



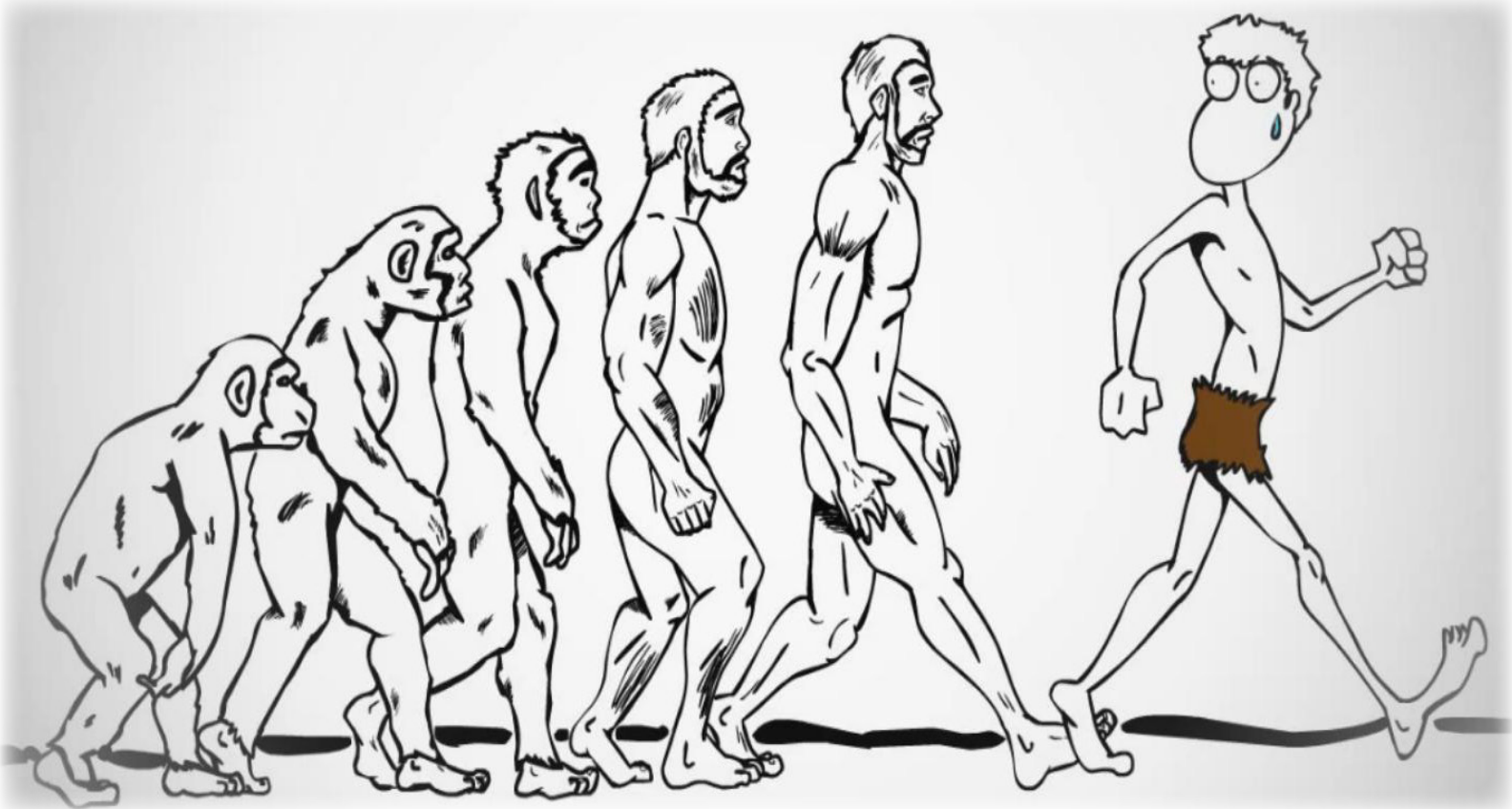
CRU-EVOLUCIÓ

Mira el món diferent!

Una aposta de ciutadania global
des de l'escola



BAT - alternatives





ALTERNATIVES

El dret a la informació

OBJECTIUS

- o Conèixer les dinàmiques dels mitjans de comunicació de masses.
- o Reflexionar críticament sobre la relació entre informació i propietat dels mitjans de comunicació.

CONTINGUTS

- o Distinció entre informació i opinió.
- o Diferents maneres de tractar els fets.
- o Agenda mediàtica.

COMPETÈNCIES BÀSIQUES

- o Identificar els trets bàsics del llenguatge de la publicitat i dels mitjans de comunicació i interpretar críticament els seus missatges, valorant la incidència que tenen en la pròpia presa de decisions.
- o Interpretació crítica de la realitat a través dels mitjans de comunicació, inclòs el llenguatge publicitari, per tal de desenvolupar capacitats d'elecció responsables.



DESENVOLUPAMENT

- o Es proporcionen una sèrie de portades de diaris, a nivell català i espanyol, d'un dia de gran rellevància informativa com, per exemple, el del Procés Participatiu del 9 de novembre de 2014 a Catalunya.
- o Es dividirà la classe en grups i es proposarà que analitzin les diferents portades atenent a l'enfocament de la informació.
- o Després d'aquesta primera reflexió en grup, es proposa la lectura de l'entrevista a l'economista Arcadi Oliveres reflexionant sobre els mitjans de comunicació i els poders econòmics que hi ha al darrere de cada capçalera.
- o Es prestarà atenció en l'acompanyament del debat que es pugui generar a cadascun dels grups per copsar que sovint el debat sobre la configuració d'una portada defuig els criteris informatius per mesclar-se amb criteris ideològics.
- o Atendre que la diversitat ideològica difícilment es pot expressar en la limitada extensió (no més de 8 paraules) que requereix un titular de portada.

ALGUNES DECLARACIONS...

Vostè ha afirmat que els mitjans de comunicació són la veu dels seus amos. Per què?

Els grans mitjans o bé són públics, i en aquest cas malauradament segueixen els criteris dels seus governs respectius, o bé són privats, que gairebé sempre pertanyen a grans empreses de tipus mediàtic. Aquests són els propietaris juntament amb els anunciants, que reflecteixen els seus interessos.

No creu en la imparcialitat dels grans mitjans de comunicació?

Gairebé mai. No vol dir que tots els periodistes estiguin en les mateixes condicions. Hi ha gent lliure dins de cada mitjà o que intenta fer el que pot per aconseguir més llibertat, però és evident que els grans mitjans no estan al servei de la informació, sinó al servei dels interessos creats per aquells que els dominen.

La informació que reben els ciutadans dels mitjans de comunicació convencionals està intoxicada?

Està intoxicada i esbiaixada. Els mitjans de comunicació a vegades falten a la veritat, altres només diuen mitges veritats, o donen una informació que és molt menys important que una altra que hauria valgut més la pena publicar.

La concentració dels mitjans en grans grups de comunicació en mans d'una oligarquia de propietaris resta qualitat i credibilitat a la democràcia?

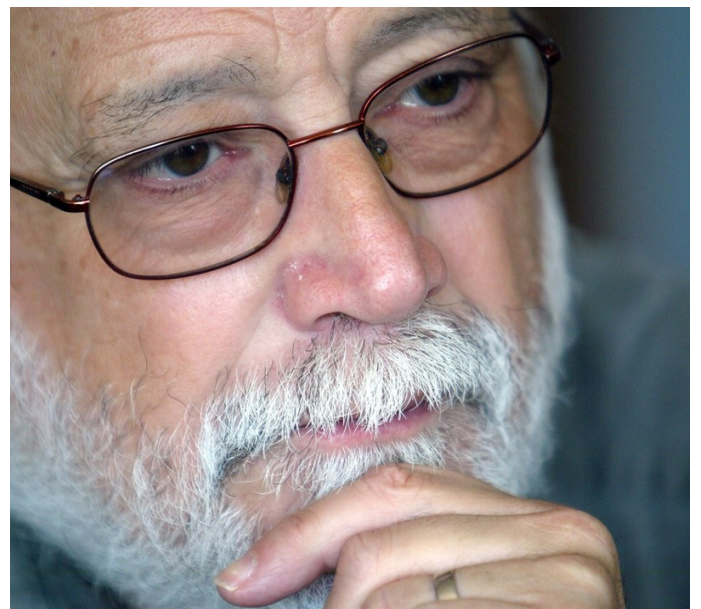
Sí, del tot. Les catorze o quinze grans cadenes de televisió i diaris nord-americans estan dirigits per uns personatges que són propietaris de la indústria del petroli, química o farmacèutica i evidentment aquests senyors són la veu del seu amo. Per tant, en aquest sentit, és molt difícil arribar a certa in-

dependència. Per sort, avui en dia s'ha obert una nova etapa, la dels mitjans digitals. Pot haver-hi pàgines web independents, blocs, accessos al YouTube, entre altres, que crec que sí que poden permetre que la gent se segueixi informant amb certa independència. Afortunadament, ara els joves utilitzen molt Internet, que ofereix uns mitjans nous que abans no havíem tingut.

El fet que un ciutadà pugui explicar als altres ciutadans sense pertànyer a un mitjà convencional fa que la informació sigui més lliure i independent?

Crec que sí, mentre no existeixin els peatges que alguns ja anuncien que pot ser que arribin a tenir, des del punt de vista econòmic. Ara bé, també és evident que amb aquesta gran llibertat s'hi pot trobar de tot i al final tanta informació pot arribar a confondre. Jo em penso que, en aquest cas, ens n'hem de refiar. Jo puc saber quines pàgines web són més fiables, quines són aquelles que valen la pena, perquè n'hi ha algunes que ja saps per referència que et poden apropar més al que tu creus que hauria de ser la bona informació.

*Arcadi Oliveres és professor d'Economia a la Universitat Autònoma de Barcelona.



PER A LA REFLEXIÓ...

- o Per què hi ha tanta diversitat en l'enfocament d'un mateix fet?
- o Presta atenció a l'espai que dedica cada capçalera al 9N. A quines conclusions arribes?
- o És possible explicar la complexitat del procés català amb la limitació que exigeix una portada?
- o Creus que, com afirma Arcadi Oliveres, els mitjans de comunicació són la veu dels seus amos?
- o Observa els temes secundaris de portada. Hi ha consens, tots els diaris informen dels mateixos fets?

UNA IMATGE VAL MÉS QUE MIL PARAULES

- o T'has fixat que hi ha temes com, per exemple, les causes de les desigualtats Nord-Sud que apareixen molt poc a la premsa? O que els mitjans de comunicació gairebé mai informen sobre els problemes del sistema sanitari i educatiu dels països del Sud?
- o A més, quan informen d'aquestes qüestions gairebé mai generen una reflexió sobre la responsabilitat que les formes de consum als països del Nord tenen sobre les condicions de vida al Sud.
- o Per continuar amb la reflexió, es proposa que cada grup elabori la seva pròpia portada de diari atenent cadascun dels temes tractats en el projecte Cru-Evolució: Causes de les desigualtats, Educació, Salut, Gènere i Medi Ambient.
- o Doneu-li una ullada al que són els mitjans alternatius per comparar-ho amb els mitjans majoritaris: Vilaweb, Sentit Crític, La Directa, La Xarxa.cat, Periodismo Humano o Público.





Amb el suport de



AJUNTAMENT DE
TARRAGONA

Cru-Evolució - Fundació PROIDE

Sant Joan de La Salle, 42 08022 Barcelona. Telèfon 932.377.180.
www.cruevolucio.fundacioproide.org / proide@fundacioproide.org