



edu CAC

DE QUÈ PARLEM?
UNITAT DIDÀCTICA 1 | INFORMACIÓ

INTRODUCCIÓ AL BLOC INFORMACIÓ	3
DE QUÈ TRACTA AQUESTA UNITAT?	5
OBJECTIU COMPETENCIAL, ÀMBITS I DIMENSIONS	8
SEQÜÈNCIA D'ACTIVITATS	9
GUIA DE PROGRAMACIÓ	10
DESCRIPCIÓ DE LA SEQÜÈNCIA D'ACTIVITATS	12
SESSIÓ 1. L'AGENDA MEDIÀTICA	13
SESSIÓ 2. FEM UN SUMARI DE RÀDIO	19
SESSIÓ 3. GRAVEM EL SUMARI DE RÀDIO	22
MATERIALS COMPLEMENTARIS I D'AMPLIACIÓ	24

INTRODUCCIÓ AL BLOC INFORMACIÓ

Benvinguts i benvingudes al bloc d'Informació d'eduCAC. Aquest bloc està compost per:

- **Quatre unitats didàctiques (UD)**
- **Un projecte d'aula (PA):** pensat perquè l'alumnat pugui posar en pràctica un projecte informatiu en format audiovisual
- **I tres tutorials:** que et guiaran en el procés de creació de l'audiovisual



Els materials didàctics d'aquest bloc estan pensats per aproximar les claus del periodisme a l'alumnat. Volem promoure una ciutadania crítica i proactiva davant d'un món cada vegada més carregat de sobreinformació. Per això pensem que és important fomentar el coneixement sobre el llenguatge informatiu, promoure les competències lingüístiques, audiovisuals, personals i socials, i digitals perquè els i les joves d'avui es converteixin en ciutadans i ciutadanes amb capacitat d'assimilar per si mateixos tota la informació que ens arriba diàriament, en diferents formats i contextos, i puguin formar-se el seu propi criteri. Cada docent haurà d'adaptar la proposta a un àmbit curricular concret.

Abans d'entrar en matèria és important que clarifiquem alguns dels conceptes bàsics del gènere informatiu:

- **La notícia.** Emmarcada en diferents mitjans de comunicació (premsa, ràdio, TV, etc.). La notícia és el gènere periodístic per excel·lència i es caracteritza per la veracitat i l'objectivitat. Les notícies responen a l'interès de la societat i tracten temes i fets d'actualitat. En l'àmbit audiovisual, les notícies mostren la informació a través d'imatges i un text oral i, normalment, són de curta duració. Com a periodistes per uns dies, hem de saber que una notícia ha d'intentar respondre les 6W –per les seves sigles en anglès–: *Who?* (Qui són els protagonistes?) *What?* (Què ha succeït?) *Where?* (On ha passat?) *When?* (Quan ha succeït?) *Why?* (Per què? Quines són les causes?) *How?* (Com? De quina manera han succeït els fets?)

- **El reportatge.** Es diferencia de la notícia per ser més extens i allunyar-se de l'estricta actualitat. El seu objectiu és aprofundir en la temàtica que es tracta, tot incloent entrevistes a testimonis o experts/es i informacions sobre antecedents, causes i conseqüències. Per a l'elaboració d'un reportatge, doncs, és imprescindible fer un treball previ de documentació i recerca d'informació i comptar amb testimonis i/o persones expertes que puguin contribuir a transmetre al públic informacions en profunditat sobre els fets d'actualitat.
- **El documental.** Es caracteritza per anar més enllà de la finalitat d'informar, s'acosta al gènere cinematogràfic pel seu ús de recursos artístics i la implicació de la subjectivitat del director/a. Així, en un documental, el seu creador/a utilitza el relat per donar una visió creativa i sovint personal sobre una realitat concreta. Quan s'elabora un documental, doncs, és important definir quin enfocament volem donar sobre la temàtica per tal de guiar el nostre públic a la reflexió. Divulgar, fer visible un tema o problemàtica en concret, tractar en profunditat un tema d'actualitat... Són alguns dels objectius que persegueixen els documentals. Per això és també imprescindible el treball de documentació i recerca d'informació i comptar amb testimonis i/o experts en la matèria.

En tots els gèneres periodístics és important tenir clar sobre què volem informar i si té un valor d'interès per aquells qui ho reben. Quin pot ser aquest valor? Pot ser que la informació que donem sigui sobre quelcom excepcional, que els fets tinguin conseqüències per a la població o que la informació sigui de proximitat emocional o temporal, entre d'altres.

Si voleu que el vostre alumnat es posi a la pell dels i les periodistes i desenvolupar un d'aquests gèneres informatius en format audiovisual, trobareu totes les pautes necessàries en el [Projecte d'Aula 1-Fem periodisme!](#)

DE QUÈ TRACTA AQUESTA UNITAT?

De què parlem a les converses de carrer, a les reunions familiars o als bars? Parlem del que veiem, del que sentim, del que ens preocupa. Però, a escala global, per què ens preocupen unes coses i no unes altres? Generalment, acostumem a parlar de la informació que tenim a l'abast i, en moltes ocasions, la major part d'aquesta informació la rebem dels **mitjans de comunicació**.

La televisió, la ràdio o el cinema ens envolten en el nostre dia a dia i això fa que tinguin un gran pes sobre allò que pensem. Aquest fet és el que van detectar, entre d'altres, [els sociòlegs M. McCombs i D. Shaw l'any 1972](#), i el van batejar amb el nom d'**Agenda Setting**, és a dir, l'**agenda mediàtica** que els mitjans decideixen i que fan que nosaltres tinguem, com a conseqüència, una agenda de preocupacions global.

Al llarg d'aquesta unitat didàctica, treballarem el concepte d'agenda mediàtica amb l'alumnat i els guiarem en el procés d'aprenentatge per tal que prenguin consciència sobre com els mitjans de comunicació ens influeixen, tot convidant-los a reflexionar sobre l'abast d'aquesta influència.

Tot i que el concepte d'agenda mediàtica ja fa molts anys que va ser encunyat i podem afirmar que el paradigma informatiu ha canviat molt des del 1972, el cert és que conèixer aquest concepte inicial serà útil per reflexionar després sobre com ha evolucionat aquesta teoria en els darrers anys i per deixar que siguin els mateixos alumnes qui es preguntin i responguin si, actualment, existeix algun tipus d'agenda mediàtica a internet. Ara bé, per començar, anem a veure en què consisteix exactament això de la teoria de l'agenda mediàtica.

La teoria de l'agenda mediàtica segons els sociòlegs M. McCombs i D. Shaw afirma que:

- Els mitjans de comunicació **filtren la realitat i graduen la seva importància**.
- El públic té un paper de **receptor passiu de les informacions**.
- Els mitjans determinen en gran mesura **què pensem i sobre quins temes**.

A continuació, desgranem què decideixen els mitjans de comunicació i com ho decideixen:

Els mitjans de comunicació **decideixen**:

- **La selecció i omisió** de temes.
- **L'ordre** de les notícies.
- **La freqüència** en què una informació es mostra.
- **La duració** i, per tant, la importància que es dóna a cadascun dels temes.

Com ho decideixen?

- Segons la línia editorial o **ideologia** del mitjà.
- Establint el llinar del que es creu que és **beneficiós** que se sàpiga.
- Per les **influències** que poden tenir de partits polítics o empreses.
- Tenint en compte les preferències de **l'audiència**.

Però què va passar en aparèixer **internet**? La seva arribada a finals dels anys 90 ha anat marcant un gran canvi en la manera que rebem la informació, fins al punt que avui en dia la majoria de la ciutadania disposa de telèfon mòbil amb connexió a internet i, per tant, molta de la informació que ens arriba ho fa a través del mòbil, sovint a través de les xarxes socials. Així mateix, quan volem accedir a una informació nova és probable que acudim també al telèfon mòbil, o a internet al cap i a la fi.

Tenint en compte això, al llarg de la unitat didàctica diferenciem entre dos conceptes a l'hora de reflexionar i preguntar-nos sobre el consum d'informació:

- **Mitjans de comunicació:** quan parlem de mitjans de comunicació ens referim a la TV, la ràdio, la premsa (sigui en paper o digital).
- **Canals d'informació:** quan parlem de canals d'informació ens referim a les xarxes socials (WhatsApp, Instagram, Twitter, YouTube, etc.), webs o blogs.

Amb tot, ara, a més d'espectadors (i de receptors passius de la informació) som també usuaris, i tenim la capacitat de poder interactuar. Això ha provocat que la teoria de l'agenda mediàtica es vegi substancialment modificada quan pensem en els sistemes d'informació via internet. Per tant, a l'hora de treballar totes aquestes qüestions amb l'alumnat serà important que tinguem sempre present com internet ha revolucionat l'era de la informació i com els mitjans i els canals a través dels quals la ciutadania s'informa actualment són molt variats i diversos.

Tots aquests canvis han alterat la teoria de l'agenda mediàtica i ens poden conduir cap a les següents reflexions:

- Podem **accedir a la xarxa per saber més** sobre els temes tractats als mitjans o per conèixer millor aquells temes dels quals en parlen poc o no en parlen.
- Podem accedir a **altres opinions** sobre els temes que hem vist tractats als mitjans.
- Podem **generar els nostres propis continguts** a través de webs, blogs i xarxes socials.
- Els mitjans tenen molta més informació sobre el que interessa al públic. [L'agenda mediàtica popular, expressada a través de, per exemple, les xarxes socials, també influeix en l'agenda dels mitjans de comunicació](#) i en la presa de decisions sobre quins temes es tracten i quins es prioritzen.
- Cal tenir en compte que [el conjunt d'informacions i continguts que rebem d'internet tampoc és neutre ni aleatori](#). Més enllà de les nostres cerques actives, el que veiem i rebem a través dels diferents canals digitals prové de les nostres amistats o de persones i pàgines a les quals seguim, totes elles amb els seus propis interessos i preocupacions. I a més, [com explica l'autor i especialista en internet Eli Pariser](#), **aquest conjunt d'informació el rebem filtrat per les diferents plataformes o xarxes a través dels seus algorismes**: mecanismes per prioritzar i endreçar els continguts publicats pels usuaris que també tenen un impacte sobre la nostra percepció del món i de l'actualitat.

Les possibilitats que ens ofereix internet ens donen més poder per decidir **la nostra pròpia agenda**, però per exercir-lo cal mantenir sempre una **mirada crítica** i una **actitud activa**.

Així doncs, en l'actualitat ens trobem que:

Internet facilita als usuaris establir una agenda mediàtica pròpia.



Aquesta agenda es veu influenciada i, al mateix temps, influeix en l'agenda dels mitjans.



Hi ha una retro-alimentació entre les temàtiques tractades als mitjans i a internet.

Vivim un moment ple d'oportunitats per democratitzar l'accés a la informació. I en aquest món de possibilitats, cal que ens preguntem: de què volem parlar? Cal ser conscients de la influència que tenen tant els mitjans com l'univers d'internet sobre la nostra percepció de la realitat, i la selecció

dels temes que es consideren rellevants en cada moment és una part molt important d'aquesta influència. De la mateixa manera, cal que coneguem i aprofitem al màxim les eines amb què comptem actualment per decidir nosaltres mateixos, per acotar la nostra pròpia agenda i convertir-nos en ciutadanes i ciutadans crítics i actius envers els continguts que rebem dels mitjans de comunicació.

Pros i contres de la informació a internet

Tal com hem dit anteriorment, internet ens ofereix l'oportunitat de sortir de l'agenda mediàtica, però alhora, a través dels **algoritmes**, podem entrar en **bombolles de filtres** dins de les xarxes i aquestes poden condicionar també les nostres opinions. A continuació, us oferim un vídeo que ens aporta informació sobre una altra estratègia desenvolupada a través d'internet per influenciar-nos sobre de què parlem que us pot ser útil per explicar com a través de les xarxes socials es pot condicionar el comportament de milions de persones.

Autoria del vídeo	Data	Vídeo	Duració
BBC News Mundo	09/04/2018	Cómo Cambridge Analytica analizó la personalidad de millones de usuarios de Facebook	4:27 min

A continuació, per endinsar-vos en temes com ara la **postveritat**, el **codi deontològic**, la **cambrada d'eco**, us proposem una entrevista a Claudio Flores, doctor en periodisme i ciències de la comunicació, especialista en investigació de mercats i opinió pública i vicepresident de LEXIA.

Autoria del vídeo	Data	Vídeo	Duració
Noticieros Televisa	28/11/2016	Agenda Pública – Noticias falsas y redes sociales	7:11 min

Algunes de les aportacions que fa Flores en l'entrevista plantegen:

- La guerra de narratives, les lluites per la construcció de la veritat en els temps actuals.
- Les xarxes socials ens informen o ens desinformen?
- Ens parla del codi deontològic del periodisme. Sabem què és? Per explicar-lo, us recomanem que consulteu la pàgina del [Col·legi de Periodistes de Catalunya](#).
- Introdueix el concepte de postveritat. Si voleu aprofundir amb aquest concepte a l'aula, us recomanem que consulteu l'article de Martín Montoya '[L'era de la postveritat, la postveracitat i el xarlatanisme](#)'. A més a més, a la [UD3-A qui em crec?](#), proposem un conjunt d'activitats per treballar aquest concepte amb profunditat.
- Flores parla en el vídeo del concepte "**cambrada d'eco**". Aquest concepte està associat també a les bombolles de filtres, podeu treballar-lo amb més profunditat a partir de la proposta didàctica d'eduCAC [Vivint en bombolles](#).
- Flores defineix el "circuit verd" com un tipus de persones que no consulten els mitjans de comunicació i que només s'informen a través de les xarxes socials, i considera que són persones amb baixos nivells socioeconòmics, baixos nivells educatius i/o d'àmbits rurals.

Partint del concepte de "circuit verd" que exposa Flores, podem preguntar-nos: pensem que les persones joves, com a grup social, també podrien estar situades dins del que Flores anomena el "circuit verd"?

DE QUÈ TRACTA AQUESTA UNITAT?

La televisió, la ràdio, les sèries, el cinema i els continguts que rebem a través de les xarxes o d'internet ens envolten en el nostre dia a dia i això fa que tinguin un gran pes sobre el que pensem. Aquest fet es coneix com l'**agenda mediàtica** que els mitjans decideixen i que fan que nosaltres tinguem, com a conseqüència, una agenda de preocupacions global. Les possibilitats que ens ofereix internet ens donen més poder per decidir **la nostra pròpia agenda**, però per exercir-lo cal mantenir sempre una mirada crítica i una actitud activa. **De què volem parlar?**

OBJECTIU COMPETENCIAL

Elaborar un sumari informatiu de ràdio breu en grup mitjançant la realització del disseny previ de l'escaleta de tres notícies, d'acord amb les característiques treballades, amb la finalitat de prendre consciència de com ens influencia l'agenda mediàtica en la nostra manera de veure el món.

ÀMBITS TRANSVERSALS	DIMENSIONS	COMPETÈNCIES
Digital	Instruments i aplicacions	C3. Utilitzar les aplicacions bàsiques d'edició d'imatge fixa, so i imatge en moviment per a produccions de documents digitals
	Tractament de la informació i organització dels entorns de treball i aprenentatge	C4. Cercar, contrastar i seleccionar informació digital adequada per al treball a realitzar, tot considerant diverses fonts i mitjans digitals.
Personal i social	Aprendre a aprendre	C3. Desenvolupar habilitats i actituds que permetin afrontar els reptes de l'aprenentatge al llarg de la vida

ÀMBITS DISCIPLINARS

- Àmbit lingüístic
- Àmbit social
- Àmbit tecnològic

GLOSSARI

- Agenda mediàtica
- Sumari informatiu de ràdio
- Escaleta
- Bombolla de filtres

SEQÜÈNCIA D'ACTIVITATS

SESSIÓ 1 – L'AGENDA MEDIÀTICA

DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS¹

Activitat 1. Reflexió guiada per prendre consciència de l'existència de l'agenda mediàtica

A partir de preguntes i de l'anàlisi de dos enllaços es pren consciència del concepte d'agenda mediàtica.

Activitat 2. Estudiem el concepte d'agenda mediàtica

S'estudia d'on ve aquest concepte, qui el va plantejar per primera vegada i s'omple un quadre per sintetitzar el que s'ha après.

Activitat 3. L'agenda mediàtica a internet i les xarxes socials #LaMevaAgendaMediàtica

Es trasllada el concepte a les xarxes socials per veure si és important o no tenir una actitud activa.

SESSIÓ 2 – FEM UN SUMARI DE RÀDIO

DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS

Activitat 4. Fem un sumari de ràdio

Cal escollir 3 temes i redactar 3 notícies amb el seu titular i una breu explicació. S'elabora una escaleta per preparar el sumari.

SESSIÓ 3 – GRAVEM EL SUMARI DE RÀDIO

DESCRIPCIÓ DE LES ACTIVITATS

Activitat 5. Gravem el sumari de ràdio

En funció dels grups, es fan propostes per llegir, gravar o fer un vídeo del sumari a partir dels tutorials eduCAC.

Activitat 6. Escoltem els sumaris i els valorem a Twitter

Es valoren les produccions a partir de piulades a Twitter i a partir del *hashtag* proposat.

Activitat 7. Reflexió individual sobre l'agenda mediàtica i com afecta a les nostres vides

Es planteja una pregunta a l'aula perquè l'alumnat reflexioni individualment sobre tot allò treballat.

¹ Cada sessió està pensada per una durada aproximada de dues hores. En l'apartat 'Descripció de la seqüència d'activitats' trobareu tota la informació detallada i les pautes de cada activitat. Els textos que veureu marcats amb ombrejat van dirigits al docent i, a continuació, trobareu desenvolupada la proposta d'activitats per a l'alumnat.

GUIA DE PROGRAMACIÓ

UD1: Informació. De què parlem?

Objectiu: Elaborar un **sumari informatiu de ràdio breu** en grup mitjançant la realització del disseny previ de l'escaleta de tres notícies, d'acord amb les característiques treballades, amb la finalitat de prendre consciència de com ens influencia l'agenda mediàtica en la nostra manera de veure el món.

criteris	Indicador nivell 1 (satisfactori)	Indicador nivell 2 (notable)	Indicador nivell 3 (d'excel·lència)	Dimensions i Competències transversals	Continguts clau	Activitats
<p>Elaborar l'escaleta de tres notícies del sumari de ràdio seguint els passos corresponents</p>	<p>Escriu les 3 notícies amb el titular i la descripció, i té en compte alguns d'aquests aspectes: l'audiència, l'ètica periodística, la cerca d'informació i la competició amb els altres mitjans</p>	<p>Escriu les 3 notícies amb el titular i la descripció, i atenent a la majoria d'aquests aspectes: l'audiència, l'ètica periodística, la cerca d'informació la competició amb els altres mitjans</p>	<p>Escriu les 3 notícies amb el titular i la descripció, i atenent a tots aquests aspectes: l'audiència, l'ètica periodística, la cerca d'informació i la competició amb els altres mitjans</p>	<p>Digital Dimensió: tractament de la informació i organització dels entorns de treball i aprenentatge C4. Cercar, contrastar i seleccionar informació digital adequada per al treball a realitzar, tot considerant diverses fonts i mitjans digitals</p>	<p>CC13.Fonts d'informació digital: selecció i valoració</p>	<p>4</p>
<p>Llegir i/o gravar les notícies del sumari</p>	<p>Llegeix amb certa calma, dicció i vocalització. Sobrepassa el temps estipulat</p>	<p>Llegeix amb força calma, dicció i vocalització. S'ajusta al temps estipulat</p>	<p>Llegeix amb calma, molt bona dicció i vocalització. S'ajusta al temps estipulat</p>	<p>Digital Dimensió: instruments i aplicacions C3. Utilitzar les aplicacions bàsiques d'edició d'imatge fixa, so i imatge en moviment per a produccions de documents digitals</p>	<p>CC1. Funcionalitats bàsiques dels dispositius</p>	<p>5</p>

criteris	Indicador nivell 1 (satisfactori)	Indicador nivell 2 (notable)	Indicador nivell 3 (d'excel·lència)	Dimensions i Competències transversals	Continguts clau	Activitats
Treballar en grup de manera respectuosa i col·laborativa	Treballa en grup amb respecte i fent la feina encomanada	Treballa en grup amb respecte i col·laborant amb la presa de decisions de les tasques encomanades	Treballa en grup amb respecte i col·laborant amb la presa de decisions de les tasques encomanades i ajuda a qui ho necessita	Personal i Social Dimensió: aprendre a aprendre C3. Desenvolupar habilitats i actituds que permetin afrontar els reptes de l'aprenentatge al llarg de la vida	CC14. Habilitats i actituds per al treball en grup CC15. Dinàmiques de cohesió de grup i col·laboratives	4, 5
Participar en els debats, reflexions i posades en comú a l'aula	Participa en les activitats de reflexió i posada en comú a l'aula	Participa en les activitats de reflexió i posada en comú a l'aula respectant el torn de paraula i fent aportacions al tema tractat	Participa en les activitats de reflexió i posada en comú a l'aula respectant el torn de paraula i fent aportacions rellevants al tema i tenint en compte les opinions dels altres			1, 4, 6, 7
Identificar/ Reconèixer la influència que exerceix l'agenda mediàtica en la visió que es té del món	Verbalitza la influència de l'agenda mediàtica en la visió de l'entorn proper amb algun exemple	Verbalitza la influència de l'agenda mediàtica en la visió de l'entorn proper i més llunyà i ho il·lustra amb exemples	Verbalitza la influència de l'agenda mediàtica en la visió de l'entorn proper i llunyà, ho il·lustra amb exemples i ho relaciona amb la pròpia experiència personal			2, 3, 6, 7



edu
CAC

DE QUÈ PARLEM?

UNITAT DIDÀCTICA 1 | INFORMACIÓ

DESCRIPCIÓ DE LA SEQÜÈNCIA D'ACTIVITATS

SESSIÓ 1. L'AGENDA MEDIÀTICA

Activitat 1. Reflexió per prendre consciència de l'existència de l'agenda mediàtica

Aquesta activitat proposa fer una reflexió amb l'objectiu de prendre consciència de l'existència de l'agenda mediàtica a partir de l'anàlisi de diversos documents i de la realitat del propi alumnat. Proposem diversos continguts i preguntes per guiar la reflexió.

A continuació, et plantejem un seguit de preguntes i continguts amb l'objectiu que reflexionis i arribis a una conclusió personal.

Cada dia llegeixes, escoltes i veus milers de notícies a través dels **mitjans de comunicació** (ràdio, televisió, premsa...) i reps infinitat de continguts a través dels **canals de difusió** (xarxes socials). Els mitjans de comunicació filtren la realitat i graduen la seva importància segons els seus interessos econòmics, ideològics, polítics o socials. Per això, hi ha temes que son silenciats mentre que d'altres fan molt de soroll informatiu.

Reflexiona a partir de les preguntes següents:

- De quins temes d'actualitat has parlat últimament?
- A través de quin mitjà de comunicació i/o de quin canal de difusió t'han arribat aquestes informacions? (WhatsApp, ràdio, pàgina web, etc.)
- Els temes d'actualitat sobre els que tu parles, s'assemblen als dels teus companys o companyes?
- Què creus que hi ha darrere d'aquestes coincidències?

Segurament la majoria dels temes dels quals parles s'assemblen als que parlen els teus companys i companyes. Per què? Els mitjans de comunicació determinen en gran mesura **sobre quins temes penses i com penses sobre aquests temes**. Abans, el públic o audiència feia un paper **de receptor passiu**, ja que només consumia la informació que li arribava a través dels mitjans de comunicació. Amb l'arribada d'internet, però, aquest paper de receptor passiu ha canviat. Ara som **receptors actius** perquè podem compartir i reenviar la informació que ens arriba, i no estem limitats només a rebre-la. Així doncs, per no parlar del que els mitjans volen sinó del que a tu t'interessa i creus important, cal tenir coneixements, estar atent i decidir quina informació comparteixes.

A continuació et proposem que consultis la web del diari *Ara*, concretament l'apartat on trobaràs totes les portades actuals dels diaris; i després, la pàgina web Media.cat l'Observatori crític dels mitjans, impulsada pel Grup de Periodistes Ramon Barnils, i que responguis les preguntes:

Web	Apartat	Títol de la web	Web
Ara.cat	Portada a portada	L'Observatori crític dels mitjans	Mèdia.cat

- Els temes que tracten les portades dels diversos diaris coincideixen?
- Quin és el tema del qual més es parla?
- De què parlen a l'Observatori crític dels mitjans?
- Què son els silencis mediàtics?

Després d'aquesta consulta, reflexiona a partir d'aquestes preguntes i escriu una conclusió personal.

- Què fa que parlem dels mateixos temes?
- Per què hi ha temes dels quals no se'n parla? El que no es veu, no existeix?
- Creus que a més dels temes sobre els quals parlem, els mitjans ens influeixen sobre allò que pensem sobre els temes?
- Finalment, a quina conclusió arribes?

Activitat 2. La teoria de l'agenda mediàtica

En aquesta activitat s'explica el concepte d'agenda mediàtica amb un resum ja fet i es proposa un exercici de reflexió a partir de la lectura d'un article per aprofundir.

Després de la teva reflexió personal, et proposem que llegeixis aquest resum i l'article de la revista *Íkaro* que trobaràs a continuació.

Els mitjans de comunicació elaboren amb antelació una agenda de treball i escullen els temes segons els seus interessos. Per això hi ha temes sobre els quals hi ha un excés d'informació mentre que n'hi ha d'altres que son silenciats. Això ens influeix en la nostra manera de veure i d'entendre el món. Aquesta teoria es coneix amb el nom **d'agenda mediàtica**.

- El concepte d'agenda mediàtica va ser creat el 1972 pels sociòlegs M. McCombs i D. Shaw i explica com els mitjans de comunicació filtren la realitat i graduen la importància dels temes amb l'objectiu d'aconseguir més audiència, un major impacte, i una determinada consciència sobre certs aspectes de la realitat.
- Els mitjans són la nostra via principal de contacte amb l'actualitat i a través de la televisió i la ràdio tenim accés a realitats que no coneixem d'una manera directa.
- Les temàtiques de l'agenda i com s'expliquen no són quelcom arbitrari: hi ha una selecció de temes concrets, un ordre, una freqüència i una duració determinada, segons els criteris que cada mitjà de comunicació creu convenients.
- Així, els mitjans regulen la importància dels fets i filtren, per tant, la realitat. Parlant d'uns temes determinats i no d'uns altres, i donant-los un ordre i una duració concreta.
- Les decisions sobre com es mostra la realitat es poden veure influenciades per la línia editorial o ideologia del mitjà, els interessos empresarials o la cerca de la màxima audiència.
- Els ciutadans i ciutadanes, com a consumidors dels mitjans, veiem la realitat des d'aquest filtre, que influeix sobre les nostres preocupacions generals.

Llegeix l'article que et proposem a continuació, publicat a la revista digital *Íkaro*, i relaciona una de les tres imatges incloses a l'article amb alguna idea de l'agenda mediàtica. Justifica'n el perquè.

Revista digital	Data	Article
<i>Íkaro</i>	04/12/2017	'Teoría de la Agenda Setting o de la manipulación de los medios'



Activitat 3. L'agenda mediàtica a internet. Bombolla de filtres.

Es proposa treballar el concepte de l'agenda mediàtica a les xarxes socials a partir d'un article sobre la *bombolla de filtres* d'Eli Pariser per veure aspectes favorables i desfavorables sobre el fet de rebre informació a través dels canals d'internet.

A la part final es convida a l'alumnat a fer servir el *hashtag* #LaMevaAgendaMediàtica per donar visibilitat a algun tema que estigui silenciats pels mitjans o que es consideri important tractar-lo, amb la finalitat de prendre consciència de la possibilitat que tenen d'influir a l'agenda mediàtica.

Es pot fer servir una graella que podria tenir un aspecte final com aquest:

Aspectes favorables de la informació a internet	Aspectes limitadors de la informació a internet
Puc escapar dels temes que ens marca l'agenda mediàtica perquè em puc informar d'altres temes a través d'internet.	Internet funciona amb algoritmes i això que fa que quan busco una informació aquesta m'aparegui filtrada segons els meus gustos.
Puc tenir una visió més completa de les notícies o dels temes gràcies a internet, llegint altres punts de vista o buscant l'opinió de persones expertes.	A internet es creen "cambres d'eco" i "bombolles de filtres", això fa que només rebi informacions que reafirmen el que jo ja penso, les meves idees i valors.
Puc informar-me sobre notícies que passen a altres llocs del món.	A través de les xarxes socials puc rebre informacions que no han estat validades per cap mitjà periodístic, poden ser mitges veritats o mitges mentides.
Puc veure com expliquen la mateixa notícia a altres països.	A internet puc trobar imatges o vídeos descontextualitzats, fragmentats o, fins i tot, manipulats.
Puc donar la meua opinió sobre les notícies o informacions que ens arriben.	Les xarxes socials tenen mecanismes que fomenten que ens enganxem a elles, com més interactuo i més estona passo a la xarxa, més informació dono sobre mi i aquestes dades es poden utilitzar per influenciar-me.
Puc compartir amb les meves amistats tot allò que descobreixo a través d'internet.	Si no conec la font ni el mitjà de comunicació que publica una informació, puc difondre notícies falses sense voler.
A través de les xarxes socials podem intentar influenciar en l'agenda mediàtica dels mitjans de comunicació.	Pressionats per la immediatesa d'internet i per captar l'atenció de l'audiència, els mitjans de comunicació poden acabar publicant notícies poc rigoroses o destacant fets poc contrastats.

3.1 La bombolla de filtres a internet

Tot el contingut que reps d'internet no és neutre ni aleatori. Més enllà de les teves cerques actives, la informació que t'arriba a través d'internet prové de les teves amistats i de persones a les quals segueixes. Totes elles tenen els seus propis interessos, la seva ideologia i les seves preocupacions. Els algoritmes fan que sempre et moguis en un entorn proper a la teva manera de pensar i aquest fet pot provocar que les teves idees es reforcin, que no puguis accedir a nous enfocaments i a altres punts de vista i que sempre estiguis dins d'una bombolla que no et permet veure que hi ha més enllà. A aquesta bombolla, l'especialista en internet Eli Pariser l'anomena **bombolla de filtres**.

Llegeix l'article següent:

Diari digital	Data	Article
CatalunyaPress	12/06/2017	<u>'El filtre de la bombolla: un Internet a la teva mida'</u>

I a continuació:

- Fes un resum en el qual hi apareguin els conceptes següents: **bombolla de filtres, internet, algoritme, confort, creences, ideologia, rastre, formes de pensar**.
- Digues si estàs d'acord o no amb les següents afirmacions i perquè:
 - Internet a vegades limita la nostra comprensió sobre la realitat perquè només ens movem dins de la nostra bombolla.
 - Quan només hi havia ràdio i televisió, el públic consumia la informació d'una manera passiva, en canvi ara, a través de les xarxes socials podem intervenir activament.

3.2 La meva agenda mediàtica

Et proposem que facis servir el *hashtag* #LaMevaAgendaMediàtica per canviar coses que no t'agradin, actituds que consideris poc ètiques, aspectes sobre els quals creus que caldria parlar-ne, informació que no surt a l'agenda mediàtica, etc.

- Digues tres temes que inclouries a la #LaMevaAgendaMediàtica i perquè.

Amb tota la informació que has obtingut, en petit grup empleu la graella i parleu dels aspectes favorables i limitadors de la informació a internet.

Aspectes favorables de la informació a internet	Aspectes limitadors de la informació a internet

- Quan acabeu, feu un petit debat sobre aquestes dues qüestions i prepareu una resposta conjunta.
 - Els mitjans determinen només de quins temes parlem o també ens influencien sobre què i com pensem sobre determinats temes?
 - Tinc una determinada ideologia perquè consumeixo uns mitjans en concret o, del contrari, com que consumeixo uns determinats mitjans aquests condicionen la meua ideologia?

SESSIÓ 2. FEM UN SUMARI DE RÀDIO

Activitat 4. Fem un sumari de ràdio

Basant-nos en tot el treballat fins ara, no hi ha millor manera d'assimilar tot el que hem anat treballant que posar-nos al lloc d'aquells que filtren la realitat: els i les periodistes als mitjans de comunicació.

Recomanem treballar en grups. Cada grup representarà una emissora de ràdio diferent i haurà d'escollir 3 temes i escriure 3 notícies amb el titular i una breu explicació. Aquesta activitat es pot acabar amb la lectura en veu alta del sumari o bé amb la gravació del sumari de ràdio. La duració del sumari haurà de ser d'entre 1 i 2 minuts.

4.1 Reunió d'equip per a la selecció dels temes

Abans de començar, hem de tenir en compte que als mitjans **el temps és limitat** i, per això, en un informatiu de ràdio s'han de **seleccionar els temes** que es tractaran i **assignar-los una duració determinada** dins de l'espai disponible. En el nostre cas, serà un sumari d'entre **1 i 2 minuts**. Per tant, haurem d'escollir **3 temes** i redactar les 3 notícies amb el seu **titular** i una breu **explicació**.

Per començar l'activitat, seguim els següents passos:

- **Quines 3 notícies triem per al nostre sumari d'informatiu?** Hem de tenir en compte:
 - Seleccionar un tema significa que el considerem més important i implicarà que un altre tema es quedi fora.
 - Els temes que es quedin fora no arribaran al nostre públic. Seleccionar és una responsabilitat.
- **En quin ordre ho presentem?** Hem de tenir en compte:
 - L'ordre també denota importància. Si posem un tema davant d'un altre, també li estem donant més importància.
 - Segons l'ordre que establim, el nostre públic pot creure que una cosa és més important que l'altra.
- **Quant de temps dediquem a cada notícia?** Hem de tenir en compte:
 - El temps que dediquem a cada notícia també pot atorgar-li una major o menor importància.
 - Per explicar bé un tema, podem necessitar més o menys temps en funció de la temàtica i de la informació disponible.
 - Com fan els mitjans de comunicació, haurem de decidir quins són els nostres criteris i valors per decidir a quines notícies dediquem més temps: perquè són més importants, perquè interessin més al nostre públic, perquè el tema requereix una explicació amb més profunditat, perquè ens interessa més a nosaltres, etc.

- **Quines paraules utilitzem, és a dir, des de quin punt de vista explicarem el tema?**

Hem de tenir en compte:

- El llenguatge és molt poderós i segons com formulem una frase podem transmetre un punt de vista concret sobre la qüestió.
- Segons el punt de vista des del qual expliquem els temes, el públic percebrà la realitat d'una manera o d'una altra.

4.2 Elaborem l'escaleta

Un cop els grups ja han decidit quines tres notícies volen presentar en el seu sumari informatiu i com les presentaran (ordre, temps i punt de vista), proposem que facin una escaleta. L'escaleta serà útil per organitzar la informació i per detallar com es desenvoluparà el sumari informatiu. Per això cal que escriguin un titular i una descripció per cada notícia, que decideixin qui serà el locutor o locutora i que calculin el temps que volen dedicar-li a cada notícia. El resultat final serà un avanç informatiu, que hauria de durar entre 1 i 2 minuts.

Ara farem una escaleta, és a dir, **una taula amb tot el que necessitem** per preparar el sumari del nostre informatiu. El resultat final serà un avanç informatiu d'entre 1 i 2 minuts, per això és molt important que decidiu i calculeu el temps que dedicareu a cada notícia.

Podeu utilitzar la següent graella per organitzar la informació:

Notícia		Contingut	Alumne/a locutor/a	Duració
Notícia 1	Titular			
	Descripció			
Notícia 2	Titular			
	Descripció			

Notícia 3	Titular			
	Descripció			

4.3 Llegim el sumari

- Llegim amb calma i vocalitzant per tal que s'entengui.
- Tinguem en compte el temps estipulat per a cada notícia.

4.4 Reflexions finals

Després de realitzar tot aquest procés de treball, reflexionem!

- Quines han estat les dificultats a l'hora d'escollir?
- Per què hem escollit unes notícies i no unes altres?
- Creiem que hem estat objectius en el moment de prendre decisions?
- Com creiem que les nostres decisions afectaran l'opinió pública?

SESSIÓ 3. GRAVEM EL SUMARI DE RÀDIO

Activitat 5. Gravem el sumari

Seguint l'escaleta creada en l'anterior sessió i en els mateixos grups, ara passem a la gravació del sumari de l'informatiu amb un dispositiu que permeti l'enregistrament de veu.

Si el grup classe es mostra motivat i compteu amb temps per fer-ho, es pot transformar l'activitat en l'elaboració d'un sumari en format audiovisual, és a dir, reproduint el sumari d'un telenotícies. En aquest cas, ens pot resultar útil el material proposat al [Projecte d'aula 1. Fem periodisme](#), que ens mostra els passos a seguir a l'hora d'enregistrar imatges. Així mateix, també teniu a la vostra disposició els tutorials [Preproducció. Preparem el projecte](#), [Producció. Gravem!](#) i [Postproducció. Editem!](#), pensats per ser visionats amb l'alumnat, en els quals s'expliquen els passos necessaris que cal seguir per tirar endavant una producció audiovisual.

Ara que ja tenim l'escaleta ben organitzada, hem practicat la lectura de les notícies, hem calculat la durada de cada notícia i el temps total que ens ocupa el sumari, passem a la gravació del sumari.

Instruccions per als grups de treball:

- Escollim **3 persones del grup** (una per cada notícia). A més de tenir en compte aspectes com qui llegeix millor, vetllarem per mantenir la paritat de gènere.
- Posem el **dispositiu a l'alçada de la boca**, ni massa lluny, ni massa a prop!
- **Llegim amb calma i vocalitzant** per tal que s'entengui.
- Tinguem en compte el **temps estipulat** per a cada notícia.

Activitat 6. Escoltem els sumaris

Un cop els grups hagin acabat amb la gravació, es presenten a tot el grup classe els diferents treballs realitzats. Desenvoluparem l'activitat a partir de l'escolta o la visualització de tots els sumaris informatius realitzats per l'alumnat i acabarem amb una valoració conjunta dels sumaris. Proposem que cada grup de treball valori els sumaris dels altres a través de Twitter.

6.1 Valoració per grups dels diferents sumaris

Començarem escoltant els sumaris elaborats pels diferents grups. I com que ja no som espectadors passius i tenim maneres d'interactuar amb els mitjans, per a cada sumari pensarem, per grups, **una frase de 280 caràcters** (la mesura d'una piulada de Twitter) que sintetitzi les nostres conclusions sobre allò que hem escoltat. És a dir, les nostres reflexions sobre els continguts, la temàtica o la manera de tractar-ho. Farem servir el *hashtag* **#LaMevaAgendaMediàtica**

Recordem que, tot i que les xarxes socials són un lloc de lliure expressió, hem d'intentar no faltar al respecte, escriure correctament i ser coherents amb els nostres valors.

Podeu utilitzar la següent graella per organitzar la informació:

Grup	Piulada
1	
2	
3	
4	

6.2 Posada en comú d'experiències

Cada cop que escoltem el sumari d'un grup, posarem en comú les piulades que cada grup ha redactat en relació amb el treball dels companys i companyes. D'aquesta manera, tots els grups tindran una retroacció, com sovint la reben els mitjans, a través de Twitter.

Activitat 7. Reflexió individual sobre l'agenda mediàtica i com afecta les nostres vides

- Hi ha alguna cosa que puguem fer nosaltres per canviar l'agenda mediàtica?

MATERIALS COMPLEMENTARIS I D'AMPLIACIÓ

Recomanables per:

- Qui vulgui saber-ne més i aprofundir
- Treballs de recerca de batxillerat
- Treballs d'investigació sobre educació mediàtica, llenguatge audiovisual, etc.

Publicacions (articles, entrevistes, recerca, pàgines web...)

- **Article:** [Twitter y la teoría de la Agenda Setting: mensajes de la opinión pública digital](#)
Descripció: Article de Raquel Rubio García, de la Universitat Carlos III de Madrid, publicat a la revista *Estudios sobre el mensaje periodístico*, de la Universitat Complutense de Madrid.
Aplicació: Recurs per al professorat, de cara a la preparació del treball a l'aula, o per qui vulgui aprofundir en els conceptes que s'hi tractaran.
- **Pàgina web:** [L'Anuari dels Silencis Mediàtics Mèdia.cat](#)
Descripció: Projecte de periodisme d'investigació que cada any presenta un recull de reportatges sobre temes silenciats pels grans mitjans de comunicació, amb l'objectiu de situar-los a l'agenda mediàtica i que arribin al coneixement de la societat. Ens pot servir com a referent per comprovar com hi ha notícies que, tot i ser importants per a la societat, es silencien.
Aplicació: Proposem la consulta de l'anuari Media.cat per analitzar quin tipus de temes s'hi recullen i reflexionar sobre per què no van tenir cobertura als mitjans de comunicació.
- **Article:** [Periodisme i ciutadà](#)
Descripció: Article d'opinió publicat a *El Periódico*, on el periodista Joan Cañete reflexiona sobre els canvis que el format digital ha produït en el periodisme i sobre l'entrada de ciutadans i ciutadanes en les dinàmiques del diari.
Aplicació: Per aprofundir en com l'univers d'internet i la interacció amb l'audiència influeixen en la definició de l'agenda mediàtica dels mitjans de comunicació.
- **Entrevista:** ["Hoy no se puede hacer periodismo sin las redes sociales"](#)
Descripció: Entrevista de Cristian Bravo al Doctor en Ciències de la Informació J. L. Orihuela.
Aplicació: Per potenciar la consolidació dels aprenentatges, podem proposar la lectura i resum de l'entrevista com a reflexió final un cop acabada la unitat didàctica.
- **Entrevista:** ["Pese a las redes sociales, los medios aún controlan la agenda pública"](#)
Descripció: Entrevista, publicada al diari *El Mundo*, al catedràtic de la Universitat de Wisconsin Dietram Scheufele, investigador de l'agenda mediàtica.
Aplicació: Per potenciar la consolidació dels aprenentatges, podem proposar la lectura i resum de l'entrevista com a reflexió final un cop acabada la unitat didàctica.

Audiovisuals (vídeos de YouTube, pel·lícules, reportatges, documentals, conferències...)

- **TED Conference:** [Eli Pariser: Cuidado con la "burbuja de filtros" en la red](#)
Descripció: Conferència TED de l'autor i especialista en internet Eli Pariser, que reflexiona sobre com els algorismes de les xarxes socials i de les plataformes de cerca que, en teoria, serveixen per personalitzar els continguts que ens mostren, provoquen que visquem en una "bombolla de filtres" que influeix en la nostra visió del món i ens amaga idees diferents de les nostres .
Aplicació: Podem proposar la visualització d'aquest vídeo per aprofundir en el funcionament del que anomenem agenda mediàtica popular i consolidar els conceptes treballats a la primera sessió.
- **Programa TV:** [Hackeig a la democràcia](#)
Descripció: Vídeo del programa *No pot ser!* de TV3, en el que s'evidencia com a través de les xarxes socials els partits polítics poden influenciar-nos i com Google utilitza una sèrie d'algorismes que determinen i/o condicionen les informacions que trobem per internet.
Aplicació: Proposem la visualització d'aquest vídeo, ja sigui sencer o alguns fragments, per reflexionar sobre els pros i contres de la informació a internet.
- **Pel·lícula:** [Spotlight](#)
Descripció: Pel·lícula de Tom McCarthy realitzada l'any 2015 guanyadora de 2 Oscars, entre altres premis, en la qual es narra la història d'un equip de periodistes que investiguen un escàndol silenciats sobre l'Església. Aquest film ens permet entendre el funcionament dels mitjans de comunicació i totes les influències que es poden rebre a l'hora d'escollir quines temàtiques surten a la llum pública.
Aplicació: Aquest recurs es pot utilitzar per tal de contextualitzar la temàtica a través d'un cas concret.
- **Pel·lícula:** [Brexit: The Uncivil War](#)
Descripció: Pel·lícula britànica de l'any 2019, escrita per James Graham i dirigida per Toby Haynes, que evidencia com a partir de l'ús de tècniques de gestió de dades massives (big data) extreptes de les xarxes socials, es va poder influenciar el vot de la població durant el referèndum sobre el Brexit. Aquest film ens permet reflexionar sobre els nous sistemes i mecanismes que han sorgit a partir de l'ús d'internet i les xarxes socials per influenciar l'opinió pública.
Aplicació: Aquest recurs es pot utilitzar dedicant una sessió extra per veure la pel·lícula, amb l'objectiu de prendre consciència sobre com les xarxes socials es poden utilitzar per condicionar la nostra opinió sobre determinats temes.

edu
CAC

The image features the text 'edu' and 'CAC' in a bold, black, sans-serif font. The word 'edu' is positioned above 'CAC'. Two orange L-shaped brackets are placed around the text: one on the left side, framing the 'edu' and 'CAC' vertically, and another on the right side, framing the 'edu' and 'CAC' horizontally.