

NET!



Quins joguets van dur els reis?

Per Nadal es va parlar molt de joguines en programes de ràdio, en premsa i sobretot per televisió d'on sorgeix un bombardeig constant d'anuncis. A ca nostra també se'n va parlar. Mitjançant un tríptic editat per l'àrea d'Educació i Serveis Socials de l'Ajuntament de Ciutadella amb la col·laboració de diferents entitats com el Fons Menorquí de Cooperació, la Ludoteca, Càritas, el GOB i el MRPM s'intentava promoure un consum responsable i adequat de les joguines. Una recomanació era dosificar i repartir la compra de joguets durant l'any. Hi ha altres ocasions i diversos motius per regalar-ne. Prest serà el temps dels combregaments, els quals han esdevingut també una ocasió propícia per als regals en l'actual societat de consum. En general, més tost massa.

Per açò, perquè la reflexió sobre els joguets i sobre el jugar no es pot limitar a l'època de Nadal, les entitats participants en la campanya "Juga net" volem continuar parlant del tema en una nova sèrie d'articles de premsa, de la qual aquest n'és el primer.

Avui volem oferir-vos els resultats d'unes enquestes que vam passar a 185 fillets i filletes de Ciutadella d'edats compreses entre 8 i 10 anys sobre les joguines que els havien duit els Reis.

El nombre de filletes i fillets enquestats estava bastant equiparat (hi havia 14 fillets més que filletes) i la seva edat mitjana era de 9 anys, corresponent, per tant, a alumnat de 4t d'Educació Primària.

Dels resultats de les enquestes, i, a grans trets, podem extreure les següents conclusions:

- **Val més molts regals o pocs i ben triats ?** el nombre de regals rebuts ha estat nombrós: 5 o més regals per fillet/a. En pràcticament tots els casos, excepte un parell, es feia la relació de jocs (l'enquesta li demanava fins a 5 noms per ordre). En conseqüència, els infants trobaven que els Reis havien estat molt generosos amb ells. Aquest fet ja ens obre una sèrie d'interrogants. Predomina la quantitat i no tant la qualitat ? Donam importància a tenir moltes coses, estam avesats a consumir en excés? On ens dur aquest camí ? Convé concentrar la il·lusió en un o pocs regals, aquells més esperats i desitjats, que sigui motiu de rallar-ne dins la família, que ens costi un poc d'esforç d'aconseguir? Menció especial mereixen dos regals que els Reis han duit a dos fillets, un viatge a Madrid i l'altre a València, exemples de regals que no són immediats, materials, i suposam que per realitzar i gaudir amb la família.

- **Els jocs del segle XXI, els jocs de les pantalles.** Els jocs que els Reis han duit més pertanyen al sector de les noves tecnologies i en molts casos 2 o 3 de cada 5 de la llista ho són. També són els més triats amb diferència quan en una altra pregunta se li demana al fillet o filleta amb quin es quedaria si només n'hagués de triar un. Rallam de videojocs per les consoles, playstations, mp3, mp4, jocs d'ordinador, alguns mòbils i un parell de càmares digitals. El segon grup de jocs és inclòs dins un apartat de roba, accessoris, doblers..., encara que de doblers només en un cas n'han portat. Abunden els equips de roba de futbolista del seu equip, accessoris de la velo per als fillets i pijames, guants o bufandes per a les filletes. També rellotges, anelletes, paraigua, colònia i algun xandall. Pel que fa als jocs educatius, esportius i llibres, la pilota de futbol comanda, d'educatius n'hi molt pocs, quasi de mostra (globus terrestres, escacs, telescopi, puzzles...) i el llibre és el gran desconegut.

Estan molt igualats els nombres pel que fa als jocs de taula, els jocs cooperatius i els jocs simbòlics (és difícil la separació entre els dos primers ja que en el cas d'alguns jocs de taula s'hi pot jugar de diferent manera i no ser un joc tan competitiu). Però si

es destrien els resultats per edats i sexes la cosa canvia. Als 8 anys els fillets i les filletes trien per igual jocs de taula, però als 9 i 10 anys ho trien més les filletes que els fillets (quasi el doble). En el cas dels jocs cooperatius no es dona aquesta diferència tan marcada, els nombres s'aproximen molt, només hi ha un punt de diferència. Responen per tant, a la finalitat que persegueixen. En canvi, el joc simbòlic en aquestes edats sí podríem dir que té gènere femení (jocs de maquillatge, màquina de cosir, barbís, bratzs)

Els jocs tradicionals són els grans desconeguts i el material escolar no abunda encara que hi és mínimament representat (diccionari, atlas)

- Podem fer alguna cosa perquè els jocs no tinguin sexe o gènere ? A través dels jocs se segueixen perpetuant les diferències de gènere. Açò és molt clar en el cas de les noves tecnologies i amb els jocs que abans hem dit tenen gènere femení. A l'edat de 8 anys la diferència entre fillets i filletes no és tan gran ,però aquesta es dispara, més del doble, als 9 i 10 anys; aquest són triats majoritàriament pels fillets. Per què aquesta diferència ? A l'escola aquesta eina és emprada indistintament per uns i altres. Aquesta orientació diferent deu respondre a altres factors. En aquest aspecte en podríem parlar abastament. Tot i que s'han editat algunes guies sobre els videojocs destinades a les famílies on aquests poden trobar informació per evitar que els seus fills accedeixin a continguts per adults, veim que el control dels vídeojocs en què juguen els menors és difícil. No volem enviar un missatge alarmista, molts vídeojocs són vàlids i poden ser eines educatives, però casualment els més venuts no ho solen ser. Respecte als conflictes familiars que plantegen l'ús d'aquests productes, és més per mor del temps que dediquen els fills a jugar i no tant pel contingut o tipus de videojoc.

- I si regaléssim temps als nostres infants ? La publicitat té molt pes a l'hora d'escollir els jocs. Pels resultats de l'enquesta gosàriem a dir que els infants veuen les joguines per la televisió, les cerquen als catàlegs que arriben a les seves mans i són les que finalment demanen. La majoria afirma que els ha vist fora de la seva capsa o embolcall. Cal recordar que els doblers gastats en publicitat infantil a la televisió va ser de milions d'euros (l'any 2005). Aquesta estava concentrada en productes de joc i joguines i entre aquests, els anuncis de bebés, ninos i pepes sobrepassaven qualsevol altre tipus de joc .

Segons dades de fa dos anys, Espanya ha estat el país de la UE on les famílies més han gastat en jocs per Nadal, però era també el país on els pares i mares han dedicat manco temps a jugar amb els fills i filles. Ho va recordar la Sra Montserrat Morales l'altre dia a Maó quan parlava de "Una ciutat amb infants, indicador i garantia per a la sostenibilitat ".Entre altres coses va parlar de la diferència entre les ciutats amb infants i les ciutats dels infants. Recordava que els infants per jugar necessiten espai, temps i la complicitat dels adults.

- Cap a un consum més solidari. Hem constatat que el factor imitació també té a veure hora de fer la carta. Dins una mateixa classe es repeteixen els mateixos jocs. Els infants entre ells rallen, comenten, diuen, escolten ...Per aquesta mateixa raó podrien imitar fets o accions encaminades cap a un consum més solidari, per exemple. I aquest tret imitatiu dels infants és el que haurien de tenir en compte els publicistes per no sobrepassar certs límits.

**MOVIMENT DE RENOVACIÓ PEDAGÒGICA DE MENORCA
2006-2007**