

ACTIVITATS SOBRE MITJANS DE COMUNICACIÓ (Unipau 2001)

Plantejament:

1. Es tracta de donar eines per aprendre a llegir críticament els mitjans de comunicació.
2. Es tracta d'evidenciar que són creadors d'opinió.
3. Es tracta de donar a conèixer mitjans alternatius d'informació (especialitzada o general).

(Es pot aprofitar també per veure la diferència entre els tractaments a les notícies segons la tendència d'un o un altre mitja. Això té l'avantatge que mostra fàcilment els mecanismes de manipulació de la informació, però en el moment actual potser l'interès més gran és veure no les diferències sinó la progressiva homologació dels discursos en un "pensament únic", on les diferències entre tendències polítiques són, al contrari, una oportunitat de saber més. Per tant no es planteja en aquesta proposta, és més interessant per l'estudi de la transició o coses així).

Els continguts que es treballarien són bàsicament que els mitjans de comunicació tenen amo, que aquest és el poder econòmic (i en part també el polític), que el procés de concentració dels mitjans de comunicació ens fa perdre l'oportunitat de la informació diversa i "objectiva" i això és un perill per la democràcia, i finalment que per informar-se bé cal fer un esforç que no es pot reduir a "seguir" els mitjans de comunicació de masses.

Taller de lectura conjunta.

Cal una experiència de seguiment crític dels mitjans per adonar-se dels mecanismes de manipulació de la informació. Aquest és un taller participatiu, flexible, col·lectiu i que s'ha d'estendre en el temps.

Es tracta de trobar-se cada mes i comentar conjuntament les notícies del mes. Hi ha moltes variants possibles:

Quins mitjans agafem?

- Agafar només uns determinats diaris, per exemple la premsa nacional més llegida.
- Agafar els mitjans de comunicació locals.
- Agafar els mitjans de comunicació internacionals.

(Però donat que els i les alumnes de secundària no solen tenir el costum de llegir, qualsevol mitjà ens serveix)

Què investiguem?

- Analitzar les notícies "per descobrir la manipulació". Per això hi ha diversos exercicis possibles:
 - Fonts informació: marcar amb colors les diferents fonts que es citen a un diari o una notícia. Classificar-los segons siguin "oficials", "no oficials", segons els bàndols (quan es tracta d'un conflicte), etc. Veure a qui li dóna la veu un diari.
 - Adjectius: Marcar els adjectius qualificatius que s'atorguen als actors socials d'una notícia i escriure'ls apart. Valorar quina opinió prova de transmetre l'autor/a.
 - Rescriure la notícia des del punt de vista suposat d'algun dels actors de la notícia. Quin actor social "escriu" la notícia?
- Llegir les notícies per estudiar temes. Es tracta d'anar ampliant la informació a partir d'altres fonts informació, dels comentaris del grup... Aquesta és la dinàmica bàsica del taller "Primera Plana" que organitza Cristianisme i Justícia. Es pot convidar a gent coneixedora de diversos temes. També hi ha diverses possibilitats:
 - Escollir uns temes sobre els que es cercaran les notícies i fer un seguiment en el temps.
 - Anar trobant les notícies que més impactin, segons els interessos del grup. Escollir els temes de més actualitat.
- Anar gravant les notícies de la tele. Més sofisticat: gravar telediaris en broma o segons un punt de vista, etc.
- Anar fent una recopilació de les notícies per temes.

Que fer després de les notícies o conclusions?

- Les conclusions es poden exposar o publicar cada mes o al final. On exposar-ho o publicar-ho? A un butlletí intern, a la paret del corredor, a una pàgina web, a una ràdio o tele local, ...
- Es poden organitzar carpetes de temes per consulta per fer treballs.
- Etc.

El Taller de Lectura Conjunta es pot combinar amb altres activitats. Aquestes també es poden fer de manera independent:

Mural-muntatge artístic del "pop de les comunicacions".

Es tracta d'investigar la propietat dels mitjans de comunicació. Quin mitjà és de quina empresa? El resultat és una teranyina considerable i complexa que s'ha de simplificar en funció del grup. Hi ha grups de mitjans diferents (ràdios, televisions, diaris, revistes, etc) agrupats per arribar a tots els públics.

La proposta es fer una creació artística o muntatge gràfic on es posin de relleu aquestes relacions de propietat. El resultat pot formar part d'una exposició de conclusions.

Veure pel·lícules.

Les pel·lícules recomanables són:

- Pelis que parlin de periodistes i es posi de relleu les pressions. Per exemple les gringues que van sobre el president i aquelles fantasmades.
- Pelis que parlin d'un tema que s'estudia o es segueix.
- Reportatges sobre el tema, en conec només un: "Il·lusions necessàries", del Chomsky, que es pot trobar a Mon-3. Molt bo, però molt complex i ...3 Hores!

Activitats d'aba guima.

- **Creació d'opinió (joc de rol) - exposició final**

Aquest joc consisteix en escriure una notícia a partir d'una font àmplia i profunda per part d'un/a participant que serà "el/la periodista". Més tard aquesta notícia serà reescrita en diversos moments per diversos/es participants que seran uns personatges. Aquesta cadena de reescriptures d'una notícia fa un repàs dels principals mecanismes de manipulació (conscient i inconscient) de la informació. Acaba amb una exposició interessant. Basat en casos reals.

- **Inventar un joc de rol d'un gabinet d'un diari.**

El grup escull els personatges, els rols, les situacions de partida... i es prepara el material. Es treballa a partir de la informació sobre els mitjans de comunicació de què disposem. S'acaba amb un material que es pot fer servir per jugar amb altres grups.

- **Fer un diari o revista o bé preparar un programa de ràdio.**

Activitat clàssica que en aquest cas en part es nodriria de la informació sobre la manipulació de la informació i en part de les experiències viscudes en els altres mòduls (experiències amb immigrants, etc).

- **Inventar i gravar Telediaris.**

Organitzar i gravar telediaris on es treballin els temes de sobreinformació, desinformació, informació esbiaixada, etc.

- **Debat Telefrance/greenpeace.**

Anàlisi d'un reportatge de la Telefrance sobre els seus enemics: Greenpeace. Un bon exemple de manipulació informativa subtil i ben elaborada.

- **Quin espai per la publicitat?**

Agafar uns quants diaris i veure l'espai que dediquen a la publicitat i l'espai que dediquen a la informació.

- **Dona i publicitat**

A partir de reportatges sobre dona i publicitat

- Comentar imatges del tercer món (d'ONGs i publicitàries).

La publicitat.

La publicitat mereix moltes propostes educatives apart, però cal fer un esment dins d'aquesta per no oblidar la seva importància.

Trets del vídeo del Chomsky: dins del taller de lectura conjunta o fora d'ell es poden agafar uns quants diaris i veure quina quantitat d'espai dediquen a la publicitat i a les notícies que no expliquen la realitat social, econòmica o cultural del món i quina a les que sí ho fan.

Està basat en la concepció de que el 80% de la població està considerada per les èlits com "no pensante" i se li destinen milions de dòlars en entreteniment i publicitat, i la resta sí que disposa d'informació. Depenent si el diari fa una o una altra funció, a més, el tractament de les notícies serà un o altre.

Teoria a investigar:

- El naixement dels diferents mitjans de comunicació.
- La seva propietat.

Materials a aconseguir:

- El vídeo sobre Greenpeace de Tele France
- El vídeo del Chomsky
- Mitjans de comunicació.