

EL CAPRITX

dimarts, 16 desembre de 2008

S'atraca Nadal i com cada any els infants i les famílies són els destinataris principals de les campanyes publicitàries sobre la venda de joguets. Els infants s'enlluernen fàcilment amb les novetats i moltes famílies, per donar-los el gust, accedeixen a peticions desmesurades o compren joguines sense uns criteris prou clars. Per aquest motiu, amb el nom de "Juga net" des de l'Ajuntament de Ciutadella es coordina una comissió de treball formada per diferents entitats que té com a objectiu reflexionar sobre el joc i els joguets, tot intentant promoure'n un ús saludable i educatiu. Tanmateix, no podem deixar de compartir un any més amb l'opinió pública una reflexió que, tot i que repetida, és encara necessària. A continuació reproduïm un capítol del llibre de Philippe Meirieu "El món no és cap joguina" de la col·lecció Micro-macro referències n. 4, editat per Graó. En aquest capítol titulat "El capritx", l'autor amb un llenguatge senzill i clar, ens mostra quin potser el camí a adoptar. Moviment de Renovació Pedagògica de Menorca

EL CAPRITX

Per Nadal, els anuncis de joguines ens ataquen per tot arreu. Així, a l'hora del pati, els nostres fills i filles disposen d'un tema de conversa molt profitós : quina és la joguina que s'ha de tenir aquest any peti qui peti ?, Quina consola, quin giny electrònic, quin disc o quina videocasset ? Aleshores, solament manca saber com els podem obtenir, a qui els hem de demanar, com els podem comprar amb els diners que es trauran d'aquí o d'allà... De tota manera, en matèria de joguines, avui dia existeixen "imposicions" de les quals no fugiran la majoria dels pares i les mares.

I és que tota l'argumentació publicitària consisteix precisament a fer entendre que és del tot necessari posseir tal objecte o tal altre, per ser un "infant modern" o un "adolescent de moda". El que fa ser jove no és pas l'edat, el dinamisme, la iniciativa o la imaginació, sinó els objectes que es posseeixen i que ens confereixen miraculosament les seves pròpies qualitats. La roba, les sabates, els aparells electrònics tenen aquesta virtut màgica : la de donar una identitat a qui els posseeix. Es tracta de la vella confusió entre el "ser" i el "tenir", una creença obscurantista que antany explotaven els bruixots amb els seus amulets i que actualment omple les butxaques dels mercaders del temple.

En aquestes condicions, per a les mares i els pares, és molt difícil resistir-s'hi. El fill o la filla demana, vol l'objecte "que s'ha de tenir". Exigeix i no entén com algú es pot oposar al seu desig..., atès que, al seu voltant, tot concorre a legitimar la seva demanda. El món sencer justifica el seu capritx. En nom de què s'hi podrien oposar els seus pares ?

Aleshores, no és l'autoritat de la persona adulta la que s'oposa al desig de l'infant; és un capritx que s'oposa a un altre capritx : al capritx de l'infant que reivindica, respon el capritx dels pares reticents a concedir. Ja no hi ha cap desproporció, sinó un pols entre dos rivals. L'infant és incapaç de comprendre la negativa dels seus pares, només la considera un capritx per part seva, una tirania que s'oposa a la seva voluntat legítima, ja que es recolza en tota la maquinària publicitària.

I no hi ha res pitjor que aquesta confrontació. En primer lloc, perquè engendra conflictes i, en segon lloc, perquè genera rancúnies, en instaurar una concepció perversa de l'autoritat com una mera relació de forces, confrontació entre contrincants que sempre acaba regulada per l'únic mecanisme de la violència.

Guardem-nos, doncs, que les nostres negatives siguin percebudes com a capricis. Mostrem sempre el que les nostres negatives fan possible : què podem generar, quines alegries i quines felicitats en resultaran. No és fàcil competir amb la publicitat. L'única manera de fer-ho és situant-se de manera deliberada en el pla del "ser" abans que en el del "tenir". I aquí és on nosaltres hem d'actuar !