

Victoria Tur, doctora en sociología y psicología: «Los padres prefieren no disgustar a los hijos y evitar conflictos»

Tortuga Educadora - Domingo.18 de marzo de 2007 - 3378 visitas - 3 comentario(s)



Victoria Tur reconoce que el consumismo infantil es una «realidad» y que los deseos de los niños, cada vez más sofisticados y caros, son el «producto del contexto social» en el que viven. Doctora en Sociología y Psicología y profesora en las áreas de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad de Alicante, esta experta - autora de un informe sobre la comunicación publicitaria de juguetes-, asegura que la clave está en la «educación», un valor insustituible que debería instruir a los menores en el «consumo responsable».

-Los deseos de los niños han cambiado, se han vuelto más ambiciosos y exigentes. ¿Por qué?

Porque están sobreenformados. Es una generación expuesta a todos los medios. Eso se traduce en que saben elegir perfectamente lo que quieren, mucho mejor que sus padres.

-¿El consumismo infantil es una realidad?

Es una realidad total. Pero no sé por qué tiene esa mala fama. Los niños no pueden escapar de la sociedad en la que han nacido. El reto consiste en protegerles y enseñarles cómo se deben tomar las decisiones más racionales.

-¿Y cómo se hace eso?

Con la educación, porque hay que educarles correctamente. Hemos perdido una oportunidad magnífica con la nueva asignatura 'Educación para la ciudadanía'. Se podía haber incluido una materia relativa al consumo responsable, pero no se ha hecho. Una verdadera lástima.

-¿Quién fomenta el consumismo infantil?

La publicidad. Pero si el niño es educado de una forma correcta, si se le enseña a tomar decisiones racionales y reflexivas, entonces no tendría tanta influencia sobre él.

-¿La televisión es la principal fábrica de deseos?

Sí, unido al contexto social en el que se vive. Ocurre con frecuencia en menores que habitan en un entorno que se apoya en el consumo y los productos. Esto se puede observar a la perfección en el fenómeno del 'marquismo'.

Ocio variado

-Encima los chavales ven la tele a todas horas.

Claro. Nos quejamos de la televisión, de sus contenidos, de lo que ofrece, pero no hacemos nada para ayudar a los niños. Me refiero a que los padres deberían ver la tele con sus hijos, que decodifiquen lo que están viendo. Ahora bien, el tiempo de ocio debe ser rico y variado y no limitarse exclusivamente a la pequeña pantalla.

-Se ha llegado a un punto en el que un hijo, de muy corta edad, decide qué modelo de coche deben comprar sus padres. ¿Tiene alguna explicación lógica?

Tiene que ver con la formación de los chavales, que son cada vez menos niños y participan en la toma de decisiones. Maduran antes, se les pide que lo hagan y la familia reconoce sus opiniones y las admite.

-Para no enfadar al niño.

Bueno, el estado del bienestar nos permite actuar así. Hoy en día hay muy poca tolerancia a la frustración y los padres prefieren no disgustar a los niños y evitar conflictos.

-¿Porque quieren tener lo mismo que sus amigos?

Claro, el factor imitación está muy presente. Hay cuatro ejes sobre los que pivota el deseo infantil: quiero tenerlo porque los demás lo tienen; quiero tener algo que nadie tiene, para impresionar y diferenciarse; quiero pertenecer a un determinado estilo; y la coleccionabilidad, es decir, poseer todos los productos relativos a un tema. Los chavales viven en un mercado muy saturado y, a unas edades muy tempranas, aprenden a identificar los productos y las marcas.

(Noticia aparecida en el diario "La Verdad")