interpretació de la convivència quotidiana.

14. Antecedents.

El taller és una conseqüència del treball del museu en els darrers tres anys per tal de vincular-se estretament amb la ciutat.

El buidatge de 100 anys de La Vanguardia ha donat un material variat i profund sobre la construcció de la imatge de l'altre. També reconeix el valor dels materials quotidians (prensa, TV, cine..) com a font d'informació per la reflexió crítica i pel creixement personal i col·lectiu.

15. Any d'inici de l'experiència.

El taller es porta a terme a partir del 15 de gener de 2002

16. Durada i fases.

El taller com a tal dura 3, 4 ó 16 hores, segons es concreti per a cada grup. La temporalització general és la mateixa que l'exposició, fins el 10 de març de 2002. A petició d'alguns centres s'han dut a terme tallers amb posterioritat a la data de finalització de l'exposició. (gener a juny de 2002)

17. Què s'ha fet fins ara.

Portar a terme 12 tallers per ESO, 2 per mòdul superior de formació i 5 per adults.

En acabar les activitats s'ha iniciat l'avaluació d'aquesta etapa.

El projecte s'ha dut a terme majoritàriament amb l'IES Miquel Tarradell ja que des del curs 2000-2001 vàrem iniciar la col·laboració en aquest àmbit de les relacions entre cultures i la intervenció social.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

8.000 fulletons; entrevistes a Catalunya Ràdio, Com Ràdio, Ona Catalana; promoció sistematitzada patrocinada per Com Ràdio i La Vanguardia; El Periódico (secció de Cultura i Agenda), breus articles a Metro, Barcelona i m@s.

19. Valoració.

S'ha mostrat eficaç per els objectius previstos.

Per a un aprofitament òptim cal una implicació del professorat per tal de preparar les sessions, de forma que els alumnes portin a terme algunes recerques bibliogràfiques i senzills treballs de camp en el seu entorn quotidià, aportant una valuosa informació i sobretot una actitud més motivada i positiva. El treball del taller posa les bases per un aprofundiment des de les tasques de tutoria, tan individual com el grup.

La implicació personal de cada participant fa que el treball afectiu i en valors tinguin una rellevància especial.

Molt positiva amb autocrítica. Un camí a seguir i aprofundir.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

GLOBAL EXPRESS, L'ACTUALITAT A L'AULA

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: INTERMÓN OXFAM

Persona de contacte: Raquel León

Telèfon de contacte: 93/482-07-16

Correu electrònic de contacte: rleon@intermon.org

3. Breu descripció de la proposta.

El *Global Express* és un butlletí monogràfic sobre algun tema d'actualitat candent i de presència mediàtica. Vol ser un estri àgil i útil per treballar a Secundària. Consta d'un dossier informatiu, que té la intenció d'obrir el debat i la reflexió sobre el tema a tractar, i una proposta didàctica per treballar a l'aula i promoure una visió crítica de la realitat que permeti comprendre l'estat del món i, especialment, la situació dels països en desenvolupament.

4. Objectius.

- Donar a conèixer informació sobre els esdeveniments mundials que possibiliti l'anàlisi de causes i conseqüències com a contrapunt a la deformació de la gran majoria dels *mass media*.
- Facilitar propostes didàctiques al professorat interessat a treballar aquests temes a l'aula.
- Potenciar un canal d'informació solidari per a totes aquelles persones interessades en l'àmbit educatiu, educació en valors, la cooperació i la solidaritat.

5. Qui ho finança

La U.E.

6. Entitats col·laboradores.

Development Education Project, Panos Institute (Regne Unit), Centrum voor Mondiaal (Holanda), Centro Educazione Mondialità (Itàlia) i INTERMÓN OXFAM.

7. Territori d'aplicació.

Tot l'Estat Espanyol

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Joves (12 a 25 anys, alumnat) i Adults (26 a 65 anys, professorat)

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Perquè és un dels nostres àmbits de treball.

10. Número de persones a qui es dirigeix.

Tots els centres d'Educació Secundària de l'Estat espanyol.

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Escola

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa, ràdio i TV.

13. Metodologia.

Havent fet aflorar els conceptes previs de l'alumnat, es passa fer una anàlisi tant conceptual com actitudinal d'un fet mediàtic, veient-ne les causes i conseqüències. S'apunten estratègies per a la resolució de conflictes a partir del diàleg i del respecte d'opinions. Per això es proposa la interpretació de fotografies, gràfics, retalls de premsa, debats, dilemes morals, jocs de simulació, etc.

14. Antecedents.

El **Global Express** va néixer a Europa fa uns 3 anys.

15. Any d'inici de l'experiència.

Novembre 2001.

16. Durada i fases.

Pel curs 02-03 es preveu l'edició de 3 nous exemplars en 4 llengües (català, castellà, euskera i gallec) i la promoció foment del **Global Express** a la web.

17. Què s'ha fet fins ara.

Edició del n. 1, "Afganistan, ¿guerra contra el terrorisme?" el novembre 01 i l'edició del n. 2, "Argentina se hunde en la crisis" el febrer del 02.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

El **Global Express** s'ha enviat a tots els centres de l'Estat i es troba a la nostra web. Fins al moment ha tingut 8.000 consultes.

19. Valoració.

És positiva perquè el professorat no disposa de recursos per abordar temes d'actualitat. I, per altra banda, no sempre és fàcil d'obtenir informació, degut al bombardeig mediàtic de la "desinformació". També, les nostres propostes permeten incidir de manera fàcil en el tema, i alhora donen possibilitats per tractar-lo amb més profunditat a través de la bibliografia i les webs recomanades.

A més, el **Global Express** a la web ens permet respondre a la immediatesa dels fets, mentre que el procés d'edició en paper sempre és més llarg.

Entre els centres educatius de Barcelona i la resta de Catalunya on hem fet arribar l'experiència, sabem de la bona acceptació pels diferents comentaris d'ensenyants del nostre entorn, però el curs passat no ens va ser possible fer un seguiment rigorós. Tan sols podem concretar que la pàgina web va rebre 8.000 consultes. Precisament, en aquests moments, estem creant un equip de treball per dinamitzar i fer el seguiment detallat d'aquesta experiència, a fi de poder disposar de dades objectives.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

INFÀNCIA, VIOLÈNCIA I TELEVISIÓ: USOS TELEVISIUS I PERCEPCIÓ INFANTIL DE LA VIOLÈNCIA A LA TELEVISIÓ.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Fundació Blanquerna

Persona de contacte: Jordi Busquet Duran

Telèfon de contacte: 93 253 31 55

Correu electrònic de contacte: Jordibd@blanquerna.url.es

3. Breu descripció de la proposta.

Es tracta d'un estudi realitzat per l'equip de recerca *Violència i televisió* de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna (URL). En aquest cas hem realitzat un estudi sobre els usos televisius i una anàlisi de les formes de recepció que els infants de la ciutat de Barcelona fan dels programes violents.

4. Objectius.

En primer lloc, el propòsit inicial és descriure els costums, els usos televisius i les formes de consum de programes de televisió i avaluar les consideracions sobre la violència dels nois i noies, que es troben entre els 8 i 12 anys, de diferents extraccions econòmico-socials de la ciutat de Barcelona. En segon lloc -i com objectiu central- es planteja una aproximació qualitativa sobre la percepció que els infants i els joves preadolescents tenen dels diversos tipus de violència present en els programes de ficció televisiva.

Els resultats del treball han de contribuir a una millor comprensió d'aquesta problemàtica i podrien servir perquè els responsables del Consell Audiovisual de Catalunya (CAC) tinguessin més eines de comprensió i més elements de judici per a poder prendre una posició ben fonamentada davant la presència de violència en les diverses cadenes de televisió (tant públiques com privades), especialment en horaris d'emissió infantil i juvenil.

5. Qui ho finança.

El Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC).

6. Entitats col·laboradores.

Les escoles que han col·laborat en l'estudi.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....□

Districte:.....□

Altres:.....□

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) X

Adults (26 a 65 anys) □

Joves (12 a 25 anys) □

Gent gran (des de 66 anys) □

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Hi ha una preocupació social creixent sobre les possibles repercussions que la televisió té sobre el públic infantil. Els infants i adolescents es troben en un moment crucial de la seva formació personal i passen moltes hores davant de la petita pantalla. És per això que ens interessava fer un anàlisi del l'ús i la recepció televisiva per part dels infants.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

La mostra era de 445 individus.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☒

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:..... ☐

13. Metodologia.

L'estudi de la violència a la televisió és un tema complex i difícil que reclama una estratègia metodològica més sofisticada de la que s'estila en la major part d'estudis sobre els continguts. Per aquest motiu hem triat una metodologia de recerca que combina les eines quantitatives i les eines qualitatives i que fa possible la descripció i l'anàlisi dels usos socials de la televisió a l'àmbit familiar i permet aprofundir en el coneixement de la percepció de la violència a la televisió per part del públic infantil. Per això s'han seleccionat cinc centres públics d'ensenyament primari, ubicats en diverses zones de la ciutat de Barcelona, i s'han escollit alumnes entre les franges de 7 a 12 anys. En l'aproximació quantitativa s'ha fet una enquesta a 445 individus mitjançant un qüestionari. En l'apropament qualitatiu s'han realitzat 8 grups de discussió.

14. Antecedents.

El grup de treball de Violència i televisió de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna va néixer el novembre de 1997. Ha realitzat diversos projectes de recerca sobre l'estudi de la violència a la televisió i ha publicat el llibre: *La violència en la mirada. Anàlisi de violència a la televisió*.

15. Any d'inici de l'experiència.

Any 2000.

16. Durada i fases.

El treball de camp es va fer el primer trimestre de 2001.

17. Què s'ha fet fins ara.**18. Difusió realitzada de l'experiència.**

El treball que ha merescut una significativa atenció mediàtica que està disponible a Internet:

Busquet, J. (Coord.), Aran, S., Barata, F., Medina, P., Morón, S. *Infància, violència i televisió: usos televisius i percepció infantil de la violència a la televisió*.

<<http://www.audiovisualcat.net/recerca/presentacio-violencia.html>>

19. Valoració.

En *La violència en la mirada* ja assenyalàvem la necessitat de potenciar un tipus d'investigació sobre la violència a la televisió contextualitzada en el nostre àmbit sociocultural. Una investigació que no tingui prou en centrar-se només en el mitjà televisiu ni tan sols en els continguts de "violència" de la programació, sinó que sigui sensible al protagonisme i a la responsabilitat dels espectadors en l'ús de la televisió i en la recepció dels missatges televisius. Per això creiem necessari -tenint en compte la sensibilitat i la percepció dels espectadors- redefinir la noció de "violència" a la televisió per atorgar-li una significació adequada al moment actual. D'aquestes premisses neix el present estudi on es contempla l'espectador infantil com a un interlocutor vàlid i protagonista en la construcció de significats.

DADES DE L'ESTUDI QUANTITATIU

1. Les dades generals ens mostren que el 82% dels nois i noies entrevistats viuen amb els seus pares i mares: és a dir, formen una unitat familiar de tipus nuclear. Cal interpretar l'ús de la televisió en el context domèstic tenint present l'estructura familiar i el tipus de relació que hi ha entre els membres de la família.
2. La televisió és present a les llars de tots els infants i adolescents enquestats. El 72% dels infants tenen més d'una televisió a casa seva. La televisió, doncs, té una presència notable en la geografia domèstica i ocupa un lloc destacat al menjador de la casa.
3. Hi ha una correlació positiva entre el nombre d'aparells de televisió i el nombre d'hores que els infants passen davant la petita pantalla.
4. La televisió ocupa una part important del temps dels infants. El 83% dels nens i nenes enquestats té la percepció subjectiva que mira *bastant* o *molt* la televisió. Només un 17% creu que la mira *poc*.
5. Abans i immediatament després d'anar a escola és quan més es mira la televisió. Les franges horàries que aglutinen més consum televisiu són a la *tarda* – entre les 6 i les 8 – i també al *vespre* – a l'hora de sopar i després de sopar.
6. Els infants consideren que tenen un control relativament important sobre el comandament a distància, que els permet canviar la programació. El 47,4% del total diu que, d'alguna manera, *comparteixen* aquesta decisió amb els pares, mentre que el 30,1% afirma que només *ell* tria els programes.
7. Els nens i nenes entrevistats reconeixen que mentre miren la televisió també fan d'altres coses. El fet de veure la televisió, gairebé sempre (81'6% dels enquestats), va acompanyat d'altres activitats com són *menjar*, *jugar* o *fer els deures*, en aquest ordre.
8. Dos de cada tres infants enquestats afirmen que **no se senten "vigilats" mentre miren la televisió**. Al contrari, el 45% dels infants –sobretot els més petits– mostren que els agrada d'estar acompanyats.
9. El programa infantil que més miren els infants entrevistats és *Pokemon* amb el 19,4% de la mostra. Aquest programa agrada al 20,3% dels infants. Acapara l'interès dels nens i nenes de 7 a 10 anys, sobretot entre 8 i 9 anys; mentre que és molt poc apreciat pels infants que tenen entre 11 i 12 anys. La major part de programes per a infants que emeten les cadenes de televisió a penes és seguit pel 5% dels nois i noies. Els tres programes, no exclusivament per a infants, que més miren són: *Los Simpson* (23,2%), *Veterinaris* (17,8%) i *Pasa palabra* (12,4%).
10. La censura que els adults exerceixen respecte a la programació és poc important i molt heterogènia, ja que es diversifica en funció de la diversitat de l'oferta televisiva i la pluralitat de les preferències expressades pels infants.

CONCLUSIONS DE L'ESTUDI QUALITATIU

L'edat com a variable fonamental

Els infants de 7 i 8 anys desenvolupen en la seva construcció de la realitat un pensament prelògic i connecten fàcilment amb determinades històries o personatges del món de la ficció. No és casual que l'exemple més màgic dels quatre que van visionar, amb el gat còsmic *Doraemon* i els seus poders, sigui el que expressi millor aquest pas (*Doraemon*). A aquestes edats, interpreten les situacions de violència física (lleu?) sovint com si fossin una mena de joc.

Arribats als 11 i 12 anys, els nois i noies s'expressen molt bé mitjançant el discurs verbal. Tenen un tipus de pensament de caràcter lògic i són capaços de prendre un punt de vista més distant i crític respecte determinades formes de violència. Després de la discussió de les dades obtingudes estem en condició d'apuntar una sèrie d'observacions que ens semblen especialment rellevants:

La cultura televisiva

Els infants que han participat en els grups de discussió gaudeixen, en general, d'una notable *cultura televisiva*. No és aquest el moment de fer judicis de valor sobre si això és bo o és dolent. Només volem assenyalar que tenen un coneixement exhaustiu de la programació televisiva que presenta una oferta molt àmplia i diversa. Alhora, són bons coneixedors de les convencions de gènere i tenen un bon domini dels codis d'interpretació dels programes televisius.

La distinció entre realitat i ficció

Els infants entrevistats tenen una capacitat manifesta de diferenciar clarament entre allò que és *real* i allò que és *ficcionat*. Sovint hi ha la sospita que els infants fan servir elements televisius com un mecanisme de fugida o d'escapisme respecte el món de la vida quotidiana. Malgrat això, en l'estudi es constata que els infants poden saltar amb relativa facilitat d'un àmbit de significació a un altre. En

general, la imitació que els infants poden realitzar a través del joc no els resulta preocupant. Només els inquieta la possibilitat del mimetisme davant de determinades conductes escatològiques o no lúdiques que apareixen a la pantalla. En alguns moments es poden deixar portar per la imaginació o la fantasia, però això no significa que ignorin que la realitat quotidiana és la realitat per excel·lència. Curiosament els infants de totes les edats projecten cap a altres nens més petits la seva preocupació de la imitació de determinats comportaments que es veuen a la televisió, però sense sentir-se'n part implicada.

El reconeixement de la violència i la percepció d'intensitat

Els grups d'infants -sobretot els nois i noies de 11 i 12 anys- tenen una notable capacitat per elaborar un discurs argumental que els permeti expressar la seva opinió sobre la violència a la televisió. Els infants consideren que la *violència física* és la violència per excel·lència. Això no significa que no siguin sensibles davant de determinades formes de violència verbal o de violència simbòlica. Es constata, al mateix temps, una notable capacitat per establir una gradació de la violència anant més enllà de la més directa i gràfica com resulta la física: són capaços, sobretot el grup de 11 i 12 anys, d'entendre l'atac verbal com a forma d'humiliació i ridiculització. Normalment, la violència present en els programes informatius o documentals es viu com una realitat més intensa [més greu] que no pas la violència que apareix en els programes de ficció.

Les consideracions ètiques

Entre els més petits, les consideracions ètiques queden llunyanes del seu discurs espontani. En tot cas es manifesten a través de la verbalització de la seva familiaritat amb les escenes escollides i el seu grat o desgrat més immediat. Així, es comenten durant el visionat i en veu alta determinats aspectes molt relacionats amb el seu coneixement del material visionat (l'han vist en altres ocasions, expliquen altres episodis...). En els grups de més edat, en general, apareix una consideració reflexiva i personal, especialment crítica sobre els continguts estereotipats i simplificadors. Els més grans expressen, doncs, una demanda de continguts més elaborats i cuidats en els seus arguments, encara que tenen capacitat per gaudir de l'aspecte lúdic que l'animació els hi proporciona.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PAREKO: HACIA UNA ESCUELA COEDUCADORA

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: EMAKUNDE/INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Persona de contacte: ANA AGIRRE SAEZ DE EGILAZ

Telèfon de contacte: 945 01.67.00

Correu electrònic de contacte: emakunde.formacion@ej-gv.es

3. Breu descripció de la proposta.

El proyecto PAREKO se desarrolló en el marco del IV Programa para la Igualdad de Oportunidades de la Comisión Europea y pretende desarrollar en los centros educativos, de un modo integrado, acciones de formación del profesorado, sensibilización del alumnado y elaboración de materiales para fomentar la coeducación.

4. Objectius.

Fomentar la coeducación formando al profesorado, sensibilizando al alumnado y a las familias, y creando recursos didácticos para trabajar en las aulas.

5. Qui ho finança.

El proyecto ha sido cofinanciado por Emakunde, promotora del mismo, el Departamento de Educación, Universidades e Investigación del Gobierno Vasco y la Comisión Europea.

6. Entitats col·laboradores.

- Departamento de Educación, Universidades e Investigación
- Federación de madres y padres de Bizkaia
- Federación de madres y padres de Araba
- Federación de madres y padres de Gipuzkoa
- POLIEDRA (Italia)
- Comissão para a Igualdade e para los Direitos das Mulheres (Portugal)
- Ministère de la Promotion Féminine (Luxemburgo)

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres.....☒ Euskadi

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys)

☒

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys)

☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Se decidió trabajar con alumnado pre-adolescente (10-16 años) porque se encuentra en un momento clave para su desarrollo en el que deben ir asumiendo valores y actitudes para su futura vida adulta.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☒

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐	Escola ☒	Treball
Barri ☐	Lleure ☐	Altres:.

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☒	TV ☒	Internet ☐
Ràdio ☒	Cinema ☒	Altres: Música...X.....

13. Metodologia.

En el marco del proyecto se han elaborado diversos materiales que abordan diferentes temáticas de interés para el alumnado de referencia (10-16 años). Entre estos materiales, y por su relación con los medios y la comunicación, destacamos los siguientes:

"KONTU-KONTARI"

Guía y cuaderno de actividades que propone la relectura desde el género de libros de literatura infantil que frecuentemente son conocidos a través de la TV y el cine.

"GAZTE-PRESS"

Guía y propuesta de actividades a partir del análisis de los contenidos transmitidos en las revistas juveniles.

"IRRATISAIOAK"

Cinta de audio, guía y propuesta de trabajo a través de la recopilación de trabajos de audio realizados por alumnado de Educación Secundaria.

"CINE-CLUB"

Guía y propuesta de actividades a partir del análisis de los personajes y contenidos transmitidos en películas actuales que son "consumidas" por el público joven.

"ADI MUSIKARI"

Cinta de audio y propuesta de trabajo a partir del análisis de los valores y modelos transmitidos a través de canciones conocidas por las y los jóvenes.

14. Antecedents.

Desde 1993, Emakunde venía trabajando la coeducación en actuaciones directamente relacionadas no sólo con el profesorado, sino también con el alumnado. A partir de esta experiencia se vio la necesidad de integrar toda esta labor y completarla con la elaboración de recursos para trabajar en el aula la igualdad de oportunidades entre chicas y chicos. Y de ahí nació el proyecto europeo PAREKO.

15. Any d'inici de l'experiència.

1997

16. Durada i fases.

1993 - 1997 -----	Actividades de formación del profesorado
	Actividades de sensibilización del alumnado
1997 -----	Comienzo de elaboración de materiales
1999 -----	Proyecto europeo "PAREKO"
2002 -----	Finalización proyecto

17. Què s'ha fet fins ara.

1993 - 1997 -----	Actividades de formación del profesorado
	Actividades de sensibilización del alumnado
1997 -----	Comienzo de elaboración de materiales
1999 -----	Proyecto europeo "PAREKO"
2002 -----	Finalización proyecto

18. Difusió realitzada de l'experiència.

- Se ha trabajado con casi 100 centros educativos de Euskadi y con más de 1800 alumnos y alumnas.
- Se ha dado a conocer la experiencia en diferentes jornadas con profesionales de la educación.

- A finales de 2002 se realizará una presentación general a todos los centros de Euskadi a través de los Berritzegunes (servicios zonales de apoyo).

19. Valoració.

El modelo de intervención realizado ha quedado suficientemente probado y definido para próximas aplicaciones, por lo que la continuidad se prevé en una línea diferente.

Se tratará a partir de ahora de definir y experimentar un modelo de actuación menos genérico y global que permita una acción más concreta y continuada en los centros, respondiendo más específicamente a sus diagnósticos, necesidades y prioridades. De este modo, se podrá comenzar a realizar una evaluación relacionada con el cambio real de actitudes y comportamientos.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PUBLICITAT. TABAC I BEGUES ALCOHÒLIQUES. DEL PROGRAMA PASE. BCN.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Institut Municipal de Salut Pública

Persona de contacte: Carles Ariza Cardenal

Telèfon de contacte: 932384562 / 932173197

Correu electrònic de contacte: cariza@imsb.bcn.es

3. Breu descripció de la proposta.

Es tracta d'un taller sobre anuncis publicitaris, amb la finalitat que els alumnes facin una descoberta dels principals recursos que utilitza la publicitat per influir sobre la nostra conducta. Els escolars reuneixen anuncis sobre tabac i begudes alcohòliques dels setmanaris i altres productes de premsa al seu abast. En el quadern de l'alumne d'aquest programa hi ha una fitxa per realitzar l'anàlisi d'aquests anuncis, dels que després es farà un debat a classe.

4. Objectius.

Identificar els temes més comuns que la publicitat utilitza per pressionar els escolars a esdevenir fumadors (aventura, bon humor, fer amics, tenir bon aspecte...).

Identificar les tècniques utilitzades per la publicitat i que el missatge publicitari pot ser cert o enganyós i fals.

Identificar els motius per als quals la publicitat sobre el tabac és utilitzada (per a influenciar-me a mi; ells volen que jo fumi i jo no vull ser fumador!).

5. Qui ho financia.

Institut Municipal de Salut Pública

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....□

Districte:.....□

Altres:.....□

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) □

Adults (26 a 65 anys) □

Joves (12 a 25 anys) X

Gent gran (des de 66 anys) □

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Perquè és el sector de població sobre el que actua el determinant de les influències socials (publicitat) sobre la iniciació al consum de tabac i alcohol, que és l'objecte de l'experiència.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 □

+ 100 □

+ 500 □

+ 50 □

+ 250 □

Altres:..... X (8.000 escolars cada curs)

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família □

Escola X

Treball □

Barri □

Lleure □

Altres:.....□

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.Premsa **X**TV ☐Internet ☐Ràdio ☐Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Joc de rol. Treball en equip. Metodologia lúdica i participativa.

L'activitat a l'escola consisteix en convertir l'aula en una redacció. Això vol dir que els nois/es assumeixen diferents rols en funció del professional que els toqui representar (redactors de secció, fotògraf, maquetador, cap de secció). Per a l'elaboració del diari, s'ha de seguir un horari molt pautat que fa que l'activitat sigui molt dinàmica i fins i tot estressant (es tracta de fer una simulació el més real possible). Els nois s'organitzen per seccions i han de prendre moltes decisions, això vol dir que el treball en equip és un element clau de l'activitat.

Les visites a la redacció i a la rotativa són visites guiades però inclouen una activitat de reflexió i anàlisi del que estan observant.

14. Antecedents.

Les teories de l'aprenentatge social (Bandura,1977) ens indiquen la importància del modelatge en l'aprenentatge de les conductes. La publicitat utilitzada per la indústria tabaquera i alcohòlica utilitza els principals valors i aspiracions socials per introduir els seus productes.

15. Any d'inici de l'experiència.

Curs escolar 1993-94. El curs 1997-98 es va reformar aquesta sessió en introduir-se el quadern de l'alumne.

16. Durada i fases.

Es tracta d'una sessió d'un programa que consta d'un total de set. El temps invertit per l'educador per aquesta sessió oscil·la entre una i dues hores de classe (50-100 minuts).

17. Què s'ha fet fins ara.

L'aplicació d'aquesta sessió ininterrompudament durant tots els anys d'implementació del programa.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Fora de l'àmbit local (Barcelona), en l'àmbit provincial (tallers de formació de la Diputació de Barcelona). En presentar-se en congressos nacionals sobre prevenció de tabaquisme, alguns centres educatius i ajuntaments de la resta de l'Estat han sol·licitat el programa.

19. Valoració.

Positiva, per part dels educadors que al llarg dels nou anys d'aplicació del programa, l'han avaluat a la seva finalització.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

PERIODISTES CONTRA EL RACISME. LA PREMSA ESPANYOLA DAVANT EL POBLE GITANO. 2000-2001

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Unió Romani

Persona de contacte: Juan de Dios Ramírez-Heredia

Telèfon de contacte: 93.412.77.45

Correu electrònic de contacte:

3. Breu descripció de la proposta.

Aquesta proposta és un anàlisi quantitatiu i qualitatiu de les notícies relacionades amb el poble gitano que s'han publicat durant els anys 2000 i 2001 a la premsa espanyola.

4. Objectius.

- Definir la imatge del poble gitano que s'ofereix a la premsa espanyola.
- Eliminar els tòpics i estereotips que envolten als gitans.
- Aconseguir que la premsa reflecteixi la realitat de la comunitat gitana.

5. Qui ho financia.

Aquest projecte està finançat pel Ministeri de Treball i Assumptes Socials, concretament, pel Gabinet Tècnic (Departament d'Estudis i Projectes) de l'Institut de Migracions i Serveis Socials de la Secretaria General d'Assumptes Socials.

6. Entitats col·laboradores.

L'Instituto Romanò de Servicios Sociales y Culturales

7. Territori d'aplicació .

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....**X ESTATAL**

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) **X**

Joves (12 a 25 anys) **X**

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

És el sector de població en el que s'inclouen els professionals de la premsa.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... **X AL TOTAL DE PERIODISTES DE L'ESTAT**

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball **X**

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....**X PERSONAL**

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa **X**

TV ☐

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:.....☐

13. Metodologia.

L'estudi està format per dues fases, una d'investigació, i una altra d'anàlisi i conclusions.

Per a realitzar la investigació, i tal com es va fer a les anteriors edicions de l'estudi, cada una de les notícies recollides es va analitzar de manera detallada seguint un patró prefixat.

En primer lloc es van tenir en consideració aspectes sobre els mitjans que publiquen cada informació com el nom de la publicació, la ubicació de l'empresa i la data en què es va publicar la notícia. Després es classifiquen aspectes formals com el titular principal, i el secundari –si consta–, l'autor, l'agència informativa que facilita les dades, la modalitat, el gènere i si el text es recolza en una o més imatges, gràfics o dibuixos. També es té en compte la consulta de les dades amb fonts gitanes, a través del seu testimoni, i si el text és o no és portada de la publicació en qüestió.

A continuació s'estudien els temes, principal i secundaris dels que es parla al llarg del text, els quals s'agrupen en uns conceptes determinats per a posteriorment elaborar el bloc del que formarà part el text, s'analitza la seva extensió i finalment es porta a terme una valoració, que pot ser positiva, neutra o negativa, tenint en compte quatre punts que contemplen els codis deontològics de diferents col·legis professionals, sindicats i federacions de periodistes. Aquests punts són:

-NO INCLOURE EL GRUP ÈTNIC, COLOR DE PELL, RELIGIÓ O CULTURA SI NO ÉS ESTRUCTURALMENT NECESSARI PER A COMPRENDRE LA NOTÍCIA.

-EVITAR LES GENERALITZACIONS I LA SIMPLIFICACIÓ, PER NO CAURE EN MANIQUEÏSMES.

-NO POTENCIAR ELS ASPECTES NEGATius NI SENSACIONALISTES DE LES INFORMACIONS I AIXÍ EVITAR CONFLICTES.

-BUSCAR FONTS D'INFORMACIÓ PER A CONTRASTAR LES NOTÍCIES, ESPECIALMENT LES INSTITUCIONALS, I POTENCIAR LES INFORMACIONS QUE PROVENEN DE LES PRÒPIES MINORIES.

La valoració de la notícia no es realitza sobre el succés, sinó, entorn al tractament de la informació per part del seu autor. L'estudi tracta de jutjar l'actitud del periodista i la imatge que d'ella es fabriquen els lectors. L'equip d'investigació intenta descobrir si la imatge del poble gitano es veu afavorida per l'acció dels mitjans de comunicació o si, al contrari, després de la lectura dels textos publicats per la premsa, en surt perjudicada.

La valoració resulta ser el procés més important de l'estudi que analitza el treball dels professionals de la informació, ja que a partir d'aquesta neix el procés d'anàlisi amb el que es construeixen les estadístiques i els gràfics.

Així doncs, el procés de realització d'aquest estudi segueix els següents passos:

- Classificació i valoració de totes les notícies publicades a la premsa espanyola durant els anys objecte d'estudi
- Anàlisi quantitatiu i qualitatiu de les notícies
- Valoració estatal i autonòmica dels resultats
- Elaboració de conclusions i redacció de l'estudi
- Publicació de l'informe

14. Antecedents.

Aquest estudi ja s'ha realitzat en anteriors ocasions, concretament en els següents períodes: 1995-1996, 1997, 1998-1999.

15. Any d'inici de l'experiència.

1995

16. Durada i fases.

Aquesta proposta té una durada equivalent al període tractat, ja que analitza les notícies publicades durant tot l'interval.

17. Què s'ha fet fins ara.

Fins ara ja s'han publicat tres informes i actualment s'està treballant en l'elaboració del quart.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Es fa una presentació pública de l'informe a nivell estatal i una sèrie de rodes de premsa per presentar-lo en l'àmbit de diverses autonomies com Andalusia, Catalunya, País Basc, Comunitat Valenciana..

19. Valoració.

La valoració de l'experiència és molt positiva i, per això, aquest és el quart estudi que es realitza.

En el primer estudi es van analitzar 7.430 informacions, totes elles publicades entre l'1 de gener de 1995 i el 31 de desembre de 1996. Ja en aquell estudi es va observar que l'extensió de les notícies sobre temes relacionats amb els gitanos anava en augment. Així el 1995, la més utilitzada va ser la notícia breu mentre que el 1996 les notícies es publicaven amb una extensió de mitja pàgina. Per comunitats, Astúries, Extremadura i Cantàbria van ser els territoris on es va dedicar més espai informatiu als gitanos, mentre que La Rioja va ser la comunitat que menys ho va fer.

A l'estudi de 1995-1996 els temes que van aparèixer més sovint van ser els relacionats amb la cultura, l'habitatge, la convivència i l'associacionisme. Per contra, els que menys van aparèixer van ser els que parlaven sobre llengua i llei gitana. La valoració més positiva l'obtingueren els temes de cultura i associacionisme i la més negativa, els d'habitatge i convivència.

Per altra banda, la modalitat periodística més utilitzada va ser la informació, per sobre de l'opinió. A més, la notícia va imperar davant de qualsevol altre gènere amb un 78%, mentre que el 22% restant corresponia a reportatges i articles. Cal destacar que només un 3% de les informacions van sortir en portada, davant del 97% que es va incloure a les pàgines interiors.

El nombre d'informacions analitzades a l'estudi de 1997 va baixar a 3.669, ja que el període de recollida d'informacions anava de l'1 de gener al 31 de desembre de 1997. Andalusia, Madrid, Catalunya i Castella-Lleó van ser les comunitats on van aparèixer més textos, però en relació a l'espai ocupat, Aragó, Cantàbria i Astúries van ser les autonomies on els textos publicats tenien més extensió.

A l'estudi de 1997 els temes que van aparèixer més sovint van ser, per ordre folklore, convivència, habitatge, cultura i associacionisme. Per contra, els temes que menys van aparèixer foren la venda ambulat, els estudis, les notícies relacionades amb les presons i les agressions. Extremadura va tractar, en general, de manera positiva els diferents temes i en canvi Cantàbria ho va fer de forma negativa. La Rioja deixava de ser una comunitat de tracte negatiu per passar a atorgar un tracte neutre als textos.

Per altra banda, la modalitat periodística més utilitzada va ser la informació. A més, la notícia va destacar per sobre de qualsevol altre gènere. Només un 1,53% de les informacions van sortir en portada, enfront al 98,47% restant que es va incloure a les pàgines interiors.

Per al tercer estudi es van analitzar 7.286 notícies, totes elles publicades entre l'1 de gener de 1998 i el 31 de desembre de 1999. De la mateixa manera que al 1997, el 1998 les comunitats que més textos van publicar foren, ordenadament, Madrid, Andalusia, Catalunya i Castella-Lleó. La comunitat amb menys informacions publicades va ser La Rioja.

Pel que es refereix a la valoració, la premsa espanyola va ser majoritàriament neutral, destacant Cantàbria amb el 74,53% de textos. Aragó va ser la autonomia que més positivament va tractar els temes relacionats amb el poble gitano, amb un 29,17%, mentre que el 39,74% de les informacions relacionades amb gitanos a Balears va ser negativa.

Més de la meitat dels textos publicats pels mitjans de comunicació tenien una extensió de mitja pàgina, un 26,15% eren breus i una mica més del nou per cent eren textos de pàgina sencera o més, apartat en què va destacar el País Basc amb un 13,83% de les informacions.

De tots els estudis anteriors, es van extreure unes conclusions comuns: a la majoria de les notícies no es contrastava les informacions amb fonts gitanes, pel que a la premsa s'escribia sobre els gitanos sense tenir en compte el seu punt de vista. Per aquest motiu, la imatge que percebia el lector, que es formava una opinió sobre els temes tractats basada en visions parcials, poc rigoroses amb la realitat cultural gitana. A més, els textos acusaven el desconeixement, la poca profunditat i l'excés de

morbositat oferint unes generalitzacions extremes que recolzaven la divisió professional dels que formen aquest poble entre artistes i delinqüents, cosa absolutament irreal.

Als estudis previs, es van incloure recomanacions per als professionals del periodisme així com recomanacions generals cap al col·lectiu de professionals del periodisme, les empreses i les institucions.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

UNA MÀ DE CONTES

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Televisió de Catalunya / K3

Persona de contacte: Manuel Barrios – J.M. Hernández Ripoll

Telèfon de contacte: 93 567 39 13

Correu electrònic de contacte: mbarrios.s@tvcatunya.com

3. Breu descripció de la proposta.

"Una mà de contes" és el nom d'un programa de televisió de 7' on es veu com les mans d'un il·lustrador dibuixen un conte mentre una veu en off l'explica. Els il·lustradors i les tècniques plàstiques emprades són diferents en cadascun dels contes narrats.

4. Objectius.

Explicar contes. Estimular l'expressió artística.

5. Qui ho finança.

Televisió de Catalunya.

6. Entitats col·laboradores.

Han intervingut com a il·lustradors: Gallardo, Maz, Martí Guixé, i alumnes de l'Escola Massana entre d'altres; i com a músics compositors: La Clua, Max Sunyer, Panxulo, Saki,...

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres: Catalunya.....☒

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒

Adults (26 a 65 anys) ☐

Joves (12 a 25 anys) ☐

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Necessitat de crear un espai que faltava en l'oferta de televisió en català.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:.....☒

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☐

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:.....☒

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☐

Ràdio ☒

Cinema ☐

Altres:.....☒

13. Metodologia.

Programa de televisió gravat.

14. Antecedents.

Activitats artístiques on es vinculen les arts plàstiques amb l'audiovisual, com ara el film "El enigma Picasso".

15. Any d'inici de l'experiència.

2000.

16. Durada i fases.

Cada capítol dura uns set minuts i s'emet a diferents hores, diferents dies i en multiremissió.

17. Què s'ha fet fins ara.

S'han produït 25 capítols, i també s'han editat dos discs i un llibre juntament amb una cinta en vídeo domèstic.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

TV3, TVC Disc i Enciclopèdia Catalana.

19. Valoració.

Bona acceptació per part del públic, els artistes col·laboradors i les empreses implicades.

**PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR**

1. Nom de l'experiència.

ENFOCANDO EL GENEREO EN TELEVISIÓN.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: EMAKUNDE/INSTITUTO VASCO DE LA MUJER

Persona de contacte: ANA AGIRRE SAEZ DE EGILAZ

Telèfon de contacte: 945 01.67.00

Correu electrònic de contacte: emakunde.formacion@ej-gv.es

3. Breu descripció de la proposta.

Material de formación dirigido a profesionales de los medios y estudiantes de periodismo para analizar desde el enfoque de género la televisión.

4. Objectius.

Formar a las y los profesionales de los medios para que integren la perspectiva de género en su trabajo.

5. Qui ho finança.

El material fue elaborado en inglés por las televisiones públicas de Noruega, Suecia, Finlandia, Dinamarca, Alemania y Holanda en el marco de un proyecto europeo. Emakunde ha traducido y editado el material en castellano y euskera.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....☐

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres:.....☒ Euskadi

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☒

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Porque se corresponde con los intervalos de edad de las y los profesionales de los medios y de los estudiantes de periodismo.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☐

+ 500

☒

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball

☒

Barri ☐

Lleure ☐

Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐

TV ☒

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☐

Altres:..... ☐

13. Metodologia.

El material contiene diferentes herramientas para analizar el tratamiento del género en televisión. Además de un estudio sobre la presencia de mujeres y hombres en las televisiones que participaron, contiene vídeo clips de programas y entrevistas a profesionales de TV que sirven para analizar el modo en que el género es retratado en la televisión. Estos vídeo clips se trabajan conjuntamente con unas fichas didácticas.

14. Antecedents.

En 1995 se firmó en Londres la *Carta de compromiso de las televisiones europeas en relación con la igualdad de oportunidades*. En el marco del III Programa de la Comisión Europea se habían realizado diferentes encuentros en Bruselas para analizar el papel de las mujeres en los medios entre 12 países de la Unión Europea. Fruto de este trabajo fue la Conferencia en Londres en 1995, donde se firmó la *Carta*.

Para dar continuidad a dicho trabajo, un pequeño grupo de televisiones se reunió a finales de 1996 en Helsinki. Y en 1997 pusieron en marcha el proyecto "Screening Gender" cofinanciado por la Comisión Europea y en el que participaron seis televisiones públicas: NOS (Holanda), NRK (Noruega), SVT (Suecia), YLE (Finlandia), ZDF (Alemania) y DR (Dinamarca). El proyecto, fruto del cual es el material de formación, finalizó en 2000, siendo presentado en Estocolmo en mayo de dicho año.

Emakunde asistió a esta presentación y, dado el interés del material, decidió traducirlo y editarlo en castellano y euskera para su utilización en nuestro país.

15. Any d'inici de l'experiència.

1997.

16. Durada i fases.

1997 – 2000 ----- Screening Gender

2000 ----- Edición castellano-euskera "Enfocando el género en TV"

2001 ----- Presentación en Euskadi del material

17. Què s'ha fet fins ara.

Seminario de presentación con directivos y directivas de EITB (Radio Televisión Vasca) --- 2001

Presentación pública del material ----- 2002

Acuerdo de trabajo con la Facultad de Ciencias de la Información de la UPV ----- 2002

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Jornada abierta de presentación en marzo del 2002.

19. Valoració.

La valoración de material es muy buena. Queda pendiente su implementación.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

ZONA ZERO. LA RECERCA DE LA MEMÒRIA: ANNA FRANK

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: GANDHIJI

Persona de contacte: Concha Pinós i Flavio Signore

Telèfon de contacte: 93.2023264

Correu electrònic de contacte: GANDHIJI @TELEFONICA.NET

zonacerolamemoriadeanafrank@yahoo.es

3. Breu descripció de la proposta.

Projecte educatiu antiracista i a favor del compliment dels drets humans. Treball de recerca amb vuit noies d'entre 8 i 18 anys de diferents països i religions. Muntatge teatral de creació a partir de les seves experiències d'exili, emigració, guerra i fam. Quadern pedagògic sobre com treballar el racisme a les escoles i vídeo documental de tot el procés.

El espectacle va obrir les Festes de la Mercè 2002 i després d'això ha començat una sèrie d'actuacions tant a poblacions de Catalunya: escoles, centres cívics, ajuntaments, i universitats, i el documental per a televisió s'estrenarà al novembre i després es farà un passi per cinema.

4. Objectius.

Lluita per combatre postures antiracistes e injustes des de la creació audiovisual i artística. L'artista no es racista.

5. Qui ho finança.

Socis col·laboradors de GANDHIJI (entitat sense ànim de lucre), SIBILA (productora audiovisual). Fundraising alternatiu de carrer.

6. Entitats col·laboradores.

SOS RACISME, MANS UNIDES, UNESCO, Ajuntament de Barcelona : Institut de Cultura, Col·legi Sefardí, Fundació Eduqual, Institut Italià de Cultura, FNAC, Museu del Cinema de Girona, El Periódico de Catalunya, TV3 i Catalunya Ràdio, Yahoo Català.

7. Territori d'aplicació.

Municipi:.....X

Barri:.....X

Districte:.....X

Altres:.....X

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) X

Adults (26 a 65 anys) X

Joves (12 a 25 anys) X

Gent gran (des de 66 anys) □

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Es una acció antiracista destinada al públic en general. Cadascú en farà la seva lectura.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 □

+ 100 □

+ 500 □

+ 50 □

+ 250 □

Altres:..... X

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família □

Escola X

Treball □

Barri □

Lleure X

Altres:.....□

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☐ TV ☒ Internet ☐
Ràdio ☐ Cinema ☒ Altres:.....☒

13. Metodologia.

De recerca, activa i participativa.

14. Antecedents.

Des del començament vam detectar la necessitat de donar la possibilitat als nens més pobres de fer servir una eina com el teatre, el vídeo, el cinema o la dansa per expressar les seves experiències viscudes. La seva angoixa, el seu temor per un futur incert, els seus somnis... Vam començar un projecte que ara per ara es diu SALAAM BARCELONA. Nascut de l'experiència del muntatge de ZONA CERO, sobretot per ampliar-ho a més nens que ens han demanat de participar-hi.

15. Any d'inici de l'experiència.

2002

16. Durada i fases.

Estiu del 2002 fins el 23 de setembre: ZONA CERO i estrena de l'espectacle
2 d'octubre fins el 20 de desembre del 2002: AULA DE CINEMA ANTIRACISTA
17-18 d'octubre del 2002: VAGA DE FAM. DIA MUNDIAL DE ERADICACIÓ DE LA POBRESA
30 de novembre al 6 de desembre: DIES DE SIDA
Febrer del 2003: FACULTAT DE PEDAGOGIA DE GIRONA: PEDAGOGIA FÍLMICA

17. Què s'ha fet fins ara.

ZONA CERO, AULA DE CINEMA, I ESTEM A PUNT DE COMENÇAR LA VAGA DE FAM.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Televisió, premsa, escoles.

19. Valoració.

Molt positiva, ens demanen tallers, conferències, i propostes.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

APROPA'T AL SENEGAL! APROPEM-NOS ALS CAMPAMENTS DE REFUGIATS SAHRAUIS!
TALLERS MULTICULTURALS DE RÀDIO I TELEVISIÓ.

2. Dades de contacte autors/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Clot RTV – Sant Martí / Teleduca, educació i comunicació.

Persona de contacte: Carme Mayugo i Majó

Telèfon de contacte: 932650034, 933015286

Correu electrònic de contacte: clot.rtv@eresmas.net, teleduca@terra.es

3. Breu descripció de la proposta.

El projecte "Apropa't al Senegal! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió" contempla la realització de dues accions complementàries. D'una banda, promou tallers de ràdio i televisió a centres educatius de Barcelona i rodalies (tant d'educació formal com no formal) sobre dues temàtiques: la multiculturalitat i interculturalitat, o bé el coneixement de la cultura senegalesa i per extensió de l'Àfrica subsahariana occidental. D'altra banda, els tallers es reforcen amb dues produccions audiovisuals: "Bakary Seck, una escola al Senegal oriental" i "Gent de Diakha Madina", que se centren en la vida, les inquietuds i la mirada al seu entorn de nois i noies de diverses escoles del Senegal oriental. A més, en aquestes produccions van participar activament (preparant entrevistes, gravant imatges i entrevistes,...) els adolescents senegalesos.

"Apropem-nos als campaments de refugiats sahrauis! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió" es basa en la mateixa metodologia que l'experiència anterior. Contempla dues accions complementàries: la realització d'un reportatge audiovisual sobre els adolescents sahrauis i la seva vida a l'Escola 12 d'Octubre (internat dels campaments de refugiats), i l'oferta de tallers de ràdio i televisió basats en dues temàtiques: d'una banda, la multiculturalitat i interculturalitat, i, d'altra banda, el coneixement de la cultura i formes de vida dels sahrauis als campaments de refugiats, fora del seu territori natural.

4. Objectius.

Els projectes "Apropa't al Senegal!" i "Apropem-nos als campaments de refugiats sahrauis!", amb els tallers multiculturals tant de ràdio com de televisió adreçats als centres educatius, pretenen que els nois i noies (i també nens i nenes) que hi participen aprenguin a fer servir els mitjans de comunicació com a eines d'expressió i comunicació sobre el seu entorn, alhora que investiguen, s'informen i, a més (degut a les temàtiques), s'apropen a altres cultures diferents a la pròpia i/o la dominant.

D'altra banda, les produccions audiovisuals que han resultat de totes dues iniciatives tenen com a objectiu principal introduir la població (sobretot els nois i noies en edat escolar) en el coneixement d'altres cultures i també contribuir a divulgar l'existència de formes de vida diferents a la nostra. Actualment existeixen pocs materials audiovisuals de caire divulgatiu que mostrin visions diferents d'aquestes cultures, i no les que solen mostrar els *mass media*, com ara imatges de desgràcies, fams i guerres.

5. Qui ho finança.

El projecte "Apropa't al Senegal! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió" ha estat finançat per:

- Gabinet d'Integració Europea i Solidaritat de la Diputació de Barcelona
- Ajuntament de Barcelona, regidoria de Drets Civils
- Ajuntament de Barcelona, Institut Municipal d'Educació de Barcelona (IMEB)

El projecte "Apropem-nos als campaments de refugiats sahrauis! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió" compta amb el finançament de:

- Ajuntament de Barcelona, regidoria de Drets Civils
- Programa Barcelona Solidària de l'Ajuntament de Barcelona

6. Entitats col·laboradores.

- Teleduca, educació i comunicació
- Associació d'Amics de Diakha Madina
- Sant Martí amb el Sàhara
- Centre d'Estudis Africans
- L'Ull Anònim

7. Territori d'aplicació

Municipi:.....Barcelona.....☒

Barri:.....☐

Districte:.....☐

Altres: Poblacions de Catalunya ☒

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☒ tallers + vídeos Adults (26 a 65 anys) ☒ vídeos
Joves (12 a 25 anys) ☒ tallers + vídeos Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Totes dues iniciatives s'adrecen, principalment, a infants, adolescents i joves. El motiu és que, des de Clot RTV - Sant Martí, entenem que és necessari educar la població en dos sentits. D'una banda, vivim en una societat cada vegada més multicultural però que, malgrat la coexistència de persones de diversos països, no s'ha arribat encara a una interrelació cultural ni a la comprensió mútua. Aquest nou entorn està generant desconfiança, estereotips, desconeixement, rebuig i, com a conseqüència, la necessitat d'introduir una cultura basada en la solidaritat i la cooperació entre les persones i els pobles, encara que procedeixen d'ètnies i formes de vida molt diferents. Per tal de posar fi al rebuig a tot allò que és diferent a nosaltres, vam considerar que era urgent produir materials audiovisuals de continguts marcadament multiculturals, tant per un ús divulgatiu com pedagògic. Aquests s'adrecen, sobretot, als infants i joves, el futur de la nostra societat.

D'altra banda, i com a mitjà de comunicació, ens vam adonar de la gran influència mediàtica existent a la nostra societat. La informació que es dona des dels *mass media* és, sovint, una informació que respon a interessos tant polítics com econòmics i que manipulen bona part de la realitat. La societat no reflexiona els fets que els vénen donats pels mitjans de comunicació, i pel contrari els assumeixen com a realitats absolutes. És per això que ens vam trobar amb la necessitat de crear uns espais de reflexió a través dels mitjans de comunicació, adreçats a infants, adolescents i joves. La idea bàsica d'aquests tallers d'educació en mitjans de comunicació és alfabetitzar mínimament tot tipus de col·lectius socials, però sobretot els infants i joves en edat escolar, en el maneig, l'anàlisi i la comprensió crítica dels continguts i els processos productius dels mitjans de comunicació, en especial la televisió i la ràdio.

Ens hem volgut adreçar essencialment als infants, adolescents i joves perquè considerem que, per educar tant en el fet de la solidaritat i la multiculturalitat com en la necessitat d'aproximar-nos i investigar sobre altres cultures amb les que convivim diàriament o bé que ens són llunyanes, hem de començar educant el futur de la nostra societat. És necessari que ja creixin amb uns valors, actituds i costums basats en la reflexió i la comprensió mútua i no en el rebuig cap a allò desconegut.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☐

+ 100 ☒

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☐

Lleure ☒

Altres: Àmbit comunitari... ☒

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.Premsa ☐TV ☒Internet ☐Ràdio ☒Cinema ☐Altres:.....☐**13. Metodologia.**

Totes dues experiències es porten a terme seguint la mateixa metodologia de treball.

Pel que fa a la realització dels materials audiovisuals (reportatges) es va optar per un sistema participatiu que integrés els infants i adolescents de la població autòctona (senegalesos i/o saharauis), tant en la creació i la concepció com en la gravació de les produccions audiovisuals.

Abans de marxar cap al territori (Senegal i campaments de refugiats saharauis) on es van portar a terme les gravacions dels reportatges, des de Barcelona es van preparar els continguts i la idea de les produccions, i també es va buscar la documentació necessària per tenir un coneixement previ i bàsic tant dels sistemes de vida i l'organització com de la realitat d'aquestes cultures.

Una vegada al lloc de gravació (Senegal i campaments de refugiats saharauis), es va prendre contacte amb la població i es van desenvolupar tant la gravació com les activitats previstes per integrar sobretot els nois i noies (però també els mestres i la resta de la població) en la creació i desenvolupament del reportatge (ja sigui a través de tallers, fent producció, entrevistes, localitzacions,...).

Paral·lelament a la preparació dels reportatges audiovisuals, es van començar a preparar els materials educatius per la realització dels tallers. Aquests materials es van implementant i ampliant a mesura que creix el coneixement sobre el país de treball, sobretot sobre la realitat del mateix.

Pel que fa als tallers tant de ràdio com de televisió, la metodologia de treball emprada és la següent:

Els tallers es basen en "aprendre fent". És a dir, al mateix temps que els joves elaboren un producte mediàtic, aprenen quins són els diferents rols a assumir així com el funcionament intern de cada mitjà.

Els tallers es desenvolupen en base a dues sessions de treball d'unes quatre hores cada una, i en cada una d'elles es demana el màxim de participació dels professors tant pel que fa a la preparació del taller prèvia a la nostra actuació com posteriorment a la realització del taller per tal que l'experiència tingui continuïtat i no es quedi en una simple experiència en mitjans.

Taller de televisió:

Una vegada els professors entren en contacte amb nosaltres per pactar un taller, se'ls assessorava sobre quin ús es pot fer de l'activitat. Aquí és on hi intervé Teleduca, educació i comunicació. Es dota al professorat d'un seguit de materials didàctics (dossiers temàtics, fitxes de treball i recursos audiovisuals i/o radiofònics) per tal que ells puguin anar preparant la temàtica de les produccions. La intenció és que, abans de començar l'execució del taller, els infants o joves puguin tenir preparat una mena de guió del reportatge que faran. D'altra banda, també es dona als professors un vídeo sobre llenguatge audiovisual per tal que els participants aprenguin els diferents tipus de plans que poden fer servir així com l'ús correcte de cadascun d'ells. D'aquesta manera, el dia de la gravació del reportatge que han estat preparant, ja tenen unes mínimes nocions sobre l'ús del llenguatge audiovisual.

Durant la primera sessió que realitzen els monitors de Clot RTV - Sant Martí, els joves participants porten a terme la gravació del reportatge audiovisual que han estat preparant amb els professors. Ens desplaçem fins el centre educatiu on es desenvolupa l'activitat amb les càmeres, i abans de portar a terme la gravació es fa una petita introducció a l'ús i maneig de la càmera.

La segona sessió es dedica a l'edició del reportatge audiovisual que han gravat. Juntament amb els professors, els alumnes tenen que portar preparat una mena de guió on consti quina volen que sigui l'estructura definitiva del reportatge. Ja que normalment es treballa amb uns tres o quatre subgrups alhora, dividim la sessió en dues parts: edició del reportatge audiovisual i creació d'una mimficcio.

Mentre un o dos dels grups editen el reportatge audiovisual, els altres pensen i graven una mimficcio (ficcio breu sense veu).

Edició del reportatge audiovisual

A més d'aprendre el funcionament de les màquines d'edició, els joves participants al taller aprenen a estructurar un discurs (en aquest cas audiovisual) i a treballar amb un altre tipus de llenguatge. Ells han de seleccionar tant les imatges que volen servir en funció de si són prou explicatives i entenedores del que volen transmetre com les entrevistes (els talls d'entrevistes) que millor expliquin el missatge que es vol donar.

Una vegada tenen aquesta selecció feta i estructurada, porten a terme el que es coneix com a edició: tallar i enganxar les imatges i entrevistes seguint un ordre coherent, creant realment un discurs entenedor.

Mimficcio:

Els alumnes, en aquesta fase del taller, han d'inventar-se una història relacionada amb la temàtica del taller. Un cop tenen la idea de la història pensada, creen el que es coneix com a *story-board* (es tracta d'unes vinyetes on els alumnes han de dibuixar les diferents seqüències que tindrà la història). En el *story-board* ja hi consta també el tipus de pla que faran servir en cada moment de manera ordenada. Quan ja tenen fet el *story-board*, passen directament a la gravació de la ficció. Aquesta, es porta a terme de manera seqüenciada, és a dir, ho graven directament tal i com volen que quedi, ja que no hi haurà edició posterior.

Taller de ràdio:

La metodologia de treball que s'empra en el taller de ràdio és molt similar a la del taller de televisió: una vegada el professorat entra en contacte amb nosaltres, des de Teleduca, educació i comunicació se'ls dota dels materials necessaris per poder preparar la temàtica del taller. Se'ls donen unes fitxes, a més, on hi ha els passos que han de seguir per poder crear un guió radiofònic.

Durant la primera sessió que desenvolupen els membres de Clot RTV - Sant Martí, es porta a terme la guionització del programa radiofònic que els alumnes portaran a terme. Es dedica tota una part de la sessió a l'explicació del llenguatge radiofònic i a crear el guió en funció de tots els materials que els alumnes han preparat amb el professorat.

Un cop amb el guió elaborat, es desenvolupa la segona sessió del taller. És el moment en què els alumnes porten a terme la gravació del programa radiofònic. Es fan primerament alguns assaigs previs per tal que aprenguin el funcionament dels equips de ràdio i per tal que s'acostumin a locutar. Una vegada fets els assaigs, es porta a terme la gravació definitiva.

14. Antecedents.

Des de 1997 Clot RTV - Sant Martí treballa, conjuntament amb Teleduca, educació i comunicació en la creació i desenvolupament de tallers d'educació i comunicació. Aquests van néixer amb la intenció de dotar els infants i joves sobretot d'unes eines mediàtiques que els servissin per reflexionar, investigar i treballar en base al seu entorn més immediat. Es pretén aconseguir que els participants siguin crítics i reflexius amb els missatges mediàtics que reben diàriament alhora que descobreixen unes noves eines de comunicació amb el seu entorn. Aquests tallers s'han desenvolupat dins l'àmbit escolar i s'estan introduint com a crèdits de síntesi i variables, així com dins d'assignatures comunes. La temàtica tractada en aquests tallers gairebé sempre ha estat a opció del professorat adequant-se d'aquesta manera a l'àrea de treball on es desenvolupava.

D'altra banda, des de fa uns anys, Clot RTV – Sant Martí, com a televisió local i de proximitat, va entrar en contacte amb entitats que treballen en l'ajuda a tercers països i/o poblacions desafavorides. Aquest és el cas de Sant Martí amb el Sàhara (entitat que treballa en l'ajuda a la població saharauí desenvolupant tot tipus d'activitats als campaments així com campanyes d'informació a Barcelona), i de l'Associació d'Amics de Diakha Madina (petita ONG que treballa en l'ajuda al poblat de Diakha Madina, ubicat a Senegal i, desenvolupa activitats d'informació a Barcelona). Fins el moment, havíem portat a terme reportatges audiovisuals sobre les tasques que aquestes entitats estan desenvolupant a Barcelona.

Arrel del contacte amb aquestes dues entitats i del treball de temps ençà a l'hora de fer difusió sobre la situació que pateixen les cultures i pobles amb les quals treballen, vam decidir de tirar endavant iniciatives conjuntes que consolidessin, d'una banda, el contacte entre les entitats i, d'altra banda, fessin possible la creació de materials amb funcions educatives.

15. Any d'inici de l'experiència.

L'any 2000 es va iniciar el treball amb el projecte "Apropa't al Senegal! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió". I l'any 2001 va començar el projecte "Apropem-nos als campaments de refugiats sahraus! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió".

16. Durada i fases.

La primera fase de l'experiència va començar amb l'aprovació del projecte "Apropa't al Senegal! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió". Amb aquesta primera experiència es van realitzar uns tallers de ràdio i televisió a mode de prova pilot i basats en la temàtica de multiculturalitat i interculturalitat. També, durant aquesta primera fase es va realitzar el viatge a Senegal (es va anar a Diakha Madina, Kédougou, Faraba i Dakar), on es va gravar tot el material necessari per fer el reportatge audiovisual.

Veient que hi havia suficient material com per ampliar i donar continuïtat al projecte, es va decidir iniciar una segona fase de l'experiència. Es van aconseguir recursos per poder realitzar tres vídeos educatius ("Bakary Seck, una escola al Senegal", "Gent de Diakha Madina" i "Mestres i escoles al Senegal oriental"); i per poder completar els materials educatius (dossiers temàtics, fitxes de treball,...) per a les escoles i IES amb què realitzaríem els tallers. Durant aquesta segona fase es van poder realitzar també molts més tallers tant de ràdio com de televisió.

Coincidint amb aquesta segona fase, es va iniciar el projecte "Apropem-nos als campaments de refugiats sahraus! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió". El treball es va començar creant els materials didàctics a partir del coneixement sobre el poble saharauí que teníem a través del contacte amb Sant Martí amb el Sàhara. A més, es van començar a realitzar tallers de ràdio i televisió, i es va fer el viatge als campaments de refugiats per fer el documental.

Ara afrontem una tercera fase de l'experiència. La intenció és realitzar tallers de més llarga durada i que permetin aprofundir en el coneixement tant de la situació de senegalesos i sahraus com del fet multicultural i intercultural al nostre país. D'altra banda i a nivell educatiu, es preveu realitzar un seminari adreçat a professors i introduir-los en el coneixement dels mitjans de comunicació com a eina d'expressió i comunicació, així com fer-los servir per tal de treballar temàtiques com la multiculturalitat i interculturalitat, i la solidaritat i el coneixement d'altres cultures. A més, es preveu implementar el projecte amb la realització de dues experiències pilot de més llarga durada per tal d'aprofundir en les temàtiques proposades.

17. Què s'ha fet fins ara.

Fins el moment i pel que fa al projecte "Apropa't al Senegal! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió", disposem de tres vídeos educatius així com d'un seguit de materials i fitxes didàctiques sobre les temàtiques concretes del projecte (multiculturalitat i interculturalitat, i tradicions i cultura senegalesa). Pel que fa al projecte "Apropem-nos als campaments de refugiats sahraus! Tallers Multiculturals de Ràdio i Televisió", en aquests moments el reportatge sobre les escoles i la vida dels infants i joves als campaments de refugiats es troba en fase d'edició, i també estem acabant de

preparar els materials educatius sobre les tradicions, la història i la cultura del poble sahraui.

Pel que fa als tallers, en aquests moments i comptant amb les dues experiències, s'han realitzat un total de 26 tallers amb diferents centres educatius de Barcelona i rodalies: 11 tallers de ràdio i 15 de televisió.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

"Apropa't al Senegal! Tallers multiculturals de ràdio i TV" es va donar a conèixer a través de la revista "Papers de Joventut" que edita l'Associació Diomira, que va publicar un article l'any 2001.

Amb aquesta experiència també es va participar al seminari "Immigració i participació dels joves" organitzada per la Fundació Jaume Bofill i l'Associació per a l'Estudi i la Promoció del Desenvolupament Comunitari, que va tenir lloc el 28 de setembre del 2001 a Can Bordoï.

El 30 de setembre del 2001 ens van convidar a presentar la mateixa experiència "Apropa't al Senegal! Tallers multiculturals de ràdio i TV" en un seminari sobre propostes socio-educatives en el terreny de la multiculturalitat que es va celebrar a Berlín (Alemanya) i va organitzar Pro-Social.

El vídeo "Bakary Seck, una escola al Senegal" es va presentar també en una sessió de treball del grup *Entrecultures* de la Fundació Bofill que va tenir lloc el 13 d'abril del 2002 a Can Bordoï.

19. Valoració.

Tant des de Clot RTV – Sant Martí com des de tots aquells centres educatius i entitats amb què hem treballat per al desenvolupament de totes dues experiències, considerem que, d'una banda, els tallers han ajudat a mostrar altres maneres de treballar temes tant importants en aquest moment com són els de la solidaritat, i també la multiculturalitat i la interculturalitat. Considerem que és molt necessari continuar treballant en aquest sentit per tal de treballar en valors com ara el de respecte i compromís cap als altres. S'ha aconseguit crear un espai de treball en equip així com una nova forma de treball.

Pel que fa als vídeos educatius com els materials didàctics, considerem que estan essent de gran ajuda tant per als centres educatius com per a les entitats i ONG's que estan treballant en temàtiques de immigració i/o solidaritat cap a països tercers. Fins el moment, s'ha detectat una gran mancança de materials que ajudin a treballar aquest tipus de temàtiques (multiculturalitat i interculturalitat així com coneixement i solidaritat amb realitats com el Senegal i/o el poble sahraui). Es tracta d'uns materials que pretenen desmitificar les visions que ens arriben a través dels mitjans de comunicació, que es basen massa sovint en les desgràcies que pateixen aquests països. Des de Clot RTV – Sant Martí, el que s'ha intentat fer és mostrar la quotidianitat de la gent d'aquests països per poder fer també més propera la vida d'aquestes persones a la nostra.

En general, podem fer una valoració molt positiva del funcionament de les dues experiències, tot i que considerem que hem de continuar treballant en aquesta línia per tal d'introduir el treball tant en solidaritat com en multiculturalitat i interculturalitat a través dels audiovisuals com un fet més habitual dins els centres educatius.

PROJECTE EDUCATIU DE CIUTAT
JORNADES TÈCNIQUES 2002
COMUNICAR I EDUCAR

1. Nom de l'experiència.

ÈXODES INVISIBLES. LES DONES EN LES MIGRACIONS. MATERIALS DIDÀCTICS.

2. Dades de contacte autores/autors de l'experiència.

Institució/ Organització que la duu a terme: Drac Màgic

Persona de contacte: Equip Drac Màgic

Telèfon de contacte: 93 216 00 04

Correu electrònic de contacte: marta@dracmagic.com

3. Breu descripció de la proposta.

Més enllà dels tòpics amb què s'ha format una imatge falsejada de les migracions, en la que les dones són pràcticament invisibles, aquests materials proposen una valoració del paper de les dones en les migracions així com una anàlisi de la participació dels mitjans de comunicació en la construcció de les idees que distorsionen aquesta realitat.

4. Objectius.

Treure a la llum i facilitar el coneixement de les experiències migratòries de les dones mitjançant l'aportació de dades i la proposta de reflexions que permetin "repensar" el fet migratori.

5. Qui ho finança.

(CIRD) Centre d'Informació i Recursos per a les Dones i (IME) Institut Municipal d'Educació. Ajuntament de Barcelona.

6. Entitats col·laboradores.

7. Territori d'aplicació

Municipi:.....x

Barri:.....x

Districte:.....x

Altres:.....x

8. Sectors de la població a qui es dirigeix.

Infants (fins a 11 anys) ☐

Adults (26 a 65 anys) ☒

Joves (12 a 25 anys) ☒

Gent gran (des de 66 anys) ☐

9. Motiu pel que s'ha escollit aquest sector de la població.

Perquè en un cas és un sector en procés de formació acadèmica, en el qual convé incidir per treballar els valors relacionats amb la seva consciència social.

En el cas del sector adult, el material està pensat especialment per a grups i associacions de dones. Es tracta doncs d'un col·lectiu que té una relació directa amb el tema.

10. Nombre de persones a què es dirigeix.

+ 25 ☒

+ 100 ☐

+ 500 ☐

+ 50 ☐

+ 250 ☐

Altres:..... ☐

11. En quin àmbit es desenvolupa aquesta experiència.

Família ☐

Escola ☒

Treball ☐

Barri ☒

Lleure ☒

Altres:..... ☐

12. Quin sector o eina de comunicació es tracta en l'experiència.

Prensa ☒

TV ☒

Internet ☐

Ràdio ☐

Cinema ☒

Altres:.....☐

13. Metodologia.

Anàlisi de dades

Interpretació de textos

Anàlisi de documents audiovisuals

Proposta de debats

Proposta de situacions simulades

14. Antecedents.

15. Any d'inici de l'experiència.

El material tot just acaba d'aparèixer.

16. Durada i fases.

17. Què s'ha fet fins ara.

18. Difusió realitzada de l'experiència.

Es difondrà a través del CIRD i dels CRP.

19. Valoració.

projecte 
educatiu
de Ciutat

Ajuntament  de Barcelona
Institut d'Educació