

## Plataforma per a l'educació mediàtica

—

### *Les 8C per una compra responsable del primer mòbil*

#### **COMPRA, CREATIVITAT, COMUNICACIÓ, COL-LABORACIÓ, CRITERI, CIVISME, CARÀCTER, CONSUM**

El moment de la compra del primer mòbil és el resultat d'un debat i d'un pacte familiar. **No es pot establir l'edat adequada per tenir-ne un, perquè la decisió dependrà del grau de maduresa** de cada noi i noia. Però cal tenir en compte que el mòbil representa un element bàsic en el ritual de pas de l'escola a l'institut i que dona independència i sentiment de pertinença a un col·lectiu fora de l'àmbit familiar.

A l'hora de donar un mòbil als nostres fills i filles, hi ha una sèrie de qüestions que hauríem de considerar i parlar amb ells, atès que se'ls obren un munt d'oportunitats, però també de responsabilitats. Com en altres aspectes de la vida, els haurem d'ajudar a adquirir bons hàbits en l'ús del mòbil, en relació amb la salut física i psíquica, l'autoestima i el respecte i la convivència amb els altres.

#### **(1) COMPRA**

Al mercat hi ha una gran diversitat de models, tarifes i companyies per acordar quin és el que s'ajusta a les necessitats del noi o noia en aquesta etapa en funció de l'ús i l'edat.

Han d'entendre que, com a menors d'edat, **els tutors no perdreu el control** dels seus moviments a la xarxa, tant dels socials (amistats, apps, continguts) com dels de seguretat (contrasenyes, dades personals, antivirus). Per aquest motiu, es recomana incloure eines de control parental durant l'inici d'ús del mòbil i tenir present les característiques del noi o noia. (Contracte pares-fills/eines de control parental).

#### **(2) CREATIVITAT**

El mòbil és un canal d'expressió que dona accés a una infinitat de recursos per fomentar la creativitat dels més joves: apps, jocs, vídeos, informació, xarxes, influenciadors... un món que havíeu explorat en família i al qual ara s'enfronten sols, acompanyats amb d'altres iguals que ells i, molts, desconeguts.

La capacitat de consumir continguts, però, sobretot, la de produir-ne i compartir-ne, requereix fer-se responsable de qüestions com ara el **dret a la intimitat, el respecte per l'autoria o els límits de la llibertat d'expressió**.

### (3) COMUNICACIÓ

El mòbil és una eina fonamental en la dimensió relacional i la pertinença de grup, especialment important en l'etapa adolescent. Amb tot, contràriament al que pugui semblar, pot contribuir a l'aïllament de la noia o el noi si se'n fa un abús de consum.

La **hiperconnexió** pot interferir en les seves rutines de treball i el seu temps de lleure. També cal tenir present que la immediatesa i el suposat anonimats poden facilitar situacions de ciberassetjament, de cibermasclisme o de discriminació.

### (4) COL·LABORACIÓ

Internet permet comunicar-se, cocrear, jugar cooperativament, participar en processos... Els infants i els adolescents són hàbils en l'entorn tecnològic i aprenen compartint amb els seus iguals. Per això, cal un **acompanyament actiu dels adults** en aquesta etapa, per tal que facin un ús conscient, reflexiu i creatiu de les eines digitals.

### (5) CRITERI (esperit crític)

L'accés a la informació de tot el que passa al món –i dels seus interessos en particular– serà total. Els **referents** que han tingut fins ara poden canviar, però això no vol dir que els de sempre, família i escola, els facilitin eines per adoptar criteris pràctics per moure's per l'entorn digital i saber si el que hi troben és cert o un *fake*, a fer front als discursos ensucrats i als d'odi, als estímuls consumistes i als idealistes, als continguts nocius i als vertaders.

Cal ajudar-los a discernir entre les informacions falses i les que els poden ser útils per formar-se.

### (6) CIVISME

Tant a la societat com al món digital hem de **conviure** amb persones conegudes i desconegudes de manera cívica, és a dir, amb unes normes que defineixen els valors d'una ciutadania democràtica i ètica. En l'entorn digital, la petjada que hi deixem configura la nostra identitat digital, és el que ens definirà com a usuaris cívics o no i forma part del procés de creixement personal. Cal mantenir també unes normes de convivència al món digital, com ara ser sempre educat, gestionar la privacitat pròpia i la dels altres, evitar la violència, la discriminació i no ser còmplices del ciberassetjament.

### (7) CARÀCTER (identitat digital)

El mòbil ofereix connexió, comunicació, projecció i una **reputació digital**. A la xarxa, tot hi queda guardat per sempre, és a dir, la petjada digital que hi deixem (dades, fotos, vídeos, publicacions, comentaris, *likes*, etc.) no s'esborra i des de l'inici anem configurant la reputació digital que tindrem al futur. Cal parlar-ne perquè siguin conscients que això els acompanyarà i els definirà.

### (8) CONSUM (temps)

El temps de dedicació a les pantalles acostuma a ser la primera causa de preocupació en les famílies. Però aquest temps no es pot delimitar de manera estàndard segons l'edat. Dependrà de l'ús que en facin.

Davant d'una pantalla hi ha d'haver un temps per a la formació, un altre per a la comunicació i un altre per al lleure. Són hores que no es poden sumar. Sí que podem proposar-los activitats analògiques i a l'aire lliure. I vigilar que un ús excessiu de les pantalles **no interfereixi en la seva rutina** (higiene, alimentació, estudis, amics, esport...).

Aquest document ha estat elaborat pel grup de treball sobre l'ús responsable dels dispositius i tancat la primavera del 2021. El grup de treball està format pels experts en educació mediàtica següents:

Alba Ambrós, Mònica Figueras (UPF), Georgina Gilart (Fundació Ferrer i Guàrdia), Francesc Grau, Gerard Hausmann (CCMA), Maria Dolors Martí Solà (Col·legi de Llicenciats), Miquel Àngel Prats, Elena Salgado (Verificat).