Cahiers de Psychologie Politique

N° 9 | 2006
La citoyenneté Juin 2006

Los ninos pobres en el consumo (utilizacion de una metodologia participativa)

Salomón MAGENDZO

Miguel BAHAMONDES

Édition électronique :
URL :
https://cpp.numerev.com/articles/revue-9/1137-los-ninos-pobres-en-el-consumo-utilizacion-de-una-metodologia-participativa
DOI : numerev_290
ISSN : 1776-274X
Date de publication : 08/06/2006

Cette publication est sous licence **CC BY-NC-ND** (Attribution - No commercial - No derivatives).

Pour **citer cette publication** : MAGENDZO, S., BAHAMONDES, M. (2006) Los ninos pobres en el consumo (utilizacion de una metodologia participativa). *Cahiers de Psychologie Politique*, (9). https://doi.org/10.34745/numerev_290

Mots-clés :

Introducción

En un artículo publicado el año 2002 en la revista Castalia, de la escuela de psicología de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano, los autores del presente estudio, abordaron la temática del consumo de niños(as) pobres, dentro de un centro comercial, usando una metodología cualitativa, **de orden no participativa** (los sujetos de investigación no tuvieron conocimiento que estaban siendo observandos). (Magendzo, Bahamondes, ,2002)

El presente estudio, mantuvo el interés por la temática, sin embargo, la metodología utilizada fue **de orden participativa**, es decir, los niños(as) intervinieron activamente en la entrega de información respecto al tema en cuestión.

Para la implementación del estudio, tanto con el método no participativo como el participante, se eligieron niños(as) de entre nueve y once años, considerando que en este período, estos se encuentran en una fase o etapa del pensamiento económico primitivo dentro de los procesos de socialización. En esta etapa los niños(as) hacen alusión a fuentes míticas o fantásticas para explicar el fenómeno en estudio, pero igual utilizan conceptos económicos, aunque poco elaborados. Lo anterior es a consecuencia, que el mecanismo para lograr comprender la realidad social a la edad de nuestros sujetos de estudio, es a través del uso de fragmentos o islotes inconexos de la realidad, observando dificultades en establecer relaciones para entender procesos (Denegri 1995b, 1998b). Además, considerando que los niños(as) a esta edad tienen trabas en separar las relaciones personales del ámbito social - institucional, la socialización económica marca su impronta, dando la posibilidad de que se formen distintas maneras de representación del mundo económico en los niños(as). Webley y Lea (1999) postulan que la Psicología Económica requiere de progresos empíricos y teóricos en dos orientaciones: una apuntaría a la relación que existe entre la estructura económica de una sociedad, con las ideas y el comportamiento económico de sus miembros más jóvenes y, la segunda, se refiere al mundo económico que los mismos niños se construyen. La primera de estas dos orientaciones ha tenido decididos progresos (Ditmar, 1992, Leiser, Savon y Levi 1990) pero pocos han incursionado en la segunda. La presente investigación, a igual que la del 2002, avanzan en esta última orientación.

Se mencionaban, en el trabajo 2002, ciertos aspectos teóricos relevantes: 1) la urbanidad -desde hace décadas- ha creado espacios físicos donde es posible la interacción social entre los individuos en condiciones de pobreza y el resto de la sociedad, siendo uno de estos, el centro comercial (mall, shopping); 2) el mall, como expresión de la modernidad, "... es todo futuro: construye nuevos hábitos, se convierte en punto de referencia, acomoda la ciudad a su presencia y acostumbra a las personas a funcionar en él. En el centro comercial, puede descubrirse un 'proyecto premonitorio del futuro' "En los shoppings no podrá representarse, como en las galerías del siglo XIX, una arqueología del capitalismo sino su realización más plena" (Sarlo, 1996); y 4) es dable pensar que en una sociedad donde consumir, ha sido asimilado a la felicidad y al bienestar, el no lograrlo o conseguirlo a medias y con muchas restricciones, tiene consecuencias en lo social y en lo psicológico. La dicotomía de consumir y no consumir es un continuo, que conlleva, una gradiente de comportamientos y sus consecuentes emociones implícitas o explícitas.

Se citaba en el 2002, a Moreno, Rincón y Schade (1998), quienes realizaron una investigación con el fin de conocer si niños de seis a diez años, que viven en situación de extrema pobreza, forman un auto esquema de acuerdo a su situación social. Los resultados mostraron diferencias significativas con relación a la variable edad, encontrándose en el grupo etáreo mayor (9 a 10 años) una clara tendencia a consolidar un auto estima de frustración, desesperanza e inferioridad frente a una categorización de elementos más bien estructurales como, por ejemplo, vestuario, vivienda, ocupación, asociados a su realidad. Lo anterior les permite a estos niños reconocerse en situación de pobreza. En los niños de 6 a 9 años no se apreciaron indicadores claros de un auto esquema articulado de pobreza como el hallado en el grupo de 9 a 10 años. También, por otro lado, Garbarino (1992), se preocupó por saber lo que representa la pobreza para los propios niños(as) pobres, cuáles son sus necesidades básicas y cuándo éstas son percibidas por ellos(as) como satisfechas. Concluye el autor, que la percepción no sólo está relacionado con las condiciones sociales, sino que con el sentido que los niños(as) le confieren a la experiencia. El autor afirma que comprender el significado que tiene la pobreza en la vida de los niños requiere que nos dirijamos a la ecología humana de la infancia, es decir, a la historia social de las recientes tendencias económicas y cómo éstas afectan particularmente la experiencia y el pronóstico del desarrollo de los niños.

La investigación realizada el 2002 por los autores del presente trabajo, consideró que a través de observar los comportamientos de los niños(as) en el centro comercial, y además colegir algunos de los supuestos estados emocionales que los acompañan, permitiría adentrarse en los significados y en el sentido social y psicológico que tiene la acción de consumir. La estrategia metodológica partía del supuesto que la observación sin intrusión, no participante de los niños (as), y la posterior descripción acuciosa de los rituales que despliegan éstos hacia las personas que circulan en el centro comercial, los objetos de consumo, las vitrinas etc., serviría para comprender, de alguna manera, el acto de consumir (o no consumir) y la posterior generación de posibles interpretaciones sociales y psicológicas del fenómeno en estudio. De los datos surgieron tres dimensiones de análisis: 1) la relación niño(a) acompañante, 2) la relación niño(a)

espacios de observación, y 3) la relación niño(a) objetos. En el caso de la primera dimensión lo más significativo fue: a) el comportamiento de los niños(as) en el centro comercial, no tan sólo estuvo definido por el interés de estos y por las restricciones impuestas por el espacio, sino también por las pautas culturales, definidas por los acompañantes; los que fueron mayormente mujeres; por lo que se puede deducir, que el acto de consumo fue simbolizado como una tarea femenina (cuando eran hombres los acompañantes, más bien venían al centro comercial con niños); b) la conducta de los niños(as) hacia los acompañantes fue pasiva, sin revelarse cuando los adultos les pedían abandonar el lugar; c) las actividades en el mall la realizaban adultos y niños(as) en forma silenciosa y sin jolgorio. En lo que respecta a la segunda dimensión -la relación niños(as)-espacios- se encontró que: a) el mall reproduce patrones culturales más tradicionales que los medios de comunicación (los entretenimientos son más bien para varones que para niñas); b) varones y niñas dieron preferencia al espacio de los juegos. En la relación niños(as)-objetos, dimensión 3, se observó que: a) no se materializa por parte de los niños(as), mayormente, el acto de consumo pleno (comprar y pagar); b) cuando los niños(as) intervienen en el acto de cancelar de preferencia fueron los varones quienes intervinieron; c) los niños(as) fueron muy poco exigentes con sus acompañantes respecto a los objetos, mas bien, al parecer, se contentaban con manipularlos, sin demandar su adquisición.

Teniendo en cuenta los anteriores resultados y con el fin de complementarlos, se desarrolló durante el año 2005 una investigación que privilegió el contacto directo con los niños(as). Para ello se empleó una metodología participativa y se hizo uso de técnicas proyectivas y entrevistas semi estructuradas, orientadas a rescatar las experiencias de los niños(as) en los centros comerciales.

Por tanto, el interés del presente estudio estuvo centrado en dar cuenta de la subjetividad de un segmento específico de sujetos: población infantil pobre, respecto a una práctica particular: la concurrencia y permanencia en centros comerciales. La subjetividad de la población infantil ha sido recurrentemente postergada por los modelos investigativos que metodológicamente promueven la comprensión del objeto de estudio desde la mirada de los propios actores. Sólo en años recientes los aspectos subjetivos de los niños, han recibido una real atención por parte de los investigadores y de los programas para la superación de la pobreza.

En síntesis, el presente estudio es complementario al del 2002, procurando responder a la pregunta de *cuáles son las dimensiones y las relaciones que configuran la representación que niños(as) pobres tienen del consumo dentro del espacio del centro comercial***.**

Método

El tipo de investigación fue descriptiva y explicativa, con un diseño no experimental, de corte transversal. El universo estuvo constituido por niños(as) entre 9 y 11 años de la Región Metropolitana que hubieron visitado por lo menos una vez un centro comercial y

que pertenecieran al estrato socio económico pobre. La muestra fue de tipo no probabilística accidental, constituida por diez niños(as) (5 mujeres y 5 hombres), de 5° año de enseñanza básica, mixto y laico, de Santiago Centro. Considerando, la edad de los niños(as), el tipo de desarrollo cognitivo en que se encontraban, y conforme a los propósitos de la investigación,en la recolección de datos se emplearon como técnica: a) la elaboración, por los niños(as), de dibujos y cuentos sobre el tema del centro comercial; b) una conversación individual (entrevista semi estructurada), acerca de la experiencia de ir al centro comercial. A través del dibujo se buscó acceder al mundo interior del niño. Se lo considera un método válido en cuanto muestra contenidos psicológicos latentes, que no están directamente accesibles a la conciencia o contenidos que a veces no son fáciles de nombrar. El valor proyectivo del dibujo se basa en que al ser una tarea fácil de realizar, agradable y que apela esencialmente a la imaginación, es de gran valor expresivo. De la misma forma el cuento relatado por los mismos niños(as) es una forma de expresión de su imaginación, de sus fantasías y sus experiencias de vida, por tanto de su mundo interno. La entrevista intenta dilucidar aspectos más concretos que los dibujos y los cuentos pueden no proporcionar.

En el procedimiento propiamente tal, se contactó un colegio de la comuna de Santiago Centro; se explicó el motivo de la investigación y se solicitó trabajar con los alumnos de 5° año básico, durante la jornada de la mañana (1 hora y media), en tres ocasiones, con el fin de aplicar las técnicas de investigación establecidas. Antes que los niños(as) realizaran los dibujos se utilizó una dinámica de relajación, con el fin de disminuir la ansiedad y crear un clima apropiado. Además se les invitó a jugar con su cuerpo. Luego se empleó la imaginería grupal, para inducir a los niños(as) en el recuerdo y las vivencias experimentadas en sus visitas a los centros comerciales. Dadas estas instrucciones se asignó un tiempo para que los niños(as), de manera espontánea, pudieran ponerle nombre a su dibujo y comentarlo. Para la realización del cuento se utilizó la dinámica de relajación y los juegos corporales, y luego se dio la instrucción de escribir, en unas hojas a su disposición, un relato sobre un paseo al centro comercial La entrevista consistió en una conversación individual semi estructurada. Se preguntaron diversos aspectos atingentes al tema del centro comercial como ser: las veces en que en el último año frecuentaron el mall, con quién van, qué hacen cuando llegan, cómo se sienten estando dentro, si se frustraron por no poder comprar, que si pudieran hacer magia ¿harían desaparecer el mall? (por qué si o por qué no) etc. Además de otras preguntas que surgían de la misma conversación que se sostenía con el niño(a).

El tratamiento de la información se centró, para los dibujos, en el valor expresivo y narrativo de estos; y para los cuentos y la conversación individual en el análisis cualitativo mediante la construcción de categorías.

Resultados

1.De los dibujos

Los niños(as), en general, usaron en toda su extensión la hoja de dibujo para ilustrar su

paseo al mall, y emplearon los lápices para colorear los espacios y situaciones representadas. Los dibujos reflejaron los espacios que realzaron en sus visitas, los que pudieron ser agrupados en sólo dos: alimentación y entretención. Dibujaron escasamente vitrinas de tiendas o lugares de compras. Llamó la atención que en los espacios no se vieron otras personas fuera de ellos y algunos familiares. Dos dibujos reveladores de lo anterior, entre otros, fueron un patio de comidas donde hay cuatro mesas y los únicos sentados eran los padres del niño que dibuja, no representándose a ninguna otra persona; y un espacio de entretenciones, donde habían distintas máquinas de juegos pero no personas. Lo que se observó que consumían mayormente, fueron helados, (que tienen un tamaño desproporcionado) una muñeca, globos, golosinas, entretenciones. Curiosamente en dos dibujos había vegetación incorporada al espacio del mall

Una descripción más detallada de cada uno de los ocho dibujos representados por los niños (as) muestra lo siguiente:

Dibujo1. El dibujo en su conjunto está relacionado con la diversión; no hay referencias a otro tipo de actividad. Hay un título secundario que enfatiza el sentido de la visita al mall: diversión y juego. Si bien aparecen personas, la referencia central está en torno a un núcleo conformado por una mujer adulta y dos niños relacionados con la mujer. Se dibuja consumiendo sólo a los niños. En el resto del dibujo, aunque se representan otros espacios para la recreación, no se observan personas (o muy escasas), no habiendo mayor evidencia de consumo. Si bien hay un conjunto de espacios recreativos sólo uno de ellos está coloreado. Dibujo 2. La temática central está asociada al juego o espacios de recreación. A diferencia de lo que acontece en el dibujo anterior, no hay presencia de personas. Hay uso de colores, pero centrado en algunos objetos. Junto al título del dibujo, aparecen otros títulos que refuerzan el carácter de la visita: viaje a la fantasía. El espacio aparece delimitado, aunque el límite no tiene mayor peso ya que algunos objetos lo desbordan. Dibujo 3. Centrado en una sola temática y objeto: recreación y un juego en particular. Lo anterior ocupa toda la hoja, acompañado de abundante colorido. Hay un gruo de personas, con claras manifestaciones de felicidad o en actitud de diversión: gestos del rostro, actitud del cuerpo y portando globos de colores (consumo), mientras otros niños se disponen a hacer uso de un juego (clara evidencia de consumo). El dibujo no contiene elementos que puedan asociar la ilustración con un espacio particular; no tiene límites o delimitación como espacio. Dibujo 4. Lo central del dibujo son las personas y el **consumo** que ellas están efectuando. No queda claro si se trata de un grupo de jóvenes y niños o de un grupo familiar, aunque hay un grupo conformado por cuatro figuras (dos hombres, dos mujeres) que al parecer están representando a una familia. No está clara la relación entre este grupo y las otras figuras que las acompañan; las personas manifiestan alegría, pero no hay un vínculo estrecho entre ellas (son dibujadas sin contacto físico entre las personas). El sub título que acompaña al título principal, pone énfasis en el acto de comer (“mis comidas preferidas”). Si bien la ilustración da cuenta de un espacio dispuesto para el consumo de alimentos, no hay elementos que permitan identificar que esto se está realizando en un mall. Sí, hay evidencia de consumo de golosinas y juegos. En un margen del dibujo aparece una escena en la cual la disposición de la gente es que conforman un grupo en

torno a un individuo que los entretiene. Dibujo 5. Sólo ocupa una parte de la hoja (extremo izquierdo inferior). Espacio claramente delimitado, acotado, por líneas y colores. Se observa una contradicción entre el subtítulo del dibujo: “La juguetería”, y el espacio dibujado, ya que en este se hace referencia a un espacio de jugos, zapatería, ropa y vestidos. En el espacio zapatería y vestimenta se dibuja al dependiente, pero no hay personas comprando, mientras que en el espacio de juego hay un niño activando una máquina. Dibujo 6. Delimita claramente un espacio: juguetería. Junto al título del dibujo, hay un subtítulo que asocia la ilustración con el espacio destacado: “una gran juguetería”. La juguetería remite a un artículo particular: muñecas, no obstante se observa un producto que se lo particulariza en función de la marca. Las dos niñas dibujadas y una tercera persona, al parecer adulta y mujer, está relacionada con el espacio de muñecas sin marca, pero estas, a diferencia de las que son individualizadas con marca, están coloreadas. No hay evidencia de consumo de las niñas en el espacio, pero se las dibuja en actitud alegre. Hay una distancia respecto a los objetos, pero hay un vínculo estrecho entre las dos niñas. Dibujo 7. No establece con claridad la referencia al lugar donde se desarrolla la escena. En el dibujo destacan dos sectores: uno que está asociado a un espacio abierto con evidencia de naturaleza, y el otro donde se relevan las figuras de dos personas, una niña y una mujer adulta, frente a un estante o vitrina donde hay una serie de muñecas. Hay evidencia de consumo: la niña sostiene una muñeca. En el dibujo, fuera de las dos figuras centrales, no hay otras personas. La ilustración es bastante pobre en sus detalles, aunque toda la hoja aparece ocupada por la escena. Dibujo 8. Ocupa toda la hoja. Se identifica una gran cantidad de tiendas, la mayoría relacionadas con comida o heladerías y una con una tienda de juegos, que es la más grande dentro del dibujo. Las figuras humanas, al parecer, hacen referencia a un grupo familiar: los niños, todos en el espacio de recreación se encuentran haciendo uso de los juegos (consumo). Los padres están ocupando una mesa pero no se observa evidencia de consumo. Llama la atención que las mesas se ubican al centro del dibujo, ocupando un espacio significativo, pero se encuentran desocupadas. La mayoría de los carteles o letreros de las tiendas están escritos en inglés. El subtítulo del dibujo hace referencia directa a la característica de la visita: “una salida con mi familia”

La descripción anterior puede ser resumida en el cuadro que se muestra a continuación.

2De los cuentos

Para la organización de la información contenida en los cuentos elaborados por los niños(as), en primer lugar, se los agrupó en citas conformando pequeños conglomerados; a continuación, y después de una lectura reiterada, se identificaron ciertos tópicos con sus respectivas denominaciones para luego, en un tercer momento, proceder a construir las categorías emergentes que resultaron ser las siguientes.

a)“Quienes nos acompañan”

Un antecedente relevante para los propósitos de la investigación es la identificación de la persona o las personas que acompañan a los niños al centro comercial, toda vez que, particularmente en el caso de los adultos, éstos se transforman en los referentes de los niños(as) en cuanto al adiestramiento para el consumo y las transacciones comerciales (papá, mamá, tía tío prima (o), hermano). Los relatos ponen de manifiesto que los acompañantes son de preferencia familiares, y en la mayoría de los casos están ambos padres o uno de ellos. Algunas citas textuales ayudan a ilustrar lo anterior:

- Fui a los juegos con *mi mamá y con mi papá*.
- Fui a los juegos con *mi papá y mí tía*.
- Comí con mí *papá, con mí tía y mí prima.*
- Fui al trabajo de *mi tío y el hijo de él y yo*.
- Me encontré con una *prima* y fuimos con *mí papá*.
- Mi *mamá* me compro tres juguetes y también a *mi hermano.*

b)“Los lugares que visitamos”

Destaca en los relatos la mención a lugares de entretención y en que consistió la visita que hicieron. En primer lugar aparece el cine como un espacio que concita la atención de los niños (“Le dije a mí tía y a mí tío ¡podemos ir al cine!”; “Solo he ido a veces al mal Plaza, me gusta ir al cine”); en segundo lugar destacan los juegos (patinaje, montaña rusa, autos chocadores, máquina para meter goles, tirar argollas, carrusel). Respecto a estos últimos, existe una diferencia notable: hay un grupo de niños que efectivamente “consume” mientras que otro no lo hace. **De los que consumen** queda ilustrado en las siguientes referencias:

- Me subí a todos los juegos que me gustaban.
- Nos fuimos a la pista de patinaje con mí papá y mí tía, patinamos sin parar.

- y nos salimos y fuimos a la montaña rusa.
- y después fuimos a los autos chocadores, me subí diez veces.
- y fuimos a una máquina a meter goles.
- Jugamos un juego que tiene 7 pelotas y jugamos a tirar argollas.
- Jugamos en los carritos *chocones* y el carrusel.

Se debe destacar en este relato la nula referencia al acto de compra de entradas o boletos para tener acceso al juego; en todos ellos lo central es el acto en sí mismo, y no la forma como se accede a éste, lo relevante es la entretención y no la transacción.

De los que no consumen, sólo destacan a donde es posible acceder en el centro comercial. Y esto relacionado con juegos y entretenciones (máquinas, juegos con monedas, álbum), pero sin efectuar el consumo. Ello queda reflejado en las siguientes citas:

- El centro comercial es enorme y tiene juegos, máquinas, juegos con monedas.
- También me hubiese gustado ir a los juegos para comprarme algo también ir a comprar el álbum que completé.

c)“Tiendas donde fuimos”

c.1. Tiendas donde fueron y no consumieron (ropa, deportes zapatos). Algunas citas (textuales).

- El centro comercial es enorme y tiene tiendas como Ripley, Jhonson, la Polar.
- Lo que no alcancé hacer y lo que más me gusta es ir a ver ropa.

- Un día fui a comprar ropa y zapatos.
- Fui con mí mamá y el hijo de mí tío a ver la tienda de fútbol.
- Y después estuvimos viendo ropa.
- Fuimos a ver una piscina que tenía un muelle enorme con tres lanchas.

c.2. Tiendas donde fueron y consumieron (deportes, juguetes). Todas las citas (textuales):

- Después fuimos a deportes a comprar una pelota de fútbol y guantes de arquero.
- Y mí mamá me compró tres juguetes y a mis hermanos también Pero le costó muy caro, pero mí mamá se había pagado en el trabajo.
- Y mí papá me dio una sorpresa, que llegó a la casa con la moto de la Barby.

d)“Alimentos que consumimos y en que tiendas” (¿**Cuáles?:** galletas, jugos, pizza, alfajores, cajita feliz, helados. ¿**Dónde?**: MacDonald, Burger In). Algunas citas(textuales)

- Tía deme un poquito de lo que compró: galletas, jugos.
- Mí tío dijo que estábamos listos para ir a comer pizza.
- .y después nos comimos dos alfajores de chocolate blanco.
- Después era tarde y fuimos a comer al MacDonald.
- Estuvimos comiendo la cajita feliz y después comimos helados

De lo anterior se puede deducir que los niños, en su relato, lo que hacen es centrar su

atención casi exclusivamente en la adquisición de juguetes, alimento y acceso a espacios de entretención. Aquí el consumo es sinónimo de diversión y ésta no está mediada (aparentemente) por el dinero. Se podría hacer extensivo lo anterior incluso al momento de adquirir, por ejemplo, ropa, lo cual, sin duda, es posible que se transforme en un poderoso mecanismo encubierto al momento de enfrentar la compra en fases más tardías del desarrollo. Cabe mencionar que sólo en uno de los testimonios, se reconocer una asociación entre la disponibilidad de dinero (por parte del padre) y el consumo efectivo.

3.De la conversación (las entrevistas a los niños)

La conversación con los niños(as) permitió concluir que estos valorizan el centro comercial como un lugar para comprar, entretenerse, ver, alimentarse; un lugar fresco, de esparcimiento. Es decir los niños relevaron el espacio como algo positivo para ellos y su familia. Sólo una entrevistada expresó que el mall es un lugar peligroso. ("esta lleno y me puedo perder"). Dos entrevistadas fueron, las únicas que hablaron de frustración por no poder consumir.

En general no hubo evidencia de que los acompañantes adultos utilizaran el espacio para que los niños ejerciten, en forma sistemática, alguna de las habilidades de lo que sería la alfabetización económica, como es el uso del dinero, costos, precios, etc. Es más, en algunos casos los niños(as) señalaron que a sus padres no les gusta que ellos porten dinero. No obstante, hay algunos casos, en los cuales se registró algunos rudimentos de la lógica económica, como por ejemplo, una niña estableció la relación entre la identificación de la fuente de ingreso (obtención de dinero mediante regalos), la planificación del gasto (define un uso para el dinero), y la necesidad de ahorrar para disponer de una cierta cantidad de dinero que haga posible la compra de bienes posteriormente. También en las entrevistas se encontró la relación entre trabajo y posibilidad de adquirir cosas. Algunos niños(as), además, establecieron una asociación entre el tipo de trabajo y la disponibilidad de un cierto monto de ingreso y otros manejaron la idea de comparar precios entre distintas tiendas para seleccionar el lugar donde adquirirán bienes.

Se debe destacar la reflexión que hacen los niños(as) entrevistados respecto a la pobreza. Estos no tuvieron una identificación clara con la condición de pobre. La no compra de algunos bienes (fundamentalmente ropa y juguetes, la que en algunos casos es identificada claramente con la falta de dinero de los padres para adquirirlos), no fue considerado como algo que se asocie a la pobreza; es más, alguno de los niños(as) señalaron explícitamente que no se sienten pobres y, como en un caso, ello está refrendado por la idea de que en la casa tienen de todo. Este último aspecto sin duda sitúa la reflexión ante un escenario en el cual se debe discutir respecto a los criterios sobre los cuales los niños(as) construyen lo que vendría a ser una especie de línea de satisfacción de sus necesidades (la que aparentemente se hace extensiva a la familia), y la forma como establecen la distancia respecto a la misma; o en otras palabras, se debe avanzar en establecer los criterios que permitan dar cuenta del *sentido de privación* que se instala en los niños a partir de estas experiencias -y otras más por

supuesto-.

Hay un aspecto que aparece mencionado en varios de los niños(as) entrevistados: la imagen de la tarjeta como un implemento relevante al momento de adquirir cosas y, también, para poder acceder a los juegos. Aquí surge la idea que el dinero está siendo reemplazado por un único dispositivo en cuyo empleo no requiere de mayores cálculos y relaciones sobre la base de elementos de distinta denominación y características (papel y metal). La reflexión puede ser orientada en dos sentidos, por una parte, aparentemente, la tarjeta supone un nivel de abstracción mayor puesto que la idea de cantidad, que para el niño(a) está representada en forma tangible en monedas o billetes, en la tarjeta finalmente estaría expresada por una pura abstracción (número); pero además se derivan otras consecuencias: la tangibilidad que posee la moneda con que se cuenta en un momento determinado permite tener una idea más clara sobre el límite del consumo, lo que no acontece con la tarjeta, cuyo límite está dado externamente cuando el cupo es superado (lo informa una máquina, o una encargada de cuenta, o lo que resulta más sorprendente cuando se efectúa una compra y la transacción no es posible por no disponer de cupo). Esto es algo que en investigaciones futuras se debe profundizar, y la forma como se relacionan los individuos en general con la tarjeta es algo que aún no ha sido analizado en su dimensión plena. Los (as) entrevistados en ningún momento se refirieron, aún indirectamente a esto. Se volverá sobre este tema en la discusión de los resultados.

Discusión

Denegri y colaboradores (2005) presentaron a una agencia de financiamiento chilena un proyecto que tenía como objetivo desarrollar y evaluar un programa de educación económica para niños, profesores y padres. En la fundamentación se manejaron ciertas aseveraciones y premisas, las que serán discutidas a la luz de los hallazgos de nuestra investigación. Se afirmaba, por los autores del proyecto que: a) la globalización avanza en forma rápida e implica nuevos modelos de desarrollo económico que sean sustentables y, a la vez, que consideren como eje central el desarrollo humano; b) las agendas políticas contrastan fuertemente con las capacidades reales que tiene la población para poder insertarse efectivamente en los crecientes requerimientos de sociedades cada vez más complejas; c) se hace necesario desarrollar en las personas destrezas y actitudes que les permitan regular la conducta personal y familiar hacia un uso racional de recursos económicos escasos, y por ello, la preparación de los ciudadanos, para asumir un mercado creciente, que presiona hacia el consumo; d) hay urgencia en afectar y mejorar, directa e indirectamente, las competencias para la toma de decisiones personales y sociales sobre una cantidad importante de problemas económicos que se encuentran en la vida cotidiana; e) el “analfabetismo económico” se reproduce a través de la socialización económica en la familia y que ésta, al carecer de una adecuada alfabetización económica, produce una transmisión intergeneracional de pautas de consumo y uso del dinero poco reflexivas o ineficientes; f) el sistema educativo está en deuda con la sociedad, ya que no ofrece posibilidad de acceder a un

aprendizaje económico sistemático; y g) el costo de lo anterior sería la reproducción de las brechas de desigualdad social, al privar, especialmente de los estratos más pobres, de la posibilidad de desarrollar competencias que les ayuden a una mejor administración de recursos económicos escasos, en la búsqueda de alternativas de consumo más eficientes.

Junto a lo anterior, cabe destacar, para los fines de nuestra discusión, la definición que hacen Denegri y colaboradores (2005) de la educación económica. Sostienen que: "la educación económica se traduce operacionalmente en 'alfabetización económica' y que ésta, proporciona a las personas las herramientas para entender su mundo económico, interpretar los eventos que pueden afectarlos directa e indirectamente y mejorar las competencias para tomar decisiones personales y sociales sobre la multitud de problemas económicos que se encuentran en la vida cotidiana… la formación ciudadana debe entregar herramientas fundamentales de análisis económico que permitan manejar adecuadamente los desafíos que impone la realidad". Expresado esto, Denegri y colaboradores sostienen: "es menester efectuar una alfabetización económica de modo que los ciudadanos manejen adecuadamente conceptos como escasez, intercambio, costos beneficios, precios, oferta, demanda, rentabilidad, asignación de recursos, ahorro, inversión, crecimiento, desempleo, valorización, trabajo, producción, etc."

Las aseveraciones y premisas antes enunciadas, junto a la insistencia en declarar la efectividad de los programas sistemáticos de educación en la alfabetización económica, nos hacen pensar que nos encontramos frente a una postura paradigmática fijada por los principios reguladores del mercado. No cabe dudas que, Denegri y colaboradores, junto a otros investigadores y educadores, están preocupados por guiar a niños y jóvenes a manejarse eficientemente frente al embate del consumo y el mercado, y que esto, postulan, aliviará las inequidad de sociedades donde la distribución de la riqueza es tan desigual, como es el caso de la chilena. Esta concepción valórica y de construcción social, podemos atrevernos a decir, que es de corte neo liberal, donde manejarse correctamente en parámetros económicos como intercambio, costos, beneficios, precios, oferta, demanda, rentabilidad, ahorro, inversión, desempleo, dinero, etc.(categorías bases de la educación y de la "alfabetización económica"), augura cierto bienestar, mayor felicidad, y de alguna manera, la solución de problemas básicos inherentes a la pobreza.

Cabe preguntarse de dónde surgen argumentaciones tan militantes de parte de los estudiosos de la psicológica y la educación económica, proclamando, en aras del desarrollo humano. valores ineludibles a conseguir,. Es necesario destacar, que el proyecto presentado por Denegri y colaboradores, fundamenta su acercamiento al tema citando mayormente estudios realizados en países desarrollados -algo a considerar-, pero que tampoco debe hacernos perder de vista que hay detrás de sus planteamientos una forma ideologizada de ver una dimensión de la existencia humana.

Los antecedentes que arroja nuestro estudio nos permite, en un ámbito de intereses distinto que los de la educación económica, advertir que frente a la precariedad en que

se mueven las familias y los niños pobres, ciertos intereses de estos están en el ámbito de la alfabetización económica, pero sin el sello adoctrinante en que se mueve ésta. Los niños(as) manejan, según su realidad y empíricamente, conceptos y prácticas del orden económico, pero no entrando a una educación militante al respecto. Es decir, en el espacio de consumo, la realidad es muy distinta respecto a las metas de las que habla la alfabetización económica, por lo que de algún modo se soslayan los disciplinamientos a los que la cultura neoliberal nos fuerza, con el fin de vigilar nuestros comportamientos. Como bien dice Gutiérrez (2006) citando a Hopenhayn (1997), y el PNUD (2002), la globalización neoliberal ha tenido impactos culturales problemáticos: disolución de referentes ideológicos, creciente mediatización informática, supeditación de la subjetividad a la racionalidad instrumental y preeminencia de las imágenes sobre las narrativas, es decir, en términos de Rocheach, (1968; citado por Gutiérrez) el neoliberalismo socializa en los modos deseables finales de la existencia, así como en las maneras de obtener las metas, haciendo creer que dicho paradigma es el único posible (Gutiérrez, 2005).

Lo que la educación económica propone es esencialmente algo utópico para Latinoamérica y para los habitantes que subsisten en condiciones cada vez más inestables y asimétricas, en términos del poder- (en el lenguaje de Gutiérrez) Al leer los programas de alfabetización económica y las metas que adscriben supuestamente Denegri y col. (2005) y otros como Amar y col. (2001) no podemos desconocer que sus propósitos son encomiables quizás para las capas sociales que disponen de cierta cantidad razonable de dinero y comodidades, sin embargo, para aquellos que están fuera de este contexto social, la alfabetización, como ha sido definida y los aspectos que abarca, se observa más bien como algo del "deber ser". Esto sería, desconocer en forma flagrante, la realidad sociocultural en la que se desenvuelven los niños(as) y sus familias, a sus prácticas económicas que surgen de la empiria de la vida cotidiana, como lo observado en los niños(as) de nuestra investigación. Quizá para estas realidades, las metas, en el ámbito de la psicología económica son otras, las que tienen que ver con el conjunto de estrategias que deben desarrollar estos sectores para insertarse en el mundo.

Como ya se mencionaba más arriba, al leer detenidamente la definición y las conceptualizaciones que hacen los proponentes de la educación y la alfabetización económica, nos asalta, a consecuencia del lenguaje y las expresiones que estos usan, el pensamiento Foucaultiano, respecto al disciplinamiento social, a pesar que estamos realizando una extrapolación. Hoehn (2005) en un artículo, hace mención en varios de sus acápites, de la alegoría del "panóptico" donde se crea la metáfora de la transformación y redistribución de los poderes controladores de la edad moderna, donde podría entrar la alfabetización económica. La estrategia central del poder pronóptico, es hacer ver a los individuos que son educados para cumplir con una función determinada del sistema, para que las reglas del juego sean internalizadas de tal manera que el individuo no logre tomar conciencia que su conducta es funcional y obediente. Foucault (1978) explica que las instancias de control individual (como la escuela) funcionan de doble modo: el de la división binaria (loco – no loco; en el caso de nuestro análisis, exitoso – fracasado; consumo – no consumo) y el de la asignación

coercitiva (quien es; por qué caracterizarlo; cómo reconocerlo, etc.). El autor en su libro "Vigilar y Castigar (1978), se explaya extensamente en el tema del disciplinamiento. Sustentamos, siempre con cautela, que es éste, el que se encuentra presente en la "alfabetización económica", ya que intenta a través de sus escritos y acciones, trasmitir un claro mensaje, tácito, subliminal y a veces directo: "Para existir y subsistir en un mundo globalizado, -donde algunos hacen gala de haber triunfado-, es necesario tener éxito en el dominio de lo económico, lo que traerá ciertamente la felicidad y la recuperación de la auto estima. Alcanzar las metas anteriores dependerá del dominio que se tenga en el lenguaje y las prácticas económicas como ser del ahorro, la inversión, el consumo correcto, el manejo del dinero etc." Una vez que lo anteriormente enunciado se transforma en una verdad inamovible, es posible el adoctrinamiento y el disciplinamiento, ya que será la emoción del miedo la que se apoderará de los individuos que no han podido dominar los parámetros de lo económico, restándose a tan promisoria esperanza: "ser redimidos y liberados de la pobreza por ubicarse en el mundo de la economía"

Como bien lo enuncia Hoehm (2006) la función principal del pronóptico de la edad moderna es la de asegurarse que nadie pueda escapar del espacio rigurosamente vigilado, inculcar la disciplina e imponer patrones uniformes de conducta, un arma contra la diferencia, la elección y la variedad.

Pero aquí además hay otros aspectos que deben ser analizados: la concepción de lo económico de la cual se parte y frente a la cual los autores creadores de la alfabetización económica mayormente no se pronuncian en forma explícita. Su concepción es la de la corriente subjetivista en economía, la que como todos saben, es eminentemente normativa (no interesa mayormente conocer como los individuos resuelven sus problemas económicos, sino la forma como debería comportarse para una adecuada resolución de "lo económico"). Sin embargo, para poder plantearse en esa perspectiva se requiere tener una imagen de los individuos: hedonista en esencia y maximizador de beneficios, lo que los lleva a plantearse en términos competitivos frente a los demás individuos; el equilibrio en la sociedad se logra a partir de una competencia por obtener máximos beneficios siendo estos a su vez el límite puesto que el individuo se enfrenta a otro que también trata de maximizar beneficios.

Como todo postulado fundamentalista la reflexión no considera variables temporales y culturales: se trata de un individuo indiferenciado social y temporalmente (esta idea queda resumida en los siguientes términos: el problema económico no es que existan individuos que dispongan de escasa cantidad de medios para buscar satisfacer sus necesidades y existan otros que poseen cantidades que superan con creces a las de los primeros; en ambos casos el problema es como se asigna correctamente los medios disponible a los fines propuestos). De ahí a la idea de que los individuos se encuentran en una posición desmedrada en la sociedad sea el resultado de una falta de socialización en el "buen comportamiento económico" hay solo un paso; somos pobres porque no sabemos movernos correctamente en el mercado, la forma como se "sobrevive" es una mala economía, o una estrategia equivocada. El buen entendimiento de "lo económico" augura a los individuos un buen pasar; serán "castigados"

económicamente aquellos que no se someten a estos dictados.

Denegri y colaboradores(2005) además, establecen una relación mecánica (y difícil de sostener) cuando señalan que la población pobre incurre en derroches y mal uso de los recursos que finalmente redundan en la condición de pobreza; parece que en su intento por mostrar la necesidad de educar en lo económico se olvidan que el derroche de recursos y el consumo no racional no es patrimonio de un grupo dentro de la sociedad, es más, se está en presencia de un sistema que hace del uso irracional de recurso un mecanismo de beneficio individual, trasladando buena parte de los efectos negativos (lo que eufemísticamente se denomina como externalidades) a la población.

Pero qué nos arrojan los resultados de nuestro estudio, y como ellos pueden ser vistos a la luz de los planteamientos citados.

Si nos atenemos a los resultados obtenidos, y que son producto del análisis de tres fuentes de información (entrevista, relatos y dibujos), una de las primeras constataciones es que no hay evidencia de un consumo "derrochador"; lo que aparece es un consumo básico que en el caso de los niños se asocia a algo que hace posible la recreación (sería un absurdo sostener que ello puede ser considerado un consumo suntuario sí se tiene en cuenta que ello constituye un derecho de los individuos), y la adquisición de golosinas y alimentos. Pero también se debe dejar constancia, que el consumo es mínimo, todo lo contrario de un consumo que supuestamente se hace sin conocer lo que es un comportamiento económico adecuado.

Ya se señalaba que si bien no se percibe, o no es posible deducir de los relatos y entrevistas, en forma clara, el tipo de conducta de los padres hacia los niños(as) durante la visita al centro comercial y el adiestramiento en el consumo, si se puede sostener que ello no se ha plasmado en el consciente de los niños(as). Esto no quiere decir que no haya adiestramiento, este puede ser el resultado simplemente del observar como se hace y, lo que es más importante, establecer un encadenamiento causal "hacia atrás" y "hacia delante" que pone el acento particularmente en la posibilidad o no de disponer de dinero para adquirir bienes o entretención. Si bien esto no es generalizado y su presencia no se funda en una lógica clara, si hay evidencias de la causalidad.

Pero lo más relevante de lo anterior, es que la lógica se estructura no en función de principios generales, abstractos, sino que ello emana de una estrategia elaborada y recreada a partir de una situación social clara: la condición de pobre. El niño enfrenta el consumo en un escenario donde las coordenadas son los medios escasos para responder a una serie de necesidades, alguna de ellas inducidas por un dispositivo publicitario, pero también otras propias del desarrollo de cualquier individuo. El consumo efectivo de éstos no está guiado por una actitud irracional (asumiendo ésta como la carencia de relación lógica entre medios escasos y fines múltiples), sino por el conjunto de estrategias elaboradas a partir de una situación de carencia y no de una relación lógica, abstracta. La relación que establecen algunos niños(as) entre la fuente de ingresos, la necesidad de guardar dinero (negación de un consumo inmediato y su

desplazamiento a futuro) en función de poder acceder a un bien, y la comparación entre alternativas para el consumo definitivo, son una muestra de que la elaboración se hace desde la condición en que se encuentran, y su decisión no puede ser asumida como una práctica inadecuada y causa de su condición de pobreza. Además para establecer esta relación, habría que mostrar que los comportamientos económicos considerados inadecuados, no están presentes en los sectores acomodados de la sociedad, y que lo que está tras su "éxito" es la resultante de un comportamiento apegado a la normativa económica.

Sí, adquiere relevancia para la discusión, es el no establecimiento, por parte de los niños(as) de una relación clara entre la disponibilidad de dinero por parte de la familia y su condición social (pobres); estos aparecen como dos fenómenos distintos o no vinculados. Es más, los niños(as) pueden establecer un nexo entre trabajo (tipo) y dinero obtenido por sus padres, y situar en una escala de magnitud el ingreso obtenido (poco, medio, etc.); esto, además, les permite explicar el no acceso a ciertos bienes ("si esto no es un comportamiento económico entonces ¿qué es?"). Lo que sí está claro, es que de aquí pasar a explicar una estructura social hay un largo recorrido sobre todo cuando la idea de pobreza no está instalada en los niños(as) (recuérdese que ninguno de los niños con los cuales se trabajó menciona la pobreza, o no se consideran en esa condición). Esto puede ser interpretado como parte de un proceso en el cual el niño(a) aún ve su existencia teniendo como centro al núcleo doméstico y no como miembro de un segmento más vasto de la sociedad; en términos sociológicos el niño(a) recién se encuentra en la fase de construcción de identidad, quedando un trecho largo para la fase de oposición, donde mi situación se explica a partir de la existencia de un otro distinto pero relacionado conmigo. Cabe destacar, que este resultado, es distinto a lo de Moreno y colaboradores (1998), (citado en la introducción del presente trabajo) quienes encontraron que niños(as) de las edades de nuestros sujetos de estudio, padecían por su condición de ser pobres. (Claro sí, que la muestra de niños en la investigación de Moreno y otros, fueron de extrema pobreza, no así los de nuestro trabajo). Por otro lado, lo hallado, respecto a la percepción de no sentirse pobres por parte de los niños(as) de nuestro estudio, se condice con lo mencionado por Garbarino (1992) (como lo citáramos en la introducción del presente trabajo), quien afirma que comprender el significado que tiene la pobreza en la vida de los niños(as) se requiere referirse a la ecología humana de la infancia, es decir a como las tendencias económicas, afectan la experiencia y el desarrollo de los niños(as).

Creemos que es necesario retomar la discusión entre el contar con dinero y la "traducción" de éste, en una tarjeta. Ya en la presentación de los resultados señalábamos que se debe indagar más sobre las implicancias de la tarjeta como medio para la adquisición de bienes y servicios, por una parte, y la forma como ello podría estar incidiendo en el aprendizaje económico de los niños, por otra. Postulábamos que el contar con un medio de pago que se expresa en unidades y por tanto hace posible la cuantificación y particularmente el cálculo, contribuye sobre manera a un acercamiento más claro entre el bien y lo requerido para apropiárselo; es una cosa de cantidad y equivalencia, rota ésta cuando hay carencia del primero (algo tangible). No acontece lo mismo con la tarjeta. La operación acá se mueve en un nivel de abstracción

significativamente superior (no en el sentido de calidad), puesto que la disponibilidad o no de dinero, la cantidad, queda subsumida en un elemento plano que en su referencia más concreta se traduce en una cifra indiferenciada (son 50.000 pesos, pero también podrían ser 50.000 personas, o 50.000 aves etc.), y cuyo límite no está a simple vista: este le viene desde fuera.

El acceso de una gran cantidad de individuos que han hecho de la tarjeta el principal medio de compra, no tan sólo debe ser analizada bajo la perspectiva de los mecanismos por excelencia para masificar el consumo y acelerarlo, sino que debe ser también analizado a la luz de la idea de límite: subjetivamente el dinero expresado en cantidad tangible acerca mucho más a la idea de finitud en el consumo-y por tanto un límite objetivo para el consumo y freno para la circulación de la mercancía-, la tarjeta amplia el horizonte y sitúa el límite un poco más lejos, y esto a costa de una reducción de la libertad (el que el grueso de la población esté sometida a una deuda que supera con creces a su capacidad de pago los hace también esclavos de la relación; ¿acaso no será esta la nueva forma como se nos presenta la esclavitud en nuestra sociedad donde el derecho sobre las personas ha sido negado (ideológicamente) en función de una moral burguesa que sólo reconoce derecho sobre las cosas?)

Creemos que los niños(as) están enfrentando un proceso de transición en el cual en la realización del consumo se está pasando desde la materialidad del dinero (metálico, billete; distinta denominación, etc.) a la inmaterialidad de la tarjeta. Ahora que implicancias tiene ello para la formación de los niños(as) al consumo y, más allá, en la comprensión de la sociedad, es un desafío abierto para la investigación. El que se acceda a juegos y entretenciones varias mediante una tarjeta puede estar inscrito en esta perspectiva, y recuérdese que si hay un espacio dentro del centro comercial donde los niños(as) participan hasta el final en el proceso de consumo es en el espacio de recreación: la asociación entre placer y medio ilimitado para lograrla u obtenerla, salta fácilmente a la mente del observador.

Bibliografía

Amar, J., Abello, R.; D, M. (2001) El desarrollo de conceptos económicos en niños y adolescentes colombianos y su interacción con los sectores educativo y calidad de vida. Informe Final Proyecto COLCIENCIAS Nº 12 15-11-369-97.

Denegri, M. (1995b). El desarrollo de las ideas acerca del origen y circulación del dinero: un estudio evolutivo con niños y adolescentes. Ediciones Universidad Autónoma de Madrid España

Denegri, M. (1998) La construcción de nociones económicas en la infancia y adolescencia. En Jesús Ferro, José Amar (ED.) Desarrollo Humano. Perspectiva Siglo XXI Ediciones Uninorte Colombia.

Denegri, M. Del Valle R. (2005) “Yo y la Economía” Diseño, Aplicación y Evaluación piloto de un Programa de Educación Económica en escolares de sexto básico de

Temuco. Proyecto presentado a la Dirección de Investigaciones y Desarrollo, Concurso 2006.

Ditmar, H. (1992) The Social Psychology of Material Possessions: To have is To Be. NSt. Martin Press.

Foucault, M. (1978) Vigilar y Castigar. Nacimiento de la prisión, Siglo XXI México D. F.

Garbarino, J. (1992). The Meaning of Poverty in the World of Children. American Behavioural Scientist, v 35 January/February, p 220-237.

Gutierrez, P. (2005) Neoliberalismo, Subjetividad y Formación de Psicólogo en Chile: Reflexión pendiente. Revista Castalia, Universidad de Humanismo Cristiano, n.9, p 47 - 57

Hoehn, M. (2005) Neoliberalismo, Vulnerabilidad y Disciplinamiento. Revista Castalia, Universidad de Humanismo Cristiano, n.9, p.33-46.

Leiser, D., Savon, G., Levi, D.(1990) Children's economics. Socialization. Summrizing the cross-cultural comparison of ten countries. Special Sigue.Economic Socialization. Journal of Economic Psychology, v11 (4) 591-631.

Magendzo, S. y Bahamondes, M. (2002) La Participación de los niños pobres en el "espectáculo" del consumo. Revista Castalia, Universidad Academia Cristiano, n. 3, v.1, 97 – 112.

Moreno, P. Rincón P. y Schade, N. (1998) Formación de autoesquemas en niños en situación de extrema pobreza. Revista Chilena de Psicología v 19 Nº 11.

Sarlo, B. (1996) Escenas de la Vida Posmoderna. Intelectuales, arte y video cultura en la Argentina. Buenos Aires: Ed. Arie.

Webley, P. y Lea, S. E.G. (1999). The Partial Unacceptability of Money as Repayment among Friends and Neighbours.in Local Exchange and Traiding Systems. Paper prepared of the IAREP.Begirate.June 3er, revisited March 2000.