

## Resum de la segona sessió del Grup de Reflexió de Pares curs 18-19

---

“Vull, vull, vull”

Segona sessió, 20 de febrer del 2019

Troblem a la pissarra escrit el què les mestres proposen que sigui el guió de la sessió:

- 1.- Reflexions inicials sobre el visionat del vídeo del Francesc Torralba
- 2.- Jo confesso...
- 3.- Anàlisi de material audiovisual
- 4.- Cloenda

### 1- Reflexions inicials:

Obrim el torn de paraules i algú diu que el contingut del vídeo li ha suggerit la importància que els adults hem de ser models a seguir per els nostres fill@s i com d'important és fomentar l'esperit crític. La publicitat hi és i no podem evitar que estiguin exposats a ella però si podem educar-los perquè aprenguin a llegir-la amb esperit crític. Hem de ser a prop d'ells i acompanyar-los quan estan exposats a tots aquests inputs, tenint en compte que sempre és més important el que ens “veuen fer” que el què ens “senten dir”.

Efectivament estem immersos en una societat consumista que “és com una jungla” i es tracta d'arribar a pactes amb les criatures. Cal inculcar valors i trobar la mesura d'aquests en cadascuna de les demandes.

Algú relata com l'assignació d'una paga setmanal (de 3 euros) ha ajudat al seu fill (des dels 7 anys) a gestionar els seus propis recursos econòmics i sobretot a donar valor als objectes. Aquest fet, segons la mare, va encaminar al seu fill a l'aprenentatge gradual del consum intel·ligent i responsable, així com a tenir experiències directes amb l'estalvi i la frustració de no poder tenir-ho tot. És important que els nens i nenes aprenguin a gestionar la seva frustració i per això cal que tinguin experiències on els posem límits clars i on els acompanyem.

Alguns pares reconeixen la dificultat de posar límits, i que de vegades responen a les demandes dels fills amb alguna petita mentida, com ara, “no tinc diners”. L'Annabel diu

que ella no ho recomana, i comparteix que encara que de vegades costi, és millor dir la veritat. De fet, no cal donar gaires explicacions. Un exemple d'explicació clara i concisa podria ser: "Jo, com a pare o mare, sé el què et/ens convé." De vegades els pares entrem en explicacions llargues i amb criatures més grans la conversa s'acaba convertint en un cercle viciós o bucle. Aquí és on cal ser coherent i clar, perquè si no ho som la criatura no deixarà de picar portes. Aquesta negativa (o límit) cal anar-la repetint i repetint com una "gota malaia". Podem fer excepcions i trencar la norma quan ho considerem i estarà bé explicar-los el perquè.

Conversant, anem a parar a la utilització de tècniques d'educació conductista. En concret es parla de l'assignació de gomets per a l'establiment de rutines que acaben tenint alguna cosa com a recompensa, ja sigui de caire material o una activitat. Les mestres comparteixen que creuen que l'establiment d'hàbits (com ara rentar-se les dents o endreçar les joguines) no pot anar lligat a recompenses. Aquests hàbits són necessaris per al benestar dels nens i nenes i no poden ser moneda de canvi. De fet, es parla de que els hàbits i les rutines estructurin el pensament i de que la repetició és molt sana.

## **2- Jo confesso...**

Les mestres ens faciliten un full on hem d'expressar de manera anònima alguna experiència de consum com a pares i mares. L'encapçalament diu: Jo confesso... Amb aquesta activitat ens proposen que ens mirem a nosaltres mateix@s. Escrivim cadascú el que considera i ho dipositem a una capsa. Les mestres llegeixen en veu baixa i classifiquen una mica el què han trobat i continuem les reflexions al voltant de l'autocrítica que hem fet la majoria respecte als nostres hàbits consumistes. Introduïm el factor sostenibilitat en el nostre consum? Es a dir ens preguntem d'on surten els productes que comprem? Ho traslladem a la reflexió dels nostres fill@s? Les "confessions" giren al voltant de diferents temàtiques: la gestió dels nadals, les compres compulsives, la creació de necessitats no bàsiques als nostres fill@s

Estem d'acord en que cada cop la publicitat s'adreça més directament a les criatures. L'Annabel ens explica que hi ha estudis que constaten que una criatura de 3 anys no pot diferenciar entre el que és programació de televisió i publicitat. Per a la ment infantil és un tot. No és fins els voltant dels 6/7 anys que els nens i nenes desenvolupen la ironia. Fins aleshores, pensen que tot el que veuen és benintencionat i real. Així doncs, davant la seva vulnerabilitat, és molt important que siguem amb al seu costat quan estan davant de les pantalles.

Parlem del consumisme col·laboratiu (wallapop) i el fet d'heretar roba o joguines. Algú comenta que si això és converteix en tenir l'armari ple o en tenir moltes coses, tot i que pugui semblar consum responsable segueix desvirtuant l'objectiu de donar valor al que tenim, més que a la quantitat.

### **3- Anàlisi de material audiovisual:**

Fem quatre grups de treball i cada grup visiona un vídeo a través d'un telèfon mòbil que trobem a la xarxa. Cada grup nomenarà un portaveu que explicarà el que han vist i què s'ha comentat.

a) El Palo. Limón o nada: <https://www.youtube.com/watch?v=VOFgnJHCl0w>

El grup comparteix la importància de regalar coses simples. Ens ofusquem en buscar jocs sofisticats i d'un cost elevat.

b) El capità Planeta <https://www.youtube.com/watch?v=mQ063NCu05I>

El grup reflexiona sobre la importància de fer un consum sostenible i responsable. Es importat que quan consumim ens preguntem quin preu té en el nostre planeta.

c) Coca-Cola: <https://youtu.be/5-ahnFYzMp8>

El grup comparteix les reflexions que han fet al voltant de l'anunci, en què sembla que veure coca-cola sigui sinònim de tenir amics i passar-ho molt molt bé.

d) IKEA: [https://youtu.be/5egLxg\\_7mg0](https://youtu.be/5egLxg_7mg0)

El grup comenta que l'anunci comença amb una pregunta que directament crea una necessitat de compra. El "regal" el comparen com a substitutiu de temps que els pares poden passar amb els seus fill@s. No deixem de banda de que l'objectiu d'aquest és presentar-se com a una empresa responsable socialment, creant-se una bona imatge de si mateixos i per tant aconseguir més clients / consumidors d'Ikea.

Acabem la conversa parlant de les festes d'aniversari i la dificultat de gestionar el tema dels regals, sobretot quan es tracta de festes particulars. Sembla que si et conviden a algun lloc encara que et diguin que no volen regals, culturalment pensem que hem de fer un regal. Si ho fem així, no només no respectem el que ens havien demanat, sinó que

també genera un cúmul o excés de regals. Es comenta també, que inclús quan les famílies s'organitzen per fer un regal conjunt, aquest també pot acabar sent un regal que val molts diners i, per tant, desproporcionat.

#### **4- Cloenda:**

Al marxar les mestres ens conviden a esdevenir consumidors més conscients al llarg de la setmana. Per a facilitar aquest procés ens conviden a agafar un "post-it" que conté una pregunta per a fer-nos durant la setmana quan anem a comprar alguna cosa. Dedicarem l'inici de la propera sessió a compartir les nostres experiències.