

Fundació
CIC
CONEIXEMENT
I CULTURA

Segell



**MARTÍ
TORRES**

Consultor

n.42

Gener de 2023

Fundació CIC

Via Augusta, 205
08021 Barcelona
Tel. 93 200 11 33
iccic@iccic.edu
www.iccic.edu

Segell

Publicació de la Fundació CIC

Coordinació de la revista

Susanna Àlvarez
(segell@iccic.edu)

Continguts

Agustí Olivares, Mònica Santamaria,
Jordi Ruiz, Jo Johnson, Maria
Guasch, Ernest Cahué, Bàrbara
Martínez, Mònica Planas, Vicent
Partal i Ricard Bahí

Supervisió lingüística

Linguacom, SL

Disseny i maquetació

MANEKO

Fotografies

Diàleg: Mireia Serrano

Escoles: Noemí Collderram, Montse
Anguela, Uri Camps i Michael
Wällering

Educació, societat i valors:

Anna Prats i Bàrbara Martínez

Famílies: Ariadna Arnés

Víncles: Albert Salamé

Impressió

Winihard

Dipòsit legal

B-21561-05

ISSN

2013 – 0775 (paper)
2013 – 0783 (internet)

Edició

300 exemplars

Consulta

www.iccic.edu

Contacte

segell@iccic.edu

SUMARI

03

EDITORIAL

04

DIÀLEG

Conversa amb Martí Torres

Susanna Àlvarez i Rodolés, coordinadora de la revista

12

ESCOLES

La rotllana

Agustí Olivares, director de l'Escola Thau Barcelona

Una comunicació responsable

Mònica Santamaria i Solsona, directora de l'Escola Thau Sant Cugat

Eines de comunicació o d'incomunicació?

Jordi Ruiz, director de l'Escola Virtèlia

El debat: una forma de comunicació integral

Jo Johnson, directora pedagògica CIC Escola d'Idiomes

De l'empatia i l'emoció. Què és un gest?

*Maria Guasch Surribas, professora de Llengua i Literatura i Oratòria
i Argumentació CIC Escola de Batxillerats*

24

PERSONES (ALUMNI)

Silenci

Ernest Cauhé

26

EDUCACIÓ, SOCIETAT I VALORS

Seres de luz

Bàrbara Martínez, coordinadora de cicles formatius de disseny

28

FAMÍLIES

L'autoritat de les pantalles

Mònica Planas

30

VINCLES

La bona comunicació reclama bons lectors

Vicent Partal, director de Vilaweb

31

DESTACATS

Fa camí el nou curs d'ASIX, amb perfil de ciberseguretat

Ricard Bahí, director CIC Cicles Formatius

EDITORIAL

Quants conceptes, idees, impressions, experiències, sentiments, vivències, som capaços de comunicar? I quins mitjans fem servir per fer-ho? Ens serveixen? En fem un bon ús? I, molt important, el que volem comunicar, arriba adequadament als destinataris?

Certament, són moltes preguntes... En el número 42 de la Revista *Segell* hem volgut plantejar aquestes preguntes i d'altres relacionades amb el tema genèric de la comunicació, com l'encarem les escoles, com ens afecta en el dia a dia, a la nostra feina i a les nostres vides.

Hem volgut reflexionar sobre la importància de comunicar bé allò que volem dir, com hem de comunicar allò que som, que ens distingeix i ens identifica. A vegades cal aturar-se i pensar-hi. Cal reflexionar i mirar d'explicar-nos als altres per entendre'ns, per situar-nos en el present i consolidar el nostre futur.

Lògicament, hem volgut conèixer quines són les eines de les nostres escoles per treballar la comunicació, des de la rotllana ("connecta les persones amb el passat lingüístic i emocional més genuí de la humanitat"), passant pel debat i l'oratòria.

En aquestes pàgines trobareu reflexions sobre com les eines digitals i les noves tecnologies han modificat la comunicació en l'entorn escolar i també coneixerem iniciatives dels nostres centres educatius per afavorir el coneixement i connectar-se al compromís social. També textos en què el context comunicatiu us marcarà la lectura i us farà plantejar si, en tot això

de la comunicació, no hi ha massa soroll i no ens convindria, tot sovint, un profund silenci.

Donant voltes a tot això de la comunicació i amb la idea d'eixamplar-la entre nosaltres (alumnat, famílies, professorat i personal de les escoles), iniciem en aquest número una secció nova: Famílies. A partir d'ara comptarem amb la participació de les famílies en la confecció de la revista, en forma d'article vinculat d'alguna manera al tema que hi tractarem. Encetem la secció amb una gran comunicadora, la periodista Mònica Planas (mare de l'Escola Thau Sant Cugat). Des de la seva mirada crítica, desgrana en un excel·lent article com la televisió, els mitjans o les sèries expliquen el món als nostres infants i joves. Com a especialista en l'àmbit de la televisió, ens planteja situacions i preguntes que no ens deixaran indiferents. No podríem haver començat millor!

Som una comunitat educativa i, com a tal, hem de vetllar perquè la comunicació entre nosaltres sigui fluïda, entenedora, perquè els valors a transmetre i a rebre arribin a bon port. La revista *Segell*, des dels seus inicis i esperem que per molts anys, hi contribueix. Gràcies a tots els col·laboradors que ens ajuden a fer-ho possible.





DIÀLEG

Conversa amb Martí Torres

Consultor

El procés de la Institució Cultural del CIC cap la Fundació CIC és una realitat i l'acollida és positiva. Hem volgut conversar amb la persona que ha liderat el projecte, Martí Torres, soci fundador de DevelOPP, perquè ens expliqués com han desenvolupat aquest encàrrec.

Martí Torres és un home meticulós i un gran comunicador. Avalat per més de vint-i-cinc anys d'experiència en el món de la consultoria i el màrqueting, ens ha explicat amb detall conceptes i estratègies d'aquest món. S'hi ha implicat molt i això es nota. Durant la nostra conversa es destil·lava coneixement i ens atreviríem a dir que passió per la feina. Esperem que us sembli també molt interessant i que en gaudiu.



Susanna Àlvarez
Coordinadora de la revista

📷 **Mireia Serrano**
Departament de Comunicació
de la Institució Cultural del CIC

“L’encàrrec era buscar una solució que ajudés la Institució a treballar la definició de les seves marques d’una manera més competitiva, diferencial i sinèrgica”

Quan i com vas rebre l’encàrrec de la Institució Cultural del CIC per actualitzar el posicionament i l’arquitectura de les marques de la Institució?

Vam rebre un brífing, molt complet i ben treballat, al començament d’octubre del 2021 i la confirmació que nosaltres seríem els escollits per portar a terme l’encàrrec, a mitjan novembre, després d’un contrast i d’una valoració de diferents propostes d’altres empreses competidores. De manera resumida, l’encàrrec era buscar una solució que ajudés la Institució a treballar la definició de les seves marques d’una manera més competitiva, diferencial i sinèrgica. El resultat de la feina havia d’incloure una nova estratègia de marca, un posicionament més competitiu i la concreció de la creació de nom (*naming*), logotips, isotips i estils de comunicació adients per a la Institució i les seves diferents escoles.

Quin ha estat, a grans trets, el procés de treball?

Vam seguir un procés combinat entre l’anàlisi i la creativitat, per assegurar que aquesta última estigués basada en una sòlida visió estratègica. Vam començar per conèixer a fons la realitat de la Institució, el seu equip, les seves escoles, la visió de les famílies i l’entorn competitiu. Això ens va permetre fer un diagnòstic complet de la situació de partida. En aquesta fase tenia un interès especial sintetitzar els valors, els propòsits i la

raó d’existir de l’organització, així com els elements diferencials que feien atractiva cada escola en el seu segment de mercat. També vam estudiar la competència i les tendències i referents internacionals, per acabar definint l’estratègia de marca i de comunicació.

Aquest procés treballa com un embut en el qual avances sintetitzant les propostes fins a poder definir l’essència del que volem comunicar a través de la marca. Una definició completa però molt sintètica i estratègica que anomenem “identitat de marca”. Amb la identitat i l’estratègia de marca definida, la part creativa ja pot entrar en acció. Primer, vam desenvolupar la creativitat associada a la identitat verbal/oral de la marca (creació de marca, to de comunicació i relat de marca). Seguidament, es va treballar la identitat gràfica (logotips, isotips, tipografies associades, estil visual i d’imatges, llibre d’estil).

Després de 70 anys d’experiència en el món educatiu, la Institució Cultural del CIC s’orienta clarament vers una formació de qualitat, exigent i integral per a les persones. Creus que aquests principis arriben clarament on cal?

Crec que sí. Crec que arriben a les famílies, encara que podrien arribar d’una manera més clara i diferenciada. Aquest és un dels motius pels quals hem fet aquesta revisió de l’estratègia de marca. Les necessitats de les famílies envers els



“Voleu preparar l’alumnat en l’àmbit humà i acadèmic, per als estudis, per a la seva vida professional i per a la vida en general”

seus fills i filles encaixen molt bé amb el vostre ADN i la vostra manera d’educar.

Voleu preparar l’alumnat en l’àmbit humà i acadèmic, per als estudis, per a la seva vida professional i per a la vida en general. Voleu oferir una educació de qualitat, exigent i integral. Per vosaltres aquests principis no són paraules buides ni clics comercials.

Quin valor té la imatge que es projecta d’una institució com la nostra?

Vosaltres partiu de marques molt notòries, carregades de forta personalitat i història (Thau, CIC, Virtèlia), però que treballen de manera poc sinèrgica entre si, sense una visió de grup o d’oferta educativa potent i completa. Per tant, fins ara, heu construït imatge de valor al voltant de les marques de les escoles però no de la Institució. Això us dispersa, us treu força i afegeix confusió a l’hora de comunicar la

globalitat i la potència de la vostra oferta educativa.

La vostra comunicació, amb la nova estratègia de marca, alimentarà aquesta visió de grup sense perdre ni un bri de personalitat de cada escola ni caure en contaminacions perilloses comercialment parlant. La imatge que projectarà cada escola treballarà a favor de la imatge de la Institució i viceversa.

Aquest número de Segell té com a tema central la comunicació. En tot aquest procés d’estratègia i arquitectura de marca que heu dut a terme, quina importància té la comunicació?

L’estratègia de marca ha de ser una corretja de transmissió de l’estratègia corporativa i de comunicació de l’organització. Ha de funcionar com un marc que doni coherència a totes les accions

de comunicació interna i externa. Ha de ser font d’inspiració per a noves accions, desenvolupaments i, fins i tot, estimular noves actituds en poder actuar com un catalitzador de canvi.

Cal tenir en compte que també comuniquem la personalitat de marca en cada acció del nostre dia a dia. La manera com acollim el nou alumnat, com ens relacionem entre nosaltres i amb les noves famílies, com interaccionem a les aules, als patis i també fora de l’escola, etc. Tots són elements de comunicació que construeixen imatge de marca i han de ser coherents amb el que transmetem pels canals comercials de comunicació.

De la Institució Cultural del CIC a la Fundació CIC, què ens podries destacar d’aquest procés?

Per la seva complexitat i estructura oral/verbal, el nom de la Institució Cultural del

CIC (IC CIC) presenta moltes dificultats per convertir-se en una marca “paraigua” de comunicació convincent. Al mateix temps, l’oferta de la IC del CIC és insuperable a escala comparada, però l’absència d’una marca “paraigua” clara i potent, i la dispersió de marques existents, impedeix capitalitzar-la i fer-la visible.

Després del procés d’anàlisi, estratègia i definició de la identitat de marca, vam treballar diverses vies creatives, totes coherents amb els objectius i la identitat de marca a transmetre. La via finalment escollida ha estat treballar amb “Fundació CIC” i amb el lema “Coneixement i Cultura”. Aquest és un lema associat gràficament a la marca de la Fundació i també a cadascuna de les marques de les diferents escoles.

“Fundació CIC” acompanyat del lema “Coneixement i Cultura” ens aporta una

nova lectura clara i explícita de la marca CIC. Ens permet aprofitar el nostre capital de marca, fugir de la poca harmonia de les sigles de la IC CIC i posicionar la institució en territoris prou elevats i conceptuals com són el coneixement i la cultura. Sota aquests dos territoris podem desenvolupar un relat propi. Un relat lligat a l’excel·lència i la qualitat pedagògica. Un relat en el qual som part i al mateix temps som creadors de coneixement i cultura. Coneixem i acompanyem cada alumne, treballem amb un coneixement pedagògic complet i integral. Formem part i enriqueixim una cultura arrelada a la nostra terra però absolutament oberta al món. Tenim cultura de grup, amb origen i trajectòria comuns al voltant de l’excel·lència pedagògica i l’alumnat. El lema, juntament amb el nou isotip comú, a totes les escoles i a la Fundació, també ajuda a identificar cada escola com a part de la Fundació CIC.

El canvi que ara s’introdueix en el nom de la nostra Institució no en modifica, doncs, ni els objectius ni la identitat. Com creus que s’està acollint aquest canvi?

L’acollida està sent molt bona. Els comentaris que ens arriben són que és un canvi molt fàcil d’assimilar, molt lògic i capitalitzador. Un canvi que afegeix valor tant a les escoles com a la institució. Gràficament, ens arriba que era un canvi força esperat i necessari per actualitzar la imatge, dotar-la d’elements intangibles que transmetin dinamisme i lideratge. Detectem un sentiment de pertinença molt interessant quan ens arriben comentaris en el sentit que “la nova imatge fa més justícia al que realment som i volem continuar sent”.

Com l’has treballat amb els diferents equips?

Hem anat a cada escola per conèixer *in situ* les instal·lacions, l’ambient, la seva realitat del dia a dia, fora del despatx.

“És especialment rellevant fer-ho bé quan es treballa amb el més preuat de la nostra societat, l’educació de les noves generacions, el nostre futur”

Hem escoltat les visions i inquietuds dels seus responsables per deixar-nos estimular i impregnar de les seves visions i necessitats. Òbviament, també hem integrat la visió dels màxims responsables de la direcció de la IC del CIC i del Patronat de la Fundació. Amb ells hem anat avançant per les diferents parts del procés, consensuant pas a pas els diagnòstics i les propostes estratègiques i creatives.

Joan Triadú, a les seves memòries, deia: “...En altres sentits sí que estic d’acord amb allò d’entre tots ho farem tot, però cal fer-ho bé.” És aquesta una bona manera de tirar endavant?

Totalment. Fer-ho bé vol dir també tenir un mateix propòsit que ens ajudi a avançar junts amb criteris compartits. D’altra banda, crec que cal aprofitar la força del grup al mateix temps que fomentem els talents i les individualitats del grup mateix. “Entre tots ho farem tot” no és el mateix que dir que tots farem de tot.

Per acabar, vull afegir que és especialment rellevant fer-ho bé quan es treballa amb el més preuat de la nostra societat, l’educació de les noves generacions, el nostre futur.



ESCOLES

La rotllana



Agustí Olivares
Director

THAU
Barcelona

Probablement, si em demanéssiu quina és la innovació educativa més reeixida que ha viscut l'Escola Thau Barcelona al llarg dels darrers anys en l'aprofundiment de la competència comunicativa, us respondria que aquesta innovació és, sense cap mena de dubte, "la dignificació de la rotllana en la vida quotidiana de l'escola", sense entrar a considerar ara la implementació del projecte de Thau TV.

Us convido a passejar un dia per l'etapa de primària de l'Escola Thau Barcelona, vora tres quarts de nou del matí. Hi trobareu, pel cap baix, sis-centes persones mirant-se als ulls. Sis-centes persones, alumnes i mestres, assegudes al voltant de l'espai buit. Com hi ha món, us asseguro que no té res a veure començar el dia a l'escola mirant als ulls dels companys, que començar-lo mirant el clatell del company del davant. Pregunteu-vos-ho... De petits, quantes hores vau passar a l'escola veient clatells? I quants ulls us heu trobat al davant, quan, ja d'adults, heu hagut de parlar en públic?

Peter Brook, el genial director de teatre nord-americà, explicava en el seu llibre *La porta oberta* que el simple fet de creuar

l'espai buit ja és un acte teatral. A l'escola, a partir de P3, els nens i les nenes seuen habitualment en rotllana a les aules i, en fer-ho, conviuen quotidianament amb l'espai buit.

Heu provat mai de creuar l'espai buit d'una rotllana de persones? Heu provat mai de parlar davant de l'espai buit, tot mirant les persones que hi ha a la rotllana? Certament, no és fàcil.

I què succeeix si diàriament l'infant té l'oportunitat de conviure amb aquesta situació comunicativa i teatral? Doncs que, al voltant de la rotllana, l'infant acaba sentint-s'hi a gust, desimbolt, participatiu i serè.

Podríem dir que la rotllana connecta les persones amb el passat lingüístic i emocional més genuí de la humanitat. Aquell espai buit que els nostres ancestres van aprendre a generar al voltant de les primeres fogueres, asseguts en rotllana, quan van allargar el dia amb el foc i s'explicaven les primeres històries tot parlant del passat, farcint de matisos el present i imaginant amb llibertat el futur.

Al meu entendre, l'ús quotidià de la rotllana com a recurs didàctic és l'estratègia pedagògica més potent que existeix per capacitar l'alumnat en la competència comunicativa. De fet, la rotllana és l'element organitzatiu i de participació d'un grup que més ens permet d'aprofundir —amb amabilitat, serenor i coherència— en l'educació emocional dels alumnes a partir de l'expressió i de l'ús adequat del silenci i de la paraula.

I com ha contribuït la tecnologia per afavorir la generació de l'espai buit a les aules? Doncs, primordialment, amb l'adequació del mobiliari escolar. Ha estat ben bé així, adaptant les taules i les cadires escolars a les necessitats educatives de l'escola. Els alumnes transformen ràpidament l'espai de l'aula perquè s'adeqüi a la situació educativa que s'escaigui. La imatge és fascinant: en un obrir i tancar d'ulls, pleguen les taules i fan un cercle amb les cadires, o les apilen en un racó de la classe per seure a terra.

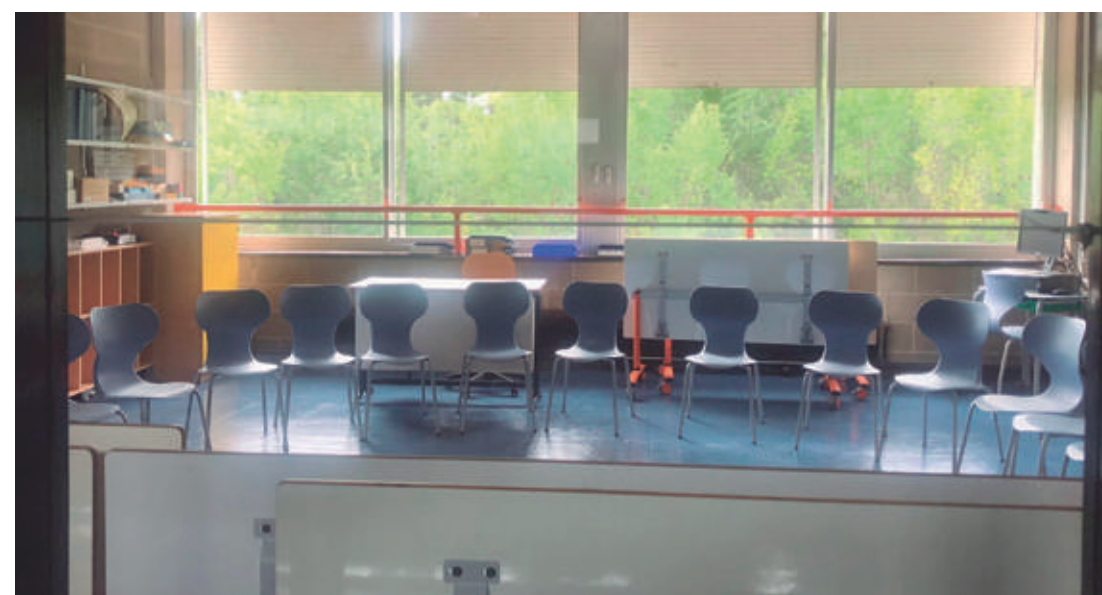
La rotllana contribueix a l'estimació de la llengua i del silenci, perquè convida a conrear-los, enriquir-los, escoltar-los i assaborir-los amb tot el cos.



Situació de rotllana amb alumnat de 1r de primària, amb Helena Blanch i Miracle Cardona (mestres) a l'aula, curs 22-23



Sessió d'expressió oral de llengua anglesa amb alumnat de 2n de primària, amb Daniel Griffiths i Mertxe Boyer (mestres), curs 22-23



Espai buit i rotllana en una aula del cicle superior, curs 22-23

ESCOLES

Una comunicació responsable

Mònica Santamaria i Solsona
Directora Escola Thau Sant Cugat

THAU
Sant Cugat

El terme comunicació en l'entorn escolar pot ser molt ampli. La comunitat educativa està formada per diferents membres: l'alumnat, les seves famílies i el personal de l'escola. En funció dels membres que hi intervenen, la comunicació és definida i es du a terme d'una manera o d'una altra.

En aquest cas, però, comentarem com duem a terme la comunicació família-escola a l'Escola Thau de Sant Cugat i compartirem algunes reflexions que hem fet, entorn d'aquest tema, els qui hi treballem.

Quan l'escola va obrir les portes fa poc més de vint-i-sis anys, la comunicació

dels mestres i tutors amb les famílies de l'alumnat s'establia a través de les reunions pedagògiques que es feien al principi del curs i durant tot el curs, les visites individualitzades, els informes trimestrals, les trucades telefòniques i l'agenda. La informació relativa a les activitats d'escola o qualsevol altra informació que fos rellevant es comunicava a les famílies a través de circulars en paper. Tot això s'ha anat mantenint amb el pas del temps. Les circulars en paper, però, han estat substituïdes pels correus electrònics.

La irrupció de les eines digitals i les noves tecnologies a les nostres vides també va comportar un canvi per als centres

educatius i ens va oferir la possibilitat d'incorporar noves maneres de comunicar-nos amb les famílies i d'establir una connexió més fluïda i freqüent. Així doncs, és evident que els pares, mares i professionals de l'educació vam agrair i celebrar la incorporació de totes aquestes eines.

D'uns anys ençà, el correu electrònic s'ha convertit en, possiblement, el recurs emprat més habitualment per les famílies i els docents a l'hora de comunicar qualsevol informació dels seus fills i filles o dels seus alumnes, respectivament. El correu electrònic ens permet poder escriure quan disposem d'un moment i no haver d'estar pendent de la disponi-



Reunió amb les famílies noves d'I3, juliol de 2022

bilitat de l'altre. D'altra banda, tots tenim comprovat que invertim menys temps a transmetre una informació si ho fem per escrit que si ho fem oralment a través d'una conversa telefònica o presencial. Atès que el nostre temps és sempre molt limitat, l'ús d'aquest correu adquireix un valor afegit important com a mitjà de comunicació.

I quin és el paper de les xarxes socials quan parlem de la comunicació en l'àmbit escolar? S'han incorporat a les aules molt més tard que el correu electrònic, però ens permeten que les famílies puguin conèixer de manera directa i ràpida què fan els infants i joves a l'escola. Són

aquell foradet pel qual tots els qui tenim fills i filles ens agradaria mirar per poder veure què fan quan no són amb nosaltres. D'altra banda, compartir la informació que veiem a les xarxes socials del dia a dia a l'escola és una bona oportunitat per iniciar i establir una conversa i un diàleg a casa amb la nostra canalla.

No ens podem oblidar dels grups de WhatsApp, eina molt utilitzada per les famílies per fer difusió de manera immediata de la informació que arriba, habitualment, per canals més formals.

Ara bé, podem dir amb tota certesa i tranquil·litat que aquestes eines de comu-

nicació que hem anat incorporant amb el pas del temps, i que tant valorem els adults, són les més adequades si pensem que, normalment, la informació que hi transmetem té com a protagonistes les nostres criatures?

Ens hem aturat a pensar que quan els pares i els docents estem escrivint-nos per correu electrònic per comunicar quelcom dels nostres infants i joves, aquests poden interpretar que no confiem suficientment en ells, en vista que no els estem donant la possibilitat de resoldre les coses per si mateixos, de manera que no els estem ajudant a esdevenir autònoms?



L'agenda de primària i l'agenda de secundària, setembre de 2022

Ara intentem posar-nos al seu lloc i preguntem-nos si ens agradaria que, cada vegada que volem explicar alguna cosa, algú se'ns anticipés i ho expliqués abans que nosaltres. Precisament això és el que fem sovint els adults quan no donem temps als nostres menors a explicar-se perquè ens hem avançat nosaltres escrivint als pares o als mestres i professors corresponents.

Sense oblidar que, quan escrivim un correu electrònic, no sempre ha estat després de fer la reflexió pertinent. Sovint, la immediatesa del correu ens porta a escriure a cop calent i les paraules escrites no se les endú el vent.

Tal com deïem, comentar allò que veiem a les xarxes socials pot ser un bon mètode per establir una conversa amb els nostres fills i filles, però de vegades, i veient com anem d'atragats, decidim optimitzar el temps i obviem la conversa entre petits i grans perquè mitjançant les xarxes ja hem vist què fan i què passa a les aules. Els mateixos docents estem traient la possibilitat al nostre alumnat que parlin amb els seus pares i els expliquin en primera persona la seva vivència a l'escola.

D'altra banda, ens agradaria que es difonguessin fotografies del nostre dia a dia a la feina? Potser estem sent una mica intrusius quan no respectem que

els nostres fills i filles tinguin el seu propi espai, allunyat de la mirada externa i, sovint, fiscalitzadora dels altres.

Així doncs, està molt bé que mantinguem les eines de comunicació que sempre han funcionat, i també demostra una gran capacitat d'adaptació el fet que haguem aprofitat la tecnologia per millorar aquesta comunicació família-escola. Ara bé, qualsevol canvi requereix una reflexió prèvia, per tal que les coses es facin amb sentit i a fi de millorar.

Fem que els canvis esdevinguin oportunitats reals per a tothom.

ESCOLES

Eines de comunicació o d'incomunicació?

Jordi Ruiz
Director Escola Virtèlia

Virtèlia
Escola Música

Dos grans successos han fet que, entre el final del segle XX i el començament del XXI, tota la societat occidental i no occidental hagi pres un rumb del tot inesperat per la velocitat amb què s'han presentat davant nostre.

El primer és la irrupció d'internet a les nostres vides, tant professionals com privades, i l'altre és la irrupció dels aparells de telefonia mòbil, i en especial els telèfons intel·ligents (*smartphones*) de darrera generació, que s'han colat dintre de les nostres bosses, motxilles i butxaques quasi sense adonar-nos-en i pràcticament sense demanar permís.

Amb internet vam haver d'aprendre com funcionava el sistema de correu electrònic per elaborar un escrit de manera telemàtica en un ordinador i després enviar-lo mitjançant la connexió per cable o via wifi, que facilitava molt una comunicació que els nostres antecessors no informàtics deien "relació epistolar", que significa l'enviament per carta via agència de correu d'un text que triga el seu temps a arribar al seu destinatari i si fa o no fa el mateix per respondre al remitent.

Tanmateix, nosaltres no fem servir l'eina informàtica per al mateix ús i ens passem el dia contestant correus de tota mena i color o descartant tots els que no ens interessin a la paperera (virtual és clar), aprofitant-nos (o no) de la velocitat mateixa que ens atorga un client de correu electrònic qualsevol.

Res comparat, però, amb l'altre gran succés al qual em referia al principi, que no és cap altre que la irrupció dels sistemes mòbils de telefonia, que ho són tot menys un telèfon a l'ús, que ha posat en entredit com ens comunicàvem fa només trenta anys i com ho fem avui. La trucada de veu està infravalorada i preferim els missatges curts amb aplicacions tipus WhatsApp o Telegram per despatxar tota mena d'incidències. Però el més greu és la invasió de l'espai comú que està provocant el mal ús d'aquestes tecnologies, ja que molta gent no s'adona que mantenir converses o intercanviar dades en espais públics és altament perillós i, a més a més, molesta la resta de persones que són al voltant del punt on es manté una conversa, a la qual no haurien de tenir accés. Per no parlar dels tons

dels terminals que envaeixen les reunions, les classes, els transports públics, o la música a tot drap sense restriccions, i tota mena de sorolls estrafolaris perquè puguem distingir si algú ens truca o ens envia missatges en moments que ens trobem entre la massa hertziana.

Hi ha, però, qui prefereix continuar amb aquella tranquil·litat davant del full en blanc i prendre's un temps de dedicació a expressar el que diríem en dues línies de WhatsApp o un punt d'Instagram... Però, què hi farem? Bé, jo he de desconectar, perquè baixo a Muntaner d'aquí a un moment i he de desar el meu aparell a la bossa!



ESCOLES

El debat: una forma de comunicació integral

“L’art de debatre m’ha ensenyat a veure un altre punt de vista...
És una habilitat que uneix les persones”

Bo Seo, bicampió del món de debat

Jo Johnson
Directora pedagògica CIC Escola d’Idiomes

CIC
Escola Idiomes

Al segle XXI, la comunicació va més de pressa que mai. Amb un sol clic o gest ens podem connectar amb persones de qualsevol lloc del món. La facilitat amb què accedim a angloparlants i a contingut en anglès a través de YouTube, TikTok o l’aplicació que estigui de moda en cada moment, ha tingut un efecte increïblement positiu en el nivell de comprensió i en la fluïdesa verbal del nostre alumnat. Els últims cinc anys hem observat que els infants de cinquè de primària ja se senten totalment còmodes fent presentacions davant de la resta de companys de classe. Per als de la “generació del Netflix”, que és com els anomenem, l’anglès ha deixat de ser una llengua “estrangera”. Així i tot, aprofundint una mica en les

observacions, vam veure que la fluïdesa era certament millor però en contextos informals, per la qual cosa era necessari crear situacions o tasques en què l’alumnat hagués de treballar un llenguatge més formal. No es pot negar que aquesta generació es pot moure pel món angloparlant amb més confiança que les generacions anteriors, però també han de conèixer altres registres de l’idioma. Han de conèixer les normes del llenguatge correcte i saber-se escoltar amb respecte. I d’aquí va sorgir la idea d’introduir el debat en el temari.

El primer pas per encabir aquest canvi en el nostre programa va ser explicar al

professorat la importància de tirar endavant la idea i, per fer-ho, vam convidar la formadora de professors Naomi Mclatchie-Bliss a fer una xerrada adreçada al professorat abans de l’inici dels cursos intensius d’estiu, el juny del 2021. Naomi ens va ensenyar com organitzar dos equips de debat de tres persones cadascun.



Un debat en plena acció al centre de Via Augusta, 205, novembre 2022



La directora pedagògica Jo Johnson amb Berta Montblanch, guanyadora d’un dels concursos de debat, novembre 2022

	Equip 1	Equip 2
Orador/a 1	Proposta (proposa la moció)	Oposició (s’oposa a la moció)
Orador/a 2	Rebatiment de l’oposició	Rebatiment de la proposta
Orador/a 3	Arguments de tancament	Arguments de tancament

Un equip defensa la moció mentre que l’altre s’hi oposa, i la resta d’alumnat actua com a públic actiu, que amb el seu vot donarà continuïtat a la moció o no.

I ho vam posar en marxa. Per supervisar cada debat, hi hauria un moderador. D’entrada vam pensar que aquesta funció la faria el professor o la professora, però l’alumnat de seguida va transmetre la seva voluntat de moderar la resta de companys. Els professors van sortir de l’aula fascinats amb l’entusiasme dels

alumnes. Molts havien vist sèries d’instituts nord-americans en què es feien debats i van gaudir enormement de l’experiència. Van escoltar els companys amb educació i van esperar el seu torn de paraula amb paciència per rebatre amb energia les opinions contràries. La classe política actual podria aprendre molt dels nostres adolescents.

L’octubre del 2021, a l’inici del curs acadèmic, vam establir quins serien els debats de classe del primer quadrimestre

i llavors, el maig del 2022, vam organitzar un concurs de discursos. Cada alumne havia d’enregistrar el seu discurs a casa i, un cop a l’aula, tota la classe votava quin considerava que era el més interessant per entrar al concurs. Els alumnes guanyadors del nivell B2 van ser Eloy Charles Casas i Victoria Pérez-Sala; del nivell C1, Berta Montblanch, i del C2, Maria Pagès.

Aquest curs, els debats han entrat a formar part integral de la nostra avaluació final i tenim la voluntat de crear aviat una Lliga de Debat i un concurs interescolar. No us ho perdeu!

ESCOLES

De l'empatia i l'emoció. Què és un gest?

Maria Guasch Surribas

Professora de Llengua i Literatura
i Oratòria i Argumentació
CIC Escola de Batxillerats

CIC
Escola Batxillerats

L'arrel grecollatina de la literatura occidental s'obre amb una ferida que ja no s'ha tancat mai del tot: la de la *menis* d'Aquil·les a l'inici de la *Ilíada*. La ira (o la depressió, segons algunes traduccions) de l'heroi, l'enfrontament amb Agamèmnon per l'esclava Briseida, fa que cap entesa esdevingui possible i augmenta l'esclatxa que separa els dos personatges. La còlera cega que els incapacita per a l'empatia, per a la comunicació, engendra noves violències en una història de violència.

Empatia, compassió i comunicació són paraules que tot sovint emergeixen a les

classes de Literatura Universal. La nòmina de personatges ferits, escindits del món, a la recerca desesperada de la comunicació amb l'*altre*, és llarga. Recordo en particular les sessions dedicades al comentari d'alguns passatges d'*Anna Karèнина*, de Tolstoi. L'evolució dels gestos de l'Anna al llarg de la història d'amor fallida amb el comte Vronski constitueixen un veritable catàleg d'expressions que, transcendent les paraules, intenten comunicar una emoció, contagiar uns sentiments, fer visibles a través del cos els moviments de l'ànima. Tolstoi és un mestre en la descripció de petits gestos que caracteritzen els personatges, especialment en el

cas de les mans i el rostre de l'Anna, que se'ns presenta explícitament com una dona molt expressiva, capaç de suscitar d'immediat la simpatia dels altres gràcies a aquesta eloqüència gestual. De fet, quan Karèнина s'adona que els seus gestos ja no tenen el poder de commoure l'amant, que ja no expressen res perquè ell (ni ningú) no els mira, que la comunicació és impossible, que el diàleg s'ha convertit en monòleg, el final tràgic es fa inevitable.

Si em venen ara al cap aquestes sessions de Literatura Universal és per la conversa que se'n va derivar i que va permetre que el nostre alumnat debatés sobre la



Alumnat de primer de batxillerat fent les pràctiques d'oratòria i argumentació a l'auditori del CIC, novembre 2022

comunicació, sobre la possibilitat d'una entesa veritable entre les persones, sobre el paper que hi juga l'emoció, sobre la relació entre paraula i gest. Aquest darrer concepte ens va interessar especialment, ja que l'havíem treballat paral·lelament a les classes d'Oratòria, dins de la matèria que aleshores s'anomenava Ciències per al Món Contemporani. Què és, fet i fet, un gest? D'on en prové la potència, el poder? Què fa que sigui capaç de transmetre significats impregnats d'emoció? Pot ser que la paraula només adquireixi veritable sentit quan passa pel cos, quan es fa cos? Un actor ens diria que sí i un docent, probablement, també.

Veü, gest i mirada: eines clau de l'oratòria i l'argumentació

Nascuda amb la posada en marxa del nou currículum de batxillerat, la nova matèria anomenada Eines Clau proposa, entre d'altres, un seguit de sessions dedicades a l'oratòria i l'argumentació que intenten adaptar de manera més integradora els continguts i les habilitats que ja es treballaven en anys anteriors a través dels seminaris de Ciències per al Món Contemporani. Enguany, l'oratòria i l'argumentació busquen articular-se de manera conjunta per demostrar que l'eloqüència verbal es troba íntimament unida a l'eloqüència gestual en l'art, tan difícil, de parlar eficaç-

ment en veu alta. Postura corporal, variació i vivor en els gestos, projecció de la veu, control de la respiració i de la mirada, consciència de l'espai i del moviment, són alguns dels elements vinculats a la posada en escena que es treballa amb l'alumnat i que pretén dotar de vivor, d'un cert caliu emocional, els discursos que prepara.

En aquest sentit, la matèria, concebuda conjuntament amb les professores Blanca Nuño i Noemí Espinàs, i que compta amb la col·laboració d'Eugènia Mañas, professora d'interpretació, treballa les sessions vinculades a l'oratòria en un espai privilegiat, l'escenari del nostre auditori. La tasca



final d'aquestes sessions consisteix en l'exposició oral d'un relat, fet que serveix per treballar de retruc els rudiments del discurs narratiu. Perquè, de la mateixa manera que cal dominar les estratègies de l'argumentació per fonamentar els textos d'opinió i no caure en les fal·làcies, també és important conèixer els recursos de les tècniques narratives: les possibilitats infinites en l'estructura bàsica d'introducció, nus i desenllaç; les el·lipsis, les analepsis (*flashbacks*), les anticipacions, etc.

Tanmateix, sense emoció, cap relat ni cap argumentació acaba de funcionar. No és fàcil saber on col·locar les mans, sostenir la mirada de l'audiència, fer inflexions de veu per dotar el discurs d'intensitat o permetre's fer pauses intencionades carregades de significat. Sense el vehicle del cos, la paraula es torna morta, muda, i no ens toca de la mateixa manera. No es tracta de manipular a través de les emocions, sinó de comunicar des del convenciment íntim i de traduir amb eficàcia i seguretat aquest convenciment. D'aquesta manera, la comunicació esdevé total, plena de vida.

I això cal treballar-ho. L'alumnat ha de ser conscient que no s'han de mostrar les

emocions en brut, que no busquem la simpatia de l'audiència a costa de l'exhibicionisme emocional. Es tracta d'adaptar de manera equilibrada la gestualitat al discurs, de connectar-hi des del cos per fer que hi connectin els altres. El domini de la gestualitat també és el de l'emoció, les regnes de la qual porta l'orador. I això només s'associa amb la tècnica, amb la pràctica. Com deia Diderot a la *Paradoxa del comediant*: "No és l'home violent, fora de si, qui disposa de nosaltres; aquest és un privilegi reservat a l'home amo de si mateix."

“És important conèixer els recursos de les tècniques narratives: les possibilitats infinites en l'estructura bàsica d'introducció, nus i desenllaç”

PERSONES (ALUMNI)



Ernest Cauhé, periodista i guionista, creador de <http://ticsmediatics.com/>, juliol 2022



Silenci

Ernest Cauhé
Periodista i guionista

Quan començo a escriure aquestes línies, l'àvia viu les seves últimes hores de vida entre les parets d'un hospital. És doncs, un moment excepcional. Un fet objectiu que val la pena ressaltar inicialment per entendre en quin context comunicatiu es troba l'emissor d'aquest escrit. El context. La circumstància. El detall. L'emoció. La realitat. Vet aquí algunes de les grans víctimes del paradigma comunicatiu del segle XXI. És estrany vincular la pèrdua d'una àvia a un breu assaig sobre comunicació, oi?

"Esteu badant", has dit, àvia, en arribar a l'hospital. Com fent entendre que ningú estava pendent de complir l'atenció mínima exigible. I segur que tenies raó. En aquest món, àvia, ja ningú està gaire per allò que hauria d'estar. Estem badant. Sempre hipercomunicats, constantment pendents els uns dels altres, seguits en directe, necessitats d'opinió mútua, notícies de menys de dos minuts, lectures només del titular, postulats banals, posts de falsedat integral. Ho has dit tu, àvia. Badant. Algú sembla interessat per la profunditat dels fets, avui? Un altre tsunami de notícies, contranotícies, opinions, imatges, notícies falses (*fake news*), més opinions, odi, egocentrisme, autoreivindicació, màrqueting, notes de premsa, teletips d'agència, senyals en directe, reproduccions en continu (*streamings*), xarxes i encara més opinions condensades en 240 caràcters, etc. Ens comuniquem més

que mai, però... estem parant atenció a allò realment rellevant, àvia?

Vaig descobrir, sense saber-ho, la comunicació i el periodisme entre les parets de l'Escola Thau. I a casa, naturalment. Però hi ha fets i detalls que van passar dins l'escola que han configurat la persona que soc, i el periodista que soc. Un mestre de quart, en Josep Maria, em va ensenyar a ordenar i fer una portada polida a la llibreta de qualsevol assignatura. Els quadradets de la primera pàgina ens van fer de guia per poder escriure amb lletra gruixuda i ben administrada la paraula "matemàtiques". Un ensenyament petitiu, però que ha resultat en una imatge mental eterna del que ha de ser presentar una informació. I el primer taller de ràdio d'en Santi Gris. El descobriment de la màgia. La paraula parlada. I la paraula escrita. La passió per les històries de la Teresa Triadú. La pulcritud del català de la Joana Vargas, el rigor tendre de la Maria Sala, la meravellosa lletania històrica sempre a correu de l'estimadíssima Maria Ribelles. Aquell silenci -gloriosa i enyorada eina comunicativa- d'en Carles Bardés i la seva filosofia. Brutal impacte en generacions d'alumnes, astorats davant la seva veu rogallosa i una capacitat de despertar ments devastadora. El silenci. I al centre, aquella biblioteca. Com a pilar d'allò realment rellevant. Com a plaça central de les nostres vides. Els espais també parlen, sabeu? I ho fan

sense paraules. Ho dec tot a la família, i a l'escola. Els mestres sou el nostre únic exèrcit per a un país millor.

Però em deia... estem alerta d'allò que és realment rellevant? Vaig fer-me periodista per canviar el món i el món m'ha acabat canviant més a mi del que voldria. He acabat pres d'uns temps líquids, per emprar un dels conceptes de la modernitat, i sovint provocant i sent víctima al mateix temps de la fugacitat imperant, de la productivitat manada, de l'autoexplotació incontrolada.

Ara que tu tornes a donar exemple, àvia, deixa'm dir-te fluixet que, com sempre, la claves. Que estem tots com estàs tu ara. Amb un fil de vida. Pràcticament ofegant-nos. Del tot incommunicats. I si seguim la teva profecia? Aturem-nos. Escoltem la remor que s'apaga. I que es faci d'una vegada per totes. Silenci.



Ernest Cauhé a La Marató de TV3, de la qual ha estat guionista durant quatre anys, desembre 2018

EDUCACIÓ, SOCIETAT I VALORS

Seres de luz

Bàrbara Martínez

Coordinadora de cicles formatius de disseny

CICIC
Cicles Formatius

Dintre de la pedagogia del disseny, tot i haver patit canvis al llarg de tots aquests anys des de la fundació de la primera escola de disseny de l'Estat, Elisava, creada per la ICCIC l'any 1961, hi ha quelcom que sempre s'ha mantingut com a base fonamental i que va molt lligat amb els mateixos fonaments del disseny: la resolució de problemes dintre d'una societat canviant amb nous contextos i, alhora, àvida de solucions d'aquests problemes. El disseny esdevé un element sensibilitzador i reflexiu que impulsa l'acció. En aquest context, tornem a la pedagogia del disseny i, més concretament, als cicles formatius de disseny, que tenen com a finalitat dotar l'alumnat dels recursos i els coneixements específics per al seu desenvolupament com a professionals en el món del disseny i la comunicació, a més de proporcionar als nois i noies una formació tècnica de qualitat que els permeti millorar la seva capacitat creativa, prenent consciència de les possibilitats de realització professional que tot això implica.

Així mateix, podem constatar que algunes d'aquestes problemàtiques perduren en el temps alhora que n'apareixen de noves,

que requereix una nova visió que ajudi a resoldre-les. Precisament en aquest punt de partida fixem les nostres necessitats a l'hora de transmetre coneixement a l'alumnat per tal de formar professionals connectats amb les necessitats del sector i de la societat, com també ajudem a formar persones empàtiques i amb una gran solidesa humana, d'acord amb l'estil d'educar del CIC.

Per tant, aquest curs 2022/2023, en el qual estem tornant a la normalitat, l'hem volgut començar amb una conferència inaugural que ens ajudés a connectar aquestes necessitats de comunicació que afavoreixen el desenvolupament de qüestions més compromeses amb els canvis socials que connecten amb el potser mal dit "disseny social", tot seguint la filosofia de Victor Papanek –un dels pioners del disseny contemporani i un dels precursors més influents de l'activisme social i la sostenibilitat en el disseny–, que va fer una crida a la inclusió, la justícia social i la sostenibilitat com a temes de gran rellevància per al disseny actual i va quedar patent que el disseny i els problemes socials eren indissolubles.

En efecte, Buenaventura, un estudi de disseny gràfic amb base a Granada i especialitzat en identitat visual, imatge de producte i disseny editorial que creu en la simplicitat, l'harmonia i l'honestat en el disseny per reflectir el que en essència és cada concepte, producte o marca, han estat protagonistes d'aquesta conferència inaugural. Fa uns anys que Buenaventura proposa un projecte de comunicació amb caire social a l'any i precisament aquest darrer ha donat llum al projecte *Seres de luz*, un documental i una publicació impresa que aborda la migració d'infants i adolescents que viatgen sols des d'Àfrica a Europa des d'una perspectiva humana, amb noms i cognoms, donant veu als seus protagonistes.

A través de les dues peces i de manera complementària, *Seres de luz* narra les històries de Blessing, Mabel i Abde, dues nenes i un nen que van tenir el valor de deixar enrere la seva terra i una existència abocada a la precarietat i la misèria, sense perspectives de futur, i van emprendre en solitari un perillós viatge cap a una vida millor a Europa. Una vida que va arribar després d'anys d'esforços i estudis; amb



Ramón Soler, de l'estudi Buenaventura, a la sala d'actes de l'Escola Joan Triadú, durant la conferència inaugural dels cicles formatius de disseny, octubre 2022

el suport d'orientadors i professors han aconseguit tirar endavant i s'han convertit en joves prometedors amb ànsies de continuar aprenent i treballant.

El documental se centra en el període en què Blessing, Mabel i Abde entren en contacte amb les institucions espanyoles encarregades de la seva tutela i educació, i el procés de formació i adaptació fins a aconseguir, avui, estabilitat laboral i econòmica. El documental es complementa amb la peça editorial dissenyada i editada també per Buenaventura, una publicació impresa en gran format en la qual s'endinsa a fons en les històries de Blessing, Mabel i Abde mitjançant la narració detallada de les seves vivències a partir dels seus propis testimonis i records del viatge, des dels seus llocs d'origen a Àfrica fins a arribar a Loja. Un document escruixidor que situa l'espectador enfront d'una realitat d'extrema cruesa, però que no obstant cal conèixer per poder comprendre el que aquests prometedors adolescents d'avui dia van viure i van patir durant la infància.

Seres de luz evidencia la necessitat d'explicar les històries d'aquests nens i

nenes amb proximitat i humanitat, amb racionalitat i empatia. La importància de donar-los presència i veu. En el documental, les confessions de Blessing, Mabel i Abde es barregen amb els testimonis dels seus cuidadors al centre de protecció de menors Hogar San Ramón y San Fernando, La Salle, a Loja, a més del director de l'institut públic al qual van assistir, per conformar un retrat de solidaritat i esperança.

Amb el rerefons de les cançons del grup granadí Lori Meyers, serem testimonis de com els tres protagonistes, amb esforç, paciència i tenacitat, han aconseguit vèncer totes les adversitats i convertir-se en prometedors joves amb un present ple d'orgull per tot el que han aconseguit i, sobretot, amb un futur esperançador.

Seres de luz busca mostrar la veritable realitat de la immensa majoria d'aquests nens i nenes que arriben sols a Europa i aspira a provocar en l'espectador, almenys, una reflexió seriosa i profunda sobre una situació excessivament tergiversada i polititzada, en la qual sol deixar-se de costat la part essencial: nens

i nenes que es juguen la vida per aconseguir un futur en pau.

Mostra sense dramatismes ni escarafalls el que molts es neguen a veure: el rostre humà de la migració. Persones normals, nenes i nens, que manquen d'allò més bàsic, però que es neguen a perdre l'esperança. Per això, entre la innocència i la temeritat pròpies de la infància, i davant una aclaparadora absència d'expectatives educatives, laborals i vitals, es llancen a un viatge que molts –massa– mai acaben. Blessing, Mabel i Abde sí que van arribar i ara ens ho expliquen. Sense rancors, amb una gran naturalitat però sense oblidar d'on venen, són uns supervivents, herois i heroïnes de qui, aquí, a Occident, tenim molt a aprendre.

Un cop acabada la conferència, el nostre alumnat va poder intervenir en un torn obert de paraules força concorregut, que va enriquir el debat generat i va fer que el disseny i la comunicació evidenciïn el seu gran valor social.

FAMÍLIES

L'autoritat de les pantalles

Mònica Planas
Periodista



va recrear un fals concurs de televisió titulat *La Zone Xtrême*. Era un gran plató amb decorat, públic, una presentadora i tota la parafernàlia tecnològica pròpia d'aquests programes. Es van seleccionar vuitanta persones voluntàries i els van dir que participarien en un programa pilot per assajar la dinàmica del joc. No sabien que es tractava d'un experiment sociològic. Creien que concursaven per a la televisió. El seu paper consistia a fer preguntes a un candidat a qui li havien d'infligir una petita descàrrega elèctrica cada vegada que s'equivoqués en la resposta.

A mesura que avançava el concurs i hi havia més diners en joc, la descàrrega era més forta. Per descomptat, l'enramada era falsa. Era un actor conxorxat que cridava quan el voluntari accionava la palanca de la descàrrega. Però això, aquells conilletes d'índies innocents tampoc no ho sabien. I la majoria es van convertir en obedients torturadors malgrat els brams de patiment que se sentien des d'una sala annexa. El resultat de l'experiment va ser impactant: el 80% dels voluntaris va jugar fins al final tot i l'angoixa i el malestar. Un percentatge més elevat que l'experiment de Milgram del 1963. Només

el 20% va gosar aturar el concurs i contravenir les normes perquè no suportava la idea d'estar fent mal a una altra persona. La resta va tirar endavant perquè no va gosar aixafar la guitarra del programa televisiu amb el qual s'havia compromès. Jugaven com ho havien vist fer sempre a la tele. Fruit de la seva llarga experiència com a espectadors, van trobar lògic i assenyat col·laborar amb les normes de l'espectacle. Això explica per què tantes vegades hem vist a la televisió persones que acceptaven ser humiliades davant de la càmera, o participar en despropòsits que atemptaven contra la seva pròpia dignitat. **Els programes de telerealtà (realities) han normalitzat a la pantalla situacions com passar fam, sobreviure en situacions infrahumanes o acceptar proves físiques o psicològiques que anaven en contra de la integritat personal física o mental d'un mateix.**

Tot i que fa anys que es diu que els joves ja no consumeixen televisió i que l'aparell està en situació d'agonia, les pantalles són molt presents en la quotidianitat dels nostres fills. I en molts casos la finalitat d'ordinadors, mòbils i tauletes és exactament la mateixa: entretenir-los. Ja sigui

mitjançant sèries de ficció de les plataformes de reproducció en continu (*streaming*) o dels influenciadors (*influencers*) que admiren a través de Twitch, TikTok o altres xarxes socials. Els seus missatges els interpel·len de la mateixa manera que ho ha fet sempre la televisió. A les pantalles s'ofereixen múltiples continguts amb intenció lúdica. Però no podem confondre l'entreteniment amb un contingut innocu. Sovint es considera que en aquest tipus d'espais no hi ha ideologia ni missatge, només diversió. Però alerta, perquè la pretesa absència de missatge és un missatge molt perillós. **Sèries de ficció com *Euphoria* (HBOMax), *Riverdale* o *Élite* mostren una versió romantitzada de les malalties mentals, el consum de drogues, el suïcidi i els maltractaments.** El drama té l'èpica d'una supervivència agònica que, servida en un context esteticista, converteix els protagonistes en herois. Molts alumnes admeten, any rere any, ser consumidors habituals dels programes de telerealtà de televisió. En el seu moment era *Mujeres y hombres y viceversa* i ara pot ser *La isla de las tentaciones*. Programes amb un clar biaix sexista que normalitzen les relacions de parella tòxiques i que consideren la gelosia una

forma d'amor indestructible que reforça el vincle sentimental. Les dinàmiques del joc s'ajusten als patrons de la cultura de la violació. La seducció, o senzillament l'interès per l'altre, té el compromís de culminar amb sexe.

Molts nois i noies asseguren veure aquests programes per riure i per no pensar i els han consumit des de la preadolescència, normalitzant en molts casos aquests tipus de conductes. Gaudir d'aquests conflictes sense una mirada crítica pot abocar a la imitació d'actituds i reaccions. Youtubers i altres influenciadors, majoritàriament homes que busquen un públic masculí, utilitzen un llenguatge pobre que abusa de l'insult i emeten discursos que cerquen impactar mitjançant un autoritarisme i una agressivitat discursiva que molts professionals de l'educació ja han detectat que és reproduït entre els joves a l'hora d'interrelacionar-se.

Els nostres fills i filles segurament no miren la televisió com ho va fer la generació dels seus pares, però segurament es passen moltes més hores davant les pantalles consumint uns continguts que desconeixem i en els quals, en múltiples

ocasions, no hi ha cap control professional vinculat al rigor o a l'ètica. "Ho he vist a la televisió" ha estat, durant molts anys, la frase que servia per avalar que qualsevol esdeveniment era real. La televisió ha estat -i encara ho és- una font d'autoritat i influència. Avui dia i amb la pandèmia de les notícies falses (*fake news*) ja hem après que tot allò que veiem a través d'una pantalla no és sinònim de ser cert. Però les pantalles continuen sent un espai d'influència i poder sobre aquells que les miren. Només cal veure la capacitat hipnòtica que tenen. Sovint als pares ens han advertit que l'abús d'aquests ginyes electrònics afecten negativament el desenvolupament cognitiu, del llenguatge i de la conducta. Però, i els continguts? Aquest entreteniment que tenen a l'abast de la mà, quins missatges i valors els donen? Sabem, de veritat, quins continguts manipulen o anul·len el seu esperit crític? Hem acceptat, potser massa innocentment, que les pantalles gaudeixin d'una autoritat privilegiada.

VINCLES

La bona comunicació reclama bons lectors



Vicent Partal
Director de Vilaweb

Tothom coincideix en la necessitat d'una bona comunicació, com a part fonamental del bon funcionament de la democràcia. Perquè sense tenir la informació adequada, en l'àmbit personal, no es poden prendre les decisions adequades, en l'àmbit col·lectiu. És així de senzill i així d'important.

Ara bé, la comunicació depèn generalment d'intermediaris, els periodistes per exemple. I si aquests no són honorats, tota la teoria anterior no val de res. Els darrers anys, a més, l'extensió de les xarxes socials descentralitzades i la facilitat

de publicació encara han obert més el ventall dels emissors, cosa molt valuosa perquè fa impossible la censura, però que complica la recepció nítida del discurs.

Per això hi ha una cosa que cal remarcar avui més que mai: la bona comunicació demana bons lectors. Només si hi ha lectors crítics, capaços de discriminar entre els missatges i de diferenciar les fonts d'informació, podrà haver-hi un procés de comunicació seriós i digne en qualsevol àmbit, siga l'escola, la ciutat, el país o el món.

Per aquest motiu és tan rellevant que us prepareu en aquests anys que esteu vivint. Que us prepareu estudiant, però també llegint novel·la i poesia, anant al teatre, escoltant o practicant música, gaudint del cinema, fent en definitiva totes les activitats que us puguen ajudar a modelar la vostra visió del món.

Perquè només si teniu una visió pròpia i crítica del món que us envolta podreu gestionar bé l'allau d'informació del dia a dia.

DESTACATS

Fa camí el nou curs d'ASIX, amb perfil de ciberseguretat

Ricard Bahí
Director CIC Cicles Formatius

Una de les novetats més destacades d'aquest curs pel que fa als nostres cicles formatius és l'arrencada amb èxit del grau superior de Tècnic/a d'Administració de Sistemes Informàtics en Xarxa (ASIX), amb perfil de ciberseguretat. Aquesta proposta de dos cursos acadèmics neix amb la voluntat constant d'adaptar la nostra oferta d'estudis a les necessitats i la realitat del mercat laboral.

Aquest perfil té una alta demanda i està en creixement constant, per això hi hem apostat amb un programa completament adaptat a les necessitats de les empreses, amb una metodologia eminentment pràctica amb propostes innovadores per ajustar-nos al màxim a la realitat i amb un equip docent de qualitat, on tots els seus membres tenen una llarga i consolidada experiència en el sector.

Hem adoptat diversos recursos metodològics per fer un curs notòriament pràctic i atractiu alhora, on la resolució de reptes en diversos contextos empresarials permeten una progressió tècnica i competencial evident.

La hackatò és un d'aquests recursos immersius basat en la resolució col·laborativa d'un repte real en un temps determinat, amb una distribució de tasques de l'equip i la reflexió sobre els errors que es produeixen. Aquestes mar-

tons de furoners (*hackers*) generen un marc d'aprenentatge òptim.

Altres activitats que enriqueixen la nostra proposta són les classes magistrals periòdiques i la presentació del projecte integrat davant de professionals d'empreses del sector. Una altra línia en què hem incidit és en la competència lingüística de l'anglès, amb una participació directa de CIC Escola d'Idiomes: en els dos cursos s'imparteixen classes per nivells d'anglès, un anglès tècnic adequat a les necessitats professionals i amb l'oportunitat de poder-ho certificar, i incorporem l'anglès com a llengua vehicular en alguns dels mòduls de segon curs.

A tots aquests components s'afegeixen aspectes íntimament lligats amb el nostre estil d'educar: l'acompanyament que fem de cadascun dels nostres alumnes per part de cada professional i del tutor o tutora, el rigor i l'exigència acadèmica sumada amb les habilitats toves indispensables per quan entren en l'àmbit laboral.

CIC Cicles Formatius és una de les escoles de Catalunya que fa una aposta molt clara i decidida per la FP dual, de què som centre de referència. Aquest curs engegat també preveu la possibilitat que el nostre alumnat es pugui beneficiar d'aquesta modalitat amb un bon gruix d'hores bonificades i, alhora i especial-

ment, adquireixi una experiència professional de primer ordre.

El perfil del nostre alumnat per la seva procedència acadèmica és ben variat. Des d'alumnes que provenen d'un grau mitjà de la mateixa família d'informàtica, passant per d'altres que provenen d'un batxillerat finalitzat i incloent-hi uns quants que han tastat un grau universitari d'aquest àmbit, però que no els ha acabat de convèncer. En aquests pocs més de dos mesos de recorregut s'ha pogut comprovar l'alt grau de satisfacció de l'alumnat, que valora molt positivament la qualitat dels professors i la metodologia emprada, alhora que, molts d'ells, es plantegen per al futur combinar el treball i continuar la seva formació. Que així sia.



www.fundaciocic.org

 Fundació
CIC

CONEXEMENT
I CULTURA

THAU 
Barcelona

THAU 
Sant Cugat

CIC 
Cicles Formatius

CIC 
Escola Batxillerats

CIC 
Escola Idiomes

Virtèlia 
Escola Música