

ELS MITJANS AUDIOVISUALS són més potents que la paraula escrita i envaeixen més la nostra vida quotidiana.

El mitjà més important, la televisió, pot ser una font d'informació, educació i entreteniment, però també de manipulació, deformació i passivitat.



ELS AUDIOVISUALS A CASA (%)	
Televisor	98,4
Ordinador	78,7
Internet	77,6
Mòbil	97,1

Font: IDESCAT. Equipament i ús de les TIC a les llars (TICL). 2014
www.idescat.cat/

Aprendre... a veure la televisió?

"I ara!", pot ser que exclamem en llegir el títol d'aquest apartat. "A mi no em cal aprendre a veure la tele, perquè des de petit la veig una o dues hores cada tarda; veure-la no té secrets per a mi!" Però sí que hi ha un secret: la televisió es finança amb la publicitat i aquesta depèn de l'audiència. Per a aconseguir audiència, sovint la informació es deforma, s'amaga, se simplifica o es barreja amb l'opinió. Molts programes d'entreteniment trien només els temes més punyents, crus o intensos emocionalment: ira, sang, sexe, fàstic, por. És la lluita per l'audiència entre les cadenes.

L'atractiu de la televisió, unit al fet que no requereix fer cap activitat per a gaudir-ne, sovint fa oblidar altres activitats més enriquidores i importants: conversar, llegir, fer esport, endreçar o fer els deures. Per tot això, engegar la televisió o connectar-se a internet per veure algun programa a la carta no és el mateix que obrir un llibre. Saber veure la televisió és veure-la amb criteri: decidir **què veurem i quant de temps** hi dedicarem. A més, cal **defensar-se** de la invasió publicitària.

El termòmetre de la teleporqueria

La **teleporqueria** va ser definida al gener de 2006 pel Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que és un organisme oficial independent que regula els mitjans de comunicació (www.cac.cat).

Un programa que permeti la resposta afirmativa a qualsevol de les qüestions següents es pot incloure en aquesta categoria:

1. Fa de la violència un espectacle (basa el seu atractiu en escenes violentes)?
2. Reforça els estereotips de gènere (és a dir, les dones preocupades per la bellesa, el cos i la llar, i els homes preocupats per la feina i el cotxe)?
3. Reforça els estereotips xenòfobs (els estrangers apareixen com a estranys, ridículs, perillosos o víctimes)?
4. És difícil establir clarament si és un programa informatiu, educatiu o d'entreteniment?
5. Fa servir un llenguatge cridaner, barroer o impúdic?
6. Estimula la por (malalties estranyes, extraterrestres, delinqüència, inseguretat)?
7. Es fonamenta en rumors, calúmnies o xafarderies?
8. Si és un concurs, hi surten nens fent papers d'adults?
9. Té talls publicitaris?
10. Afavoreix —sense dir-ho— determinats grups de presió (empreses, partits, clubs)?



• Trieu un programa concret i en grups petits avalueu-lo. Puntueu de 0 (poc) a 10 (molt) cadascun dels aspectes. Sumeu els punts i poseu en comú els resultats. Decidiu si val la pena veure'l.

Defensa davant la invasió publicitària

Quan veiem un programa a la televisió, cada deu minuts s'atura l'emissió amb anuncis publicitaris que no hem triat veure. Aquests anuncis, a més de presentar-nos un producte, ens transmeten emocions i valors sense que sovint ens n'adonem.

EL QUE S'ANUNCIA	EL QUE VEIEM I SENTIM	EL QUE ENS OFEREIX
<ul style="list-style-type: none"> • Automòbil • Maquillatge • Sabó • Beguda • Marca de roba • Ambientador • Joguina 	<ul style="list-style-type: none"> • Imatges • Sorolls • Música • Paraules: <ul style="list-style-type: none"> — diàleg — en off — escrites 	<ul style="list-style-type: none"> • Immunitat davant dels accidents • Carreteres sense cotxes • Èxit. Solucions • Ser millors del que som • Que el destinatari o la destinatària del regal sigui com el/la que el fa servir en l'anunci

Per a entrenar-se...

1. Esbrineu el programa més vist per tota la classe i analitzeu-lo amb el termòmetre de la teleporqueria.
2. Busqueu les queixes i les lloances sobre el tractament de les dones en els mitjans de comunicació rebudes a l'Institut Català de les Dones (www.20.gencat.cat/portal/site/icdones). Analitzeu entre tots, en positiu o en negatiu, un programa televisiu o un anunci i envieu l'informe a aquesta institució.
3. Fes una taula com la de l'esquerra i, després d'analitzar un anunci, omple les tres columnes. A partir dels resultats, fes servir el teu enginy i elabora un text en què contrastis el que se'ns pretén oferir i el que se'ns vol vendre.

Calcula quant de temps acostumes a veure la televisió al dia i multiplica la xifra per 365. Compara el resultat amb les hores que dediques als estudis (6 hores al dia més 1 de deures per 160 dies lectius). Ara, fes el mateix amb altres activitats que facis.

- Com és d'important la televisió a la teva vida?

"TROBO QUE la televisió és molt educativa. Cada cop que algú l'encén, em retiro a una altra habitació i lleigeixo un llibre."
Groucho Marx