

#AM: No Menganyen

edu
CAC



#AMiNoMenganyen

És una campanya de sensibilització en el marc del programa eduCAC que neix amb l'objectiu de despertar l'esperit crític i fomentar un ús responsable de la tecnologia, dels mitjans de comunicació i de les xarxes socials. Està dirigida fonamentalment als joves, tot i que el missatge interpel·la la ciutadania en general.

L'eduCAC és el programa d'educació en comunicació del Consell de l'Audiovisual de Catalunya, creat per fomentar els bons hàbits davant les noves formes de consum audiovisual i tecnològic.



#AMiNoMenganyen

#AMiNoMenganyen és l'eslògan d'aquesta campanya d'educació mediàtica i també l'etiqueta per identificar-la a les xarxes, però sobretot és un missatge per apoderar els joves i la ciutadania quan es posa davant de les pantalles.

Perquè la tecnologia, que és molt positiva i facilita molts aspectes de la vida, com la comunicació interpersonal i l'accés a la informació, també té un costat fosc que cal tenir present i que ens exigeix cada cop més una actitud crítica, proactiva i responsable.

En la campanya #AMiNoMenganyen hi han participat el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, la Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuels, l'Obra Social "la Caixa" i l'Escola Superior de Relacions Públiques, adscrita a la Universitat de Barcelona, que s'han unit amb l'objectiu comú de transmetre, sense ànim de lucre, uns valors positius que contribueixin a millorar la societat.



La implementació de la campanya ha servit, també, per establir una xarxa de complicitats i un compromís social col·laboratiu entre tots els qui hi han participat.



La meitat de la població

s'informa habitualment per internet
(premsa digital i xarxes socials)

Entre els joves de 18 a 24 anys
el percentatge creix fins al 75%
i ho fan principalment
mitjançant Facebook i Twitter.



75,7%



44,6%



Entre els menors de 34 anys, el
80% mira habitualment
continguts audiovisuals per
internet i per les xarxes socials.

7 de cada 10 infants

d'entre 12 i 13 anys utilitzen les xarxes socials

L'edat mínima per accedir a Facebook o Instagram és de 14 anys.

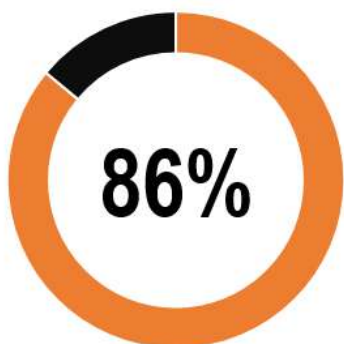
Twitter i Whatsapp ho permeten des dels 13 i YouTube, des dels 13 amb permís patern.



Font: AIMC.

9 de cada 10 pares

consideren que els menors no tenen prou cura de la seva privacitat a internet



creuen que amb els nous serveis audiovisuals els menors poden estar exposats a continguts que poden ser perjudicials

Font: CEO

Elements de la campanya

La campanya #AMiNoMenganyen està previst que es desenvolupi en dues onades.



Del 28 de maig al 17 de juny de 2019

Del 23 de setembre al 13 d'octubre de 2019

La primera onada ha anat precedida de diverses accions amb *influencers* a les xarxes socials TikTok i Instagram (les dues xarxes més utilitzades pel *target* jove al qual s'adreça principalment la campanya), on es van publicar diversos vídeos de conscienciació sobre aspectes com la identitat digital i les apostes en línia, amb l'etiqueta de la campanya.

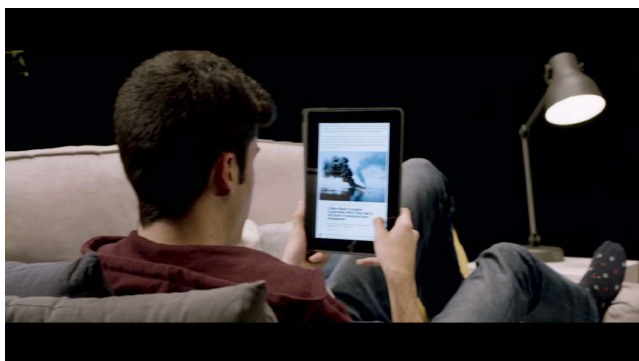


A partir del 28 de maig, la campanya arrenca plenament incorporant els diversos elements que en formen part.

Les dues onades comptaran amb elements comuns i d'altres d'específics.

Esport televisiu

Consta de tres escenes quotidianes d'una família utilitzant pantalles, en les que quals qualsevol persona s'hi pot veure reflectida, que se centren en la sobreexposició a les xarxes i, específicament, en el fenomen del *sharenting*, les *fake news* i els jocs d'apostes en línia.



Cada situació permet transmetre un missatge clar i contundent que alerta del costat fosc de les pantalles. El grup musical **Doctor Prats** n'ha facilitat la música, la cançó *Camíem lluny*. L'emissió engega el 28 de maig en *prime time* a TV3 i al bloc publicitari pròxim a *l'InfoK* del Super3.

Clips per a webs i xarxes de la CCMA i del CAC

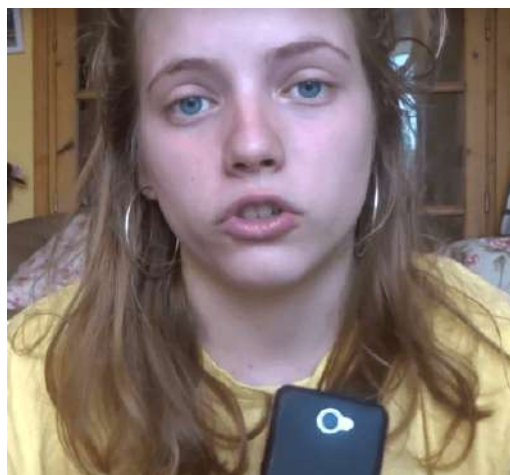
S'han produït específicament per difondre'ls per les xarxes socials i pels webs dels mitjans de la CCMA i del CAC. Són tres clips que recullen cadascuna de les situacions plantejades a l'anunci de forma individual.

Falques radiofòniques

Tres creativitats diferents on es plasmen els tres eixos temàtics que inclou l'esport. L'emissió s'inicia igualment el 28 de maig.

Influencers

Una desena de joves *influencers* catalans col·laboren en la campanya aportant la seva visió sobre l'ús d'internet i de les xarxes socials, fonamentalment mitjançant històries a Instagram i a TikTok amb l'etiqueta #AMiNoMenganyen. Aquests *influencers* sumen en conjunt més d'un **milió de seguidors**. Els vídeos publicats per ells en fase de *teaser* ja acumulen més de 360.000 visualitzacions.



Entre d'altres hi participen:

- **Jan Cutillas**, amb més d'un **milió de seguidors a TikTok** (abans Musically).
- **Juliana Canet** d'Adolescents iCat, que té més de **47 mil seguidors a Instagram**.
- **Long Li Xue**, amb gairebé **17 mil seguidors a Instagram**.

Implicació dels programes de la CCMA

La programació de TV3 i de Catalunya Ràdio tractarà temes relacionats amb l'educació mediàtica en general durant les diverses onades: identitat digital, jocs i apostes en línia, desinformació i *fake news*, filtres de control parentals, ús i abús de les tecnologies en els adolescents, estereotips a YouTube, a la publicitat i als videoclips, etc.

3

A TV3, les diferents temàtiques es visualitzaran en els programes *Tot es mou*, *Els matins*, *APM*, *Està passant* i *Com si fos ahir*.



Pel que fa al **Super3**, l'**InfoK** emetrà reportatges setmanals personalitzats amb careta pròpia **#AMiNoMenganyen** fins al final de la temporada, on, entre d'altres, es tractaran els temes següents:

- El ciberassetjament, com el podem aturar?
- Les *fakes news*, com les reconeixem?
- I les noies, què? El paper de la dona en els videojocs, la publicitat, els videoclips, etc.
- Abusem de les pantalles?
- *Youtubers* i *influencers*: el seu paper més enllà de la diversió.
- Modes i reptes perillosos.
- L'ús de les noves tecnologies a classe.
- Les xarxes socials, quines podem fer servir?
- Obsessionats amb les *selfies*?
- Les noves tecnologies, una oportunitat o un perill?
- Tablet, mòbil, smart TV... , quin ús en feu?

Implicació dels programes de la CCMA

A Catalunya Ràdio es tractaran diversos temes de la campanya en els programes **Adolescents iCat, Popap, Revolució 4.0, El matí de Catalunya Ràdio, L'ofici d'educar, Generació digital** i la secció "L@Net" del **Catalunya Vespre**.



Pel que fa a **iCat**, el programa **Adolescents iCat** impulsarà diverses accions participatives amb l'etiqueta de la campanya per interpel·lar els adolescents a pronunciar-se en relació amb diferents temàtiques de la campanya.

La primera d'aquestes accions participatives s'iniciarà el 28 de maig i per participar-hi caldrà contestar a la pregunta "com ens podem protegir de les *fake news*?"

- Les dues onades comptaran amb l'emissió dels espots i les falques per la televisió i la ràdio, la difusió dels clips a xarxes, la complicitat d'*influencers* i la implicació de la programació de TV3, el Super3, Catalunya Ràdio i iCat.
-

Implicació de l'Associació Catalana de Ràdio

Les emissores de ràdio privades de Catalunya agrupades en l'Associació Catalana de Ràdio (ACR) col·laboraran en la campanya amb l'emissió de les tres creativitats adaptades per al mitjà radiofònic.



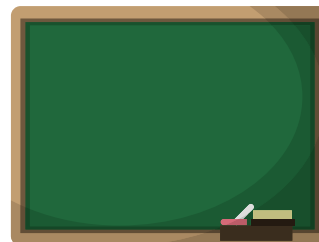
www.aminomenganyen.cat

Comptarà amb tot el material audiovisual, els recursos i les sinergies que vagi generant la campanya i estarà vinculat amb els continguts del programa eduCAC.

Més
elements
de la
campanya

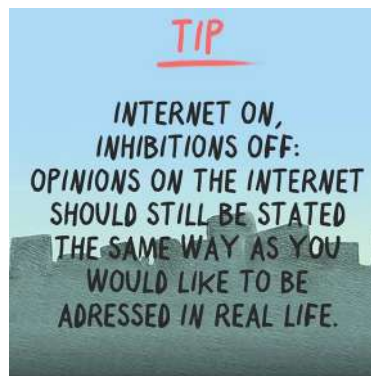
Visites escolars

S'aprofitaran les visites que cada any més de **18 mil alumnes** fan a les instal·lacions de la CCMA per conscienciar-los sobre la importància de mantenir una actitud crítica davant l'allau de continguts que reben mitjançant el mòbil així com de tenir cura de la identitat digital.



A les escoles se'ls facilitarà el material eduCAC perquè puguin treballar l'educació mediàtica abans de visitar les instal·lacions de TV3.

A partir del maig, l'alumnat que visiti TV3 i Catalunya Ràdio rebrà uns còmics (<http://www.thewebsters.ch/en>) elaborats pel regulador de l'audiovisual suís i cedits amb motiu de la campanya; els còmics tracten diferents temes relacionats amb el lema #AMiNoMenganyen.



Accions participatives

Durant la segona onada es plantejaran diverses accions participatives dirigides als adolescents que buscaran implicar-los en les temàtiques vinculades a la campanya #AMiNoMenganyen. El portal **Adolescents.cat** col·laborarà amplificant les accions participatives.



Qui
participa

La implementació de la campanya #AMiNoMenganyen ha estat possible gràcies al **compromís social col·laboratiu** i ha servit per establir una xarxa de complicitats entre tots els participants, com ho mostren els diversos elements que la integren.

La campanya #AMiNoMenganyen és fruit de la col·laboració del **Consell de l'Audiovisual de Catalunya** -amb el programa **eduCAC**-, de la **Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals**, de l'**Obra Social "la Caixa"** i de l'**Escola Superior de Relacions Públiques (ESRP)** -adscribita a la Universitat de Barcelona-, que s'han unit amb l'objectiu comú de fomentar un ús crític i responsable de la tecnologia i les xarxes socials. La campanya ha comptat amb la creativitat d'un grup d'alumnes de l'ESRP liderats pel creatiu publicitari i exdirectiu de la CCMA, Carles Checa.

La CCMA s'hi ha sumat contribuint en la producció de l'espot, de les falques radiofòniques i dels clips per a les xarxes juntament amb l'Obra Social "la Caixa", així com cedint els espais necessaris en els seus mitjans de comunicació. També s'hi han implicat els equips de màrqueting, sinergies, responsabilitat social corporativa i programació de la CCMA per aconseguir una comunicació efectiva del missatge.

L'Obra Social "la Caixa", a més de finançar l'espot, contribueix amb tota la difusió associada a la campanya, mitjançant els canals propis de la seva plataforma educativa, EduCaixa. La proposta d'EduCaixa és desenvolupar un programa educatiu en col·laboració amb el CAC per promoure el desenvolupament de la competència comunicativa treballant l'educació en comunicació mediàtica de l'alumnat de secundària, part del contingut de la qual ja ha estat elaborat pel programa eduCAC. Aquest programa serà d'abast estatal i internacional, i es preveu que se'n pugui realitzar una avaluació d'impacte i se'n transfereixin les evidències de resultats a tota la comunitat educativa.

A banda dels impulsors, hi ha d'altres col·laboradors que s'hi han sumat:



col·laboren en l'amplificació de la campanya.

DOCTOR PRATS

ha facilitat la música per la campanya.

ACR))))

Associació Catalana de Ràdio
col·labora amb l'emissió de les falques radiofòniques.



edu
CAC

#AM:NoMenganyen



aminomenganyen.cat