

Puntdevista19. Els diners també entren en l'educació (4/7/2017)

En l'anterior punt de vista assenyalava que l'educació no fa vacances i que aquestes llargues d'estiu cal aprofitar-les per seguir aprenent i educant. Dins d'aquest apartat genèric de l'educació, és a dir, aquells aspectes que es vinculen directament amb les actituds i els valors que les regeixen, entra també l'educació pel consum, com a preparació per a una vida on hi és present arreu, on el consum ens envaeix, ens condiciona, al temps que ens proporciona satisfaccions, també és veritat. La qüestió és fer-ne un ús responsable, que no vol dir altra cosa que ser conscient en totes les seves implicacions i adaptar-lo a les pròpies possibilitats.

L'educació pel consum passa per la conscienciació que es tingui de la utilització dels diners, com a eina per a fer-lo possible. Diners que avui solament veiem físicament en una petita proporció dels que fem anar, convertits en targetes de plàstic, fulls impresos, aplicacions digitals, etc., la qual cosa encara els fa més difícils de controlar i de prendre consciència del seu volum i proporció en funció dels recursos disponibles. Per això cal convertir-los en objecte de tractament de l'educació econòmica, de l'educació pel consum, com es vulgui dir, dels infants i adolescents. Més quan l'estiu i les vacances trenquen fàcilment els controls habituals de la despesa.

En moltes famílies, no és habitual parlar dels diners davant dels fills o nets. Existeix entre nosaltres una certa convenció social que tractar de diners amb els nens és una qüestió gairebé de mal gust, que ells no s'han de preocupar d'aquestes coses que són responsabilitat dels adults. Així els fills es mantenen totalment al marge dels assumptes econòmics de la família; és més, moltes vegades se sol aparentar davant d'ells que qualsevol despesa és possible. Sovint s'oculten els problemes econòmics i es continua davant els nens amb una tònica excessiva de consum, la qual cosa es justifica presentant-ho com un esforç perquè els fills "siguin com els altres" o "tinguin el que jo no vaig poder tenir". En el cas dels avis pot ser per no haver de negar les demandes dels nets, que aviat aprenen com insistir. Malgrat la bona intenció subjacent, amb això s'incorre en un greu error educatiu.

Sense projectar-los-hi angoixes excessives, és pedagògicament saludable compartir amb els infants i adolescents certs aspectes econòmics familiars, com una forma d'implicació responsable. Aleshores serà més difícil que demanin consums per damunt de les possibilitats o del que pot ser raonable. N'hi pot haver prou, per exemple, en fer les equivalències del cost d'un producte demanat en hores de treball dels pares per advertir la seva pertinència o no. O bé passar-ho a percentatge sobre el total de la pensió que reben els avis, sobre el salari mínim interprofessional, etc.

Per als nens és important disposar d'una petita quantitat de diners de lliure ús per un període de temps. I si no s'ha fet abans, les vacances és un bon moment per iniciar-ho. Aquesta pràctica, si es realitza d'acord a l'edat i l'economia familiar, els obliga a distribuir en el temps les decisions de consum i possibilita l'estalvi. Al principi, el temps ha de ser curt – qüestió de dies –, per després passar a les assignacions setmanals i mensuals. Quant a la quantitat, la moderació ha de ser la norma; amb independència del poder adquisitiu de la família; mai ha de ser

elevada, si es vol ser congruent amb aquesta cerca dels hàbits responsables en el consum.

La quantitat assignada cal mantenir-la fixa durant un cert temps i resistir a la demanda de complements o d'avançaments resultants d'una mala gestió dels recursos; cal evitar que s'instauri el costum d'insistir amb noves peticions quan s'acaben els diners. Finalment, considerar que tota la família ha de prendre part en aquesta tasca educativa, ja que els nens i adolescents saben bé que existeixen altres fonts d'ingressos a més dels propis pares, és a dit, els avis, oncles i tietes, etc.

Les vacances també oferiran oportunitats, per exemple, per parlar sobre tot el que envolta el món de la publicitat, que no solament veiem en el carrer, en la televisió i en la radio, sinó que entrarà a casa nostra de manera individual a través del telèfon, la tauleta, l'ordinador. Ara és moment de desvetllar que la publicitat actual no busca tant informar com impactar. Això permet converses interessants amb els fills i nets, que posen a prova la capacitat d'anàlisi crítica de la que tant en parlen avui les escoles, i que ha de servir per aplicar-la a àmbits com aquest de la publicitat. Desvetllar els missatges enganyosos o advertir dels recursos que es valen les empreses per promoure al consum, són camps bàsics de l'educació per al consum, que ha de començar ben aviat, perquè infants i joves són destinataris específics del consum obsessiu, que tant mal fa a nivell individual i col·lectiu. No hem après res de la darrera crisi? Sortint al carrer sembla que no.

Jaume Sarramona

(www.sarramona.net)