



PENSAMENTS EDUCATIUS

número 14

juny 2006

PAPA, EM COMPRES...?

Els nens es veuen fàcilment atrapats pel consumisme. Els grans hem d'ajudar-los perquè entenguin que no és possible -ni saludable- tenir-ho tot.

Una tarda estava a casa feinejant, quan la meua filla Sara de set anys es va acostar i em va demanar si la podia portar a una botiga luxosa de roba per a nens. Em vaig quedar bocabadada i pensava com podia ser que conegués aquell establiment, que incita les nenes a vestir-se i a gastar de forma exagerada. ¿I com sabia (ho vaig veure en la seva mirada) que no era una botiga qualsevol, sinó la *boutique* de moda? Per primera vegada des que va néixer, em vaig neguitejar per la influència excessiva de la publicitat en la meua filla. «Si ara que té set anys em demana això –vaig pensar– ¿què em demanarà quan sigui una adolescent? Un Jaguar?»

Tenia prou motius per a preocupar-me. Marion Nestle, de la Universitat de Nova York, calcula que als Estats Units les empreses gasten uns 15.000 milions de dòlars en publicitat adreçada als infants. Les costoses campanyes publicitàries també arriben als nens de tot Espanya, on es calcula que dediquen una mitjana d'unes tres hores i mitja al dia a veure la televisió. Cal afegir-hi la que reben a través d'Internet, de la ràdio, o d'altres.

Aquesta relació propera i recíproca entre els infants i els mitjans de comunicació ha afavorit l'aparició d'un fenomen que alguns analistes han batejat amb el nom de *influència dels nens en el consum*. Beth Thompson, periodista de Toronto

descriu aquesta influència com «el poder de decisió que tenen els infants a l'hora de comprar, tant en les coses dels adults com en les seves».

Als anys seixanta, els nens americans dels Estats Units, tenien una influència en les compres dels seus pares quantificada en uns 5.000 milions de dòlars; el càlcul més recent, de l'any 1977, aquesta xifra s'eleva fins els 188.000 milions. És evident que en l'actualitat, com diu Thompson, «la influència en el consum és un grandíssim negoci».

En part, la culpa és nostra, dels pares, perquè fomentem aquesta tendència: som la generació que espera els nens perquè es facin sentir i perquè es facin veure, i els portem a comprar de tot, des del menjar fins els cotxes i les cases. Com a conseqüència –ens diu Thompson– «els nens petits estan exposats cada vegada més a tota mena de mercaderies que en altres circumstàncies, segurament no veurien»; i aquest fet prepara el terreny per la pregunta que els pares no voldrien sentir: Papa, mama... em compres...?

I els nens no es conformen amb qualsevol cosa: ha de ser de la marca que ells volen. Les investigacions mostren que els nens comencen a reconèixer marques - les bones, les dolentes i les molt dolentes- abans de complir els dos anys. Un infant de primer de primària pot reconèixer fins a 100

marques i un de sisè, de 300 a 400, des de cereals fins a sabates esportives i reproductors portàtils de CD (els adults en reconeixem unes 1.500). Segons Thomson, les peticions dels nens per Nadal es fan tenint en compte les marques. Aleshores, què hem de fer els pares? Què cal fer per educar-los com a consumidors intel·ligents, que sàpiguen abstenir-se de comprar quan se sentin manipulats?

«El primer pas és parlar amb els nens, des de menuts i sovint, sobre les imatges que reben constantment», aconsella Debbie Gordon, «Els nois i les noies treuen molt de benefici d'aquest aprenentatge».

A continuació, us presentem cinc estratègies, avalades pels experts per a formar consumidors intel·ligents:

1. PREDICAR AMB L'EXEMPLE

Els anuncis de la televisió alimenten el desig de comprar coses; per tant et costarà molt convèncer els teus fills que està bé apagar la tele, si tu et passes moltes hores al dia mirant de programes de moda.

La mateixa idea es pot aplicar a les qüestions dels diners. És inútil sermonejar els nens sobre les despeses, l'estalvi i el compartir el que hom té si et pas-

ses les tardes dels caps de setmana en un centre comercial. Si creus que els teus hàbits de consum estan descontrolats, segueix aquest consell de l'assessor financer Nathan Dungan: «Per ensenyar l'ús adequat del diner als nens, el millor que podem fer és predicar amb l'exemple. A les properes setmanes intenta reprimir els teus impulsos consumistes i busca opcions de compra més barates.»

2. INCULCAR EL SENTIT CRÍTIC

Amb els nens petits, de menys de sis o set anys, cal començar dient-los: «No et creguis tot el que vegis», segons diu Linda Millar. Ensenya als teus fills exemples d'afirmacions publicitàries falses o exagerades, com ara les dels anuncis de cereals que prometen que els nens seran alts i forts.

Shari Graydon, educadora en aquest tema, suggereix que cal instruir els nens en «la publicitat que no es veu»: animals i pàgines d'Internet que promouen la lleialtat a una marca; joguines col·leccionables que estimulen l'ansia de comprar, i la publicitat amb la presència de persones famoses. «Explica als nens que els anunciants paguen milions d'euros a persones famoses perquè promocionin els seus productes, i que els consumidors d'aquests productes acaben pagant una gran part del compte».

3. SUPERVISAR AMB CRITERI

En una enquesta de l'any 2001 amb nens canadencs, es constata que gairebé el 70% dels enquestats deia que els seus pares mai no hi eren quan navegaven per Internet, i més de la meitat van afirmar que tampoc revisaven si s'havien connectat a la xarxa mentre ells eren fora. Les estadístiques sobre els hàbits televisius mostren un panorama similar. Segons un estudi de la Federació Canadenca de Professors, un

30% dels nens de tercer a sisè de primària asseguren que no hi ha cap adult que supervisi la seva selecció dels programes televisius; en el cas dels de segon de secundària, la xifra augmenta fins gairebé el 60%.

«Les investigacions posen de manifest que els infants surten més beneficiats quan els seus pares veuen la televisió amb ells que no pas quan els limiten el temps per mirar la tele», senyala Shari Graydon, i com molts nens tenen una televisió a la seva habitació, no tenen la supervisió paterna. Ara bé, en què consisteix exactament la supervisió paterna? L'educadora explica: «En comptes de criticar o burlar-te del programa de televisió, del joc o del lloc d'Internet preferit del teu fill, que pot provocar discòrdia i allunyament, explica-li per què alguns missatges o anuncis van en contra dels valors que tu vols ensenyar-li».

Si et molesta el llenguatge ofensiu d'un programa de televisió, digues-li al teu fill que quan escolta aquests insults rep el fals missatge que així és com parlen totes les persones quan estan estressades. Si et preocupa la violència d'un joc d'ordinador, explica al teu fill que veure agressions de forma constant a la pantalla pot reduir la seva sensibilitat de cara a la violència a la vida real. «I quan veieu un programa junts, ajuda el teu fill a descobrir els missatges ocults, siguin bons o dolents.»

4. DIR NO SENSE SENTIR-SE CULPABLE

No estic orgullosa d'haver d'admetre que vaig cedir quan la meva filla em va demanar que la portés a comprar. Li vaig dir que si seguia esforçant-se a l'escola i treia bones notes, li portaria quan féssim vacances. El termini ha passat i encara no li he dut, però estic segura que en qualsevol moment m'ho recordarà. Quan li porti tinc la intenció d'imposar-li uns límits ben clars abans d'entrar a la

botiga, tant pel que fa als preus com pel que fa a la roba.

Tot i així, em pregunto per què vaig cedir tan ràpidament a la seva petició. Beth Thompson diu que l'explicació, en part, cal buscar-la en el meu bagatge generacional. «Els pares d'aquesta generació venim d'una cultura consumista en la qual posseir un munt de béns ens ajuda a encaixar socialment.

5. OFERIR ALTERNATIVES

Els pares saben prou bé que quan algú diu «No et puc comprar això», l'única cosa que s'aconsegueix és augmentar el desig del nen de tenir justament «això». En comptes de restringir arbitràriament el temps que els nens passen davant de la tele o de l'ordinador per a protegir-los de la influència dels mitjans de comunicació, val més fer una llista d'opcions acceptables per tots. «Si vols que els teus fills s'entretenguin amb jocs de taula o amb jocs de construcció, prepara't per jugar amb ells. Molts infants participaran en aquests jocs amb els seus pares, però potser no amb altres nois».

La casa de Miranda Hughes, doctora de Canadà, que treballa mitja jornada i té quatre fills, és plena de llapis de colors i pintures, materials per a manualitats, jocs didàctics, jocs de taula i jocs de cartes, un piano amb la tapa sempre alçada, partitures i llibres de tota mena. «A més, jugo amb els infants sempre que puc.» Tot i que a casa seva te una televisió amb una antena parabòlica que capta 150 canals, els seus fills veuen només una hora de tele a la setmana. «No he hagut de fixar-los unes regles per veure la tele o usar l'ordinador. Sempre hi ha altres coses a fer.»

Gabriele Bauer
Revista Selecciones
Abril 2006

QUÈ ÉS AQUEST FULL: PINZELADES?

A tots ens agrada comentar les coses, arreglar el món o, senzillament, fer-la petar. Les nostres converses abracen tots els temes, des del futbol fins a la situació del món, des del temps fins a les qüestions que afecten a la vida concreta de cadascú. Sovint acabem parlant de l'escola, dels fills, del "gamberrisme", de la poca educació que manifesten alguns vailets i algunes noies, de la marxa de la societat que va malament ("abans quan jo era petit ...", "recordo que si jo ..."). A més els mitjans de comunicació destaquen amb freqüència els aspectes més negatius de la societat, i també del món dels nens, dels adolescents, dels joves. I no és estrany sentir de forma insistent que tal o tal problema s'arreglaria si els nens ho aprenguessin a l'escola (la pau i la guerra, la circulació, el sexe, l'ecologia, el consum, les normes cíviques, la salut, la política, el món del treball, ...).

De fet, tots eduquem o deseduquem amb els nostres comportaments particulars o públics. Els pares, en definitiva, que són els responsables de llurs fills, es veuen desbordats (i també l'escola) de com fer la seva funció educativa, sobretot de cara als propis fills, perquè sempre és més fàcil arreglar els problemes del veí que els propis.

L'escola s'ofereix a ajudar-vos, pares, amb aquests senzills fulls informatius i formatius, per tal que us ajudin en la tasca educativa. Així, entre tots, aconseguirem una millor educació dels nois i noies.

- Volem que siguin pràctics, en tan que afectin coses concretes de l'educació.
- Volem que fomentin la reflexió sobre el comportament dels nois i noies.
- Volem trobar les millors pautes educatives en un món canviant.
- Volem aportar elements de reflexió enmig de la diversitat de valors, d'idees, que impera en el nostre món.
- Volem fomentar la discussió, el diàleg entre els pares, entre els pares i el fills, entre els pares i els mestres.

- Volem recollir opinions vàlides que ens ajudin a tots, perquè tots hem d'aprendre.

Aquests fulls aniran adreçats a tots el pares, tinguin el fills més grans o més petits, perquè el procés formatiu d'una persona no s'acaba mai, és una cosa continuada; i, a més, les coses apreses, les pautes, els valors, les actituds modifiquen el comportament general, i totes les experiències viscudes van configurant tota la persona.

Recollirem articles de revistes, diaris, fragments de llibres, aportacions de pares, de mestres, d'educadors,... recollirem tot allò que ens pugui ajudar.

La periodicitat dels fulls serà variable (de 3 a 5 per any), però aniran numerats perquè es puguin col·leccionar i repassar quan calgui.

Finalment us fem un prec: acolliu-los amb il·lusió i afecte, comenteu-los i, si s'escau, feu-nos arribar algun suggeriment. Educar és tasca de tots, i cal cercar sempre el camí millor. Recordem aquell pensament de Sant Josep Calassanç: Si l'infant rep des de ben petit l'educació apropiada, cal esperar que el dia de demà sigui una persona lliure, capaç i plena d'amor.

ESCOLA PIA CALDES