



## ACTA DE LA SEGONA SESSIÓ DE LA COMISSIÓ 2 DEL CONSELL DE LA INFÀNCIA DE SANTA COLOMA DE GRAMENET

**Dia:** 2 de març de 2020

**Hora de començament:** 17:15

**Hora d'acabament:** 18:45

**Lloc:** Centre Cívic Pompeu Lab

### ASSISTENTS A LA SESSIÓ

- **Consellers/es de la Comissió 2. ( 23 participants)**
- **Felisa Rodríguez** - Coordinadora de Programes d'Infància de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet.
- **Maria Rosa Perea** – Tècnica d'Infància de l'Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet.
- **Mariona Andreu:** Dinamitzadora de *Tasca projectes d'animació sociocultural*.
- **Jofre Doderó:** Dinamitzador de *Tasca projectes d'animació socioculturals*.

### ANTECEDENTS

La segona sessió de la Comissió 2 del Consell de la Infància, va anar precedida, prèviament, de la primera sessió del Consell realitzada a finals de gener. En aquesta primera sessió es va debatre i reflexionar sobre el gran salt tecnològic viscut en pocs anys, amb un accés quasi il·limitat d'informació, entreteniment, comunicació, etc. A continuació, es van anar extraient, a través de les opinions dels consellers, els diferents riscos i oportunitats que deriven de l'ús de les TIC<sup>1</sup> i es va fer un *role playing* per veure quins efectes podia tenir l'ús del mòbil mentre s'està estudiant o fent els deures.

---

<sup>1</sup> Per veure les conclusions extretes veure l'acta de la primera sessió.



Finalment es va passar la proposta de treball a l'aula on s'havia d'analitzar un parell de vídeos sobre l'ús de les TIC i les seves conseqüències, tan en els infants com en els adults i extreure'n conclusions. Uns dies abans de la realitzar la segona sessió es va avisar a les famílies per correu electrònic i per WhatsApp (un dia abans es va tornar a recordar), amb l'horari, dia i lloc de la sessió.

## **ORDRE DEL DIA**

- 1r. Realitzar dinàmiques de coneixença i cohesió de grup.
- 2n. Repassar els objectius de la comissió.
- 3r. Recollir les aportacions que hagin portat els consellers/es del seu grup-classe.
- 4rt. Entendre els diferents elements amb els que interactuen a la xarxa: plataformes digitals , galetes (*cookies*), identitat digital, petjada digital, bombolles de filtres, etc.
- 5è. Reflexionar sobre aquests conceptes i quins avantatges i riscos comporten.

## **DESENVOLUPAMENT DE LA SESSIÓ**

La sessió va començar amb una **dinàmica de coneixença**. Aquesta es va fer dividint el grup en dos. Cada grup es va col·locar en rotllana: un grup encerclant a l'altra. El grup que formava el cercle de dintre es col·locava mirant el grup que l'encerclava per fora. La rotllana de fora anava girant fins que es deia STOP. Llavors a qui es tenia davant t'havies de presentar amb el nom i dir algun lloc del món on t'aniria anar de viatge. Es van fer diverses rondes. D'aquesta manera es repassaven els noms i es trencava una mica el gel.

A continuació, es van **repassar els objectius de la comissió**, començant per les habilitats que es treballen en tot procés participatiu: diàleg, esperit crític, escolta activa, consens, etc..



Després es va fer un repàs del que es va treballar a la primera sessió, escrivint a la pissarra les principals conclusions extretes i es va aprofitar per **afegir les aportacions que s'havien treballat des de les aules**, (proposta de treballa a l'aula), i que alguns consellers/es van aportar al grup. Destaca el treball aportat de la classe del **Yahya**, on cada alumne fa la seva aportació. En general, totes anaven dirigides a les oportunitats i riscos que ens ofereixen les TIC:

- **Oportunitats:**

- Comunicar-se amb molta gent i a distància
- Buscar informació ràpidament
- Estar localitzats
- Ús d'un sol aparell per a realitzar diferents tasques (optimització),
- Jugar a jocs
- Recordar aniversaris
- Ús com a calendaris
- Emergències

- **Riscos:**

- Perdre el temps
- Quedar-te "enganxat"
- No saber ni que estàs fent
- Mirar la vida dels altres "gastant" la teva pròpia
- Acabar en pàgines estranyes o que no volies acabar-hi
- No fixar-te en l'entorn (emmpantallat)
- Menys relació amb els altres
- Insomni
- Donar accés a les nostres dades sense saber el que es faran amb elles
- Falta de privacitat (petjada digital)
- Ser *hackejat*
- Vulneració de la privacitat o que ens estafin
- Poc ús de la memòria (efecte google)
- Miopia/mal de cap
- Accidents per distracció.



Tot seguit, i rescatant alguns dels riscos en l'ús de les TIC que van sortir durant la sessió anterior i d'altres que han sortit durant les aportacions del grup classe, es va introduir el grup els conceptes de :

- **Identitat digital**
- **La personalització de continguts**
- **Petjada digital**
- **Les cookies.**

Un cop explicats i per acabar d'entendre com funcionen, es va prosseguir amb una dinàmica- *role playing*:

1r. Es van repartir diferents rols:

- **Dos voluntaris/usuaris: (Amal i Mouhamed):** que fessin ús de la xarxa i de les plataformes digitals. Un cop triats, van apuntar a la pissarra, (sense que la resta del grup ho pogués llegir), el seu perfil, (nom, edat, aficions, interessos, ús de plataformes digitals, etc.)
- **La resta del grup es va dividir en dos** i es van convertir en **dues agències de publicitat i màrqueting** molt importants. Cada agència va triar un nom.
- **Els dinamitzadors es convertien en les grans plataformes digitals** (*Facebook, Google, Amazon, Spotify,* empreses de videojocs on-line, etc.) que tenen accés els perfils dels usuaris gràcies a les **cookies** que agafen les dades d'aquests quan interactuen amb les seves pàgines web, emmagatzemant tot tipus dades privades: lloc des d'on està connectat, tipus dispositiu que utilitza (pc, mac, tablet, mòbil, etc.), edat, gènere, etc.

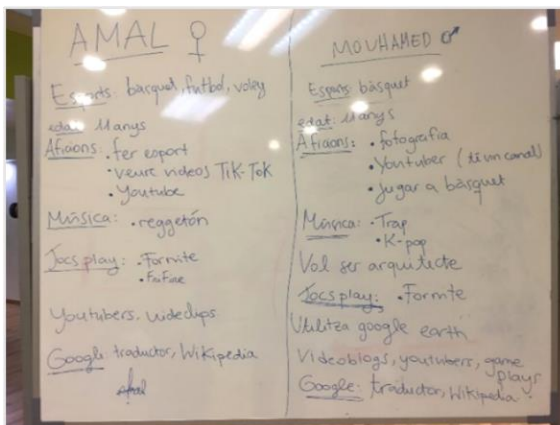


**2n.** Un cop l'Amal i el Mouhamed van tenir escrits a la pissarra els seus perfils, (sense que ningú els pogués veure) es va donar a les agències de publicitat diferents productes per anunciar/vendre (en forma de imatges): pilota de futbol, auriculars, pistola d'aigua, *Play Station 4*, *Iphone*, cotxe teledirigit, bici rosa, *SIMS 4*, *Clash Royal*, productes de cosmètica, desodorants, etc.

Per tal de saber quins productes els podria interessar més als seus usuaris (Amal i Mouhamed), necessitarien més informació d'aquests, com per exemple el seu perfil, els seus interessos, gustos etc.

**3r.** Si les **agències de publicitat (grup classe)** vol accedir a totes aquestes **dades**, haurien de pagar diners a les **plataformes digitals (Dinamitzadors)** que emmagatzemen tot tipus de dades (**Cookies**) dels usuaris que en fan ús (perfil Amal i Mouhamed).

Un cop les **agències publicitàries** paguen diners a aquestes **plataformes digitals**, aquestes últimes els hi traspassen la informació. Els dinamitzadors (**plataformes digitals**) giren la pissarra on hi ha apuntats els perfils del Mouhamed i de l'Amal i ara les **agències de publicitat (grup classe)** poden saber quines són les seves preferències i gustos.



**4rt.** Amb tot a la informació que ara disposen, les agències de publicitat seleccionen 3 productes que saben que poden interessar els usuaris i els hi



enganxen amb celo a sobre de l'Amal i el Mouhamed, (als braços, panxa, cames, etc.)<sup>2</sup>. Seleccionaran també els productes que saben que no els hi interessarà i els retiren.



**5è.** A partir d'aquí es fan una sèrie de preguntes:

- L'Amal i el Mouhamed estan satisfets amb els productes que se'ls hi ofereix?
- Concorda amb les seves preferències?
- Per què les agències han triat uns productes i no uns altres?
- Dels productes que NO han seleccionat les agències publicitàries, n'hi ha algun que els usuaris els interessi?
- Per què les agències de publicitat han decidit que aquells productes no els interessaria?
- **Què en pensen de que les plataformes digitals tinguin tanta informació sobre nosaltres?**
- **Us sembla bé que després altres empreses paguin per tenir accés a les nostres dades?**
- **Us sembla bé que ens posin anuncis publicitaris mentre llegim o consultem algun tema a la web? Ho trobeu invasiu?**

---

<sup>2</sup> El fet d'enganxar les imatges a sobre seu, simbolitza **la publicitat invasiva**. És a dir, tot aquella publicitat que ens apareix en el web i que a priori ha estat seleccionada o personalitzada.



A partir d'aquestes preguntes s'obre un debat. L'Amal i el Mouhamed diuen que els podria haver interessat altres productes que no se'ls han ofert.

El grup que ha fet d'agència, explica els motius pels quals han triat o descartat els productes que volien anunciar i és aquí on apareix el concepte **d'estereotips**, on es reflexiona sobre com la publicitat els propaga, a través dels seus anuncis, **missatges que promouen una visió única de com som i hem d'actuar les persones en funció de l'edat, gènere, ètnia, etc.** També diuen, que moltes vegades, els anuncis que reben no coincideixen amb els seus interessos, que els molesten força i que a vegades potser acabarien comprant allò que no els interessa del tot. Alguns argumenten que no els importa del tot que altres empreses utilitzin les seves dades.

Amb aquestes últimes aportacions, i per acabar d'entendre quines conseqüències pot tenir la **nostre petjada digital** i acceptar que s'utilitzin tot tipus de **cookies** en les webs que visitem, s'explica al grup el concepte de **bombolles de filtre** amb diapositives.



**Les bombolles de filtres** les creen les grans plataformes digitals segons les nostres dades (**cookies i altres**) elaborant amb elles **algoritmes** concrets que donen una sèrie de resultats a les nostres búsquedes i ens fan veure el món d'una determinada manera. El grup entén que si no som conscients de com funciona la nostra interacció amb la xarxa poden ser les grans plataformes i no nosaltres les que trien, finalment, el contingut de les nostres búsquedes a la web mostrant el món d'una determinada manera i descartant o ocultant informació que ens podria interessar.

Per acabar, es va concloure que amb l'ús i interacció diari amb les TIC, fa que cada vegada estigui més **lligat la construcció de la identitat personal** amb aquestes → la identitat digital.



Per tan, s'ha de ser conscient alhora de publicar certs continguts degut a que tot el que fem a la xarxa te un rastre. A més, amb l'ús de les grans plataformes digitals el concepte de privacitat és relatiu, al tenir les nostres dades un interès que és utilitzat per tercers. A més, amb l'ús que fan de filtres, on es tria quina informació i continguts ens arriba, podríem acabar veient i entenent el món d'una única manera i reduïda.

## **ACORDS**

Per concloure, els dinamitzadors **passen la proposta de treball a l'aula** on es pretén que els consellers/es treballin la proposta juntament amb els seus companys/es de classe per tal de que aquests puguin expressar i donar les seves opinions i valoracions corresponents entorn la temàtica que es treballa durant les sessions del Consell. Aquestes seran recollides pels consellers/es i portades i escoltades a la propera sessió del Consell de la Infància.

S'acorda també que **la propera sessió del Consell serà el dia 30 de març de 17:15-18:45 al mateix espai Pompeu Lab (C/ Pompeu Fabra, 22).**

## **PROPOSTA DE TREBALL A L'AULA**

La proposta de treball a l'aula busca que els alumnes de 5è i 6è de les escoles que participen en el Consell de la Infància de Santa Coloma de Gramenet, puguin participar, a través de les seves opinions, sobre la temàtica que s'encarregui des del Consell.

En aquest cas **la proposta gira a l'entorn de l'anàlisi sobre un anunci *Hwua wei* i un cop vist, respondre les següent preguntes:**

<https://www.youtube.com/watch?v=6UmQeWCUCnQ&t=10s>





- **Quin missatge penseu que ens vol transmetre el vídeo?**
- Per què creieu que el noi decideix no compartir la imatge de l'animaló Gnu-Gnu?
- **Actuar a la xarxa sense reflexionar prèviament sobre allò que anem a fer (penjar vídeos i fotografies on, comentaris fora de lloc, etc.) pot comportar riscos? Quins?**

### **Aclaracions**

- Per respondre a les preguntes s'hauria d'arribar a un consens general per cada pregunta o bé recollint les respostes majoritàries. D'aquesta manera es poden extreure conclusions concretes que després es podran recollir al consell.

En definitiva la proposta de treball a l'aula **busca que els alumnes reflexionin sobre l'ús de les noves tecnologies i aportin les seves opinions sobre el tema. Aquestes opinions seran recollides pels consellers/es i portades a la propera sessió del Consell de la Infància** on seran escoltades i tingudes en compte per a les properes sessions.

**Santa Coloma de Gramenet 30 de març de 2020.**