

# LOS NIÑOS(AS) EN EL ESPACIO DEL CENTRO COMERCIAL\*

ESTUDIO COMPARATIVO DE LA CONDUCTA DE  
NIÑOS(AS) POBRES Y NIÑOS(AS) ACOMODADOS

Salomón Magendzo, Miguel Bahamondes

## **SALOMÓN MAGENDZO**

DOCTOR INVESTIGADOR, DIRECTOR DE LA ESCUELA DE PSICOLOGÍA DE LA  
UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO.

Dirección postal: Av. condell 343, Santiago de Chile  
smagendzo@academia.ci

## **MIGUEL BAHAMONDES**

INVESTIGADOR, PROFESOR DE LA ESCUELA DE ANTROPOLOGÍA DE LA  
UNIVERSIDAD ACADEMIA DE HUMANISMO CRISTIANO.

Dirección postal: Av. condell 343 Santiago de Chile  
mbahamondes@academia.cl

---

\* Esta investigación fue desarrollada gracias al financiamiento de la Universidad Academia de Humanismo Cristiano.

## RESUMEN

El presente estudio centra su atención en la comparación de dos muestras de niños (as) de nueve a once años pertenecientes al estrato social pobre y acomodado, que frecuentan los centros comerciales. Con ello se estaría avanzando en la comprensión del acto de consumo entendido como, más bien, un fenómeno comportamental asociado a una etapa evolutiva del desarrollo cognitivo, o en especial a la forma como los niños(as) resuelven el acto de consumo condicionado a la socialización a la que han sido sometidos.

La metodología empleada fue la de recodificar datos obtenidos en dos estudios previos: uno con niños(as) pobres y otro con acomodados, los cuales fueron observados en el centro comercial a través de técnicas similares. Con las dimensiones y variables seleccionadas se procedió a generar tablas que contenían cifras de los comportamientos de ambas muestras.

Los resultados pusieron de manifiesto en general, un comportamiento en el centro comercial significativamente distinto entre niños(as) pobres y acomodados. Por lo que las conductas observadas de unos y otros no pueden ser entendidas a partir de la fase cognitiva, sino más bien, desde un patrón social de formación que se impone sobre lo evolutivo.

**PALABRAS CLAVE:** Consumo, psicología económica, desarrollo infantil, modernidad.

## ABSTRACT

*The present study focuses on the comparison between two groups of nine to eleven year old children (both sexes) of poor and well of social statuses, respectively, who visit shopping centers. Our results might help to attain a better comprehension of alternative views of consumer behavior. On one hand, it might be associated to a specific stage of cognitive development, on the other, to different patterns of socialization undergone by both groups.*

*For the present study, data of two previous studies were recoded, one with poor and the other with economically well off children, which were observed at the shopping center by means of similar techniques. Tables with data of the behavior of both samples were constructed, with the selected dimensions and variables.*

*Results showed a significantly different pattern of behavior of both groups. Thus, consumer behavior of children seems highly attributable to social upbringing patterns instead of resulting from evolutionary changes.*

**KEY WORDS:** Consumer behavior, cognitive development, economic, psychology.

## INTRODUCCIÓN

Los autores de este trabajo han abordado en dos publicaciones anteriores la temática de cómo los niños (as) enfrentan el acto de consumo en centros comerciales, teniendo como variable discriminadora su condición socioeconómica: Niños (as) pobres y niños(as) acomodados.

En ambos estudios el foco de atención estuvo centrado en niños(as) de nueve a once años, que desde la psicología económica se encuentran en la etapa evolutiva del pensamiento económico primitivo. En esta etapa, los niños(as) hacen alusión a fuentes míticas o fantásticas y a conceptos aún poco elaborados para explicar el fenómeno económico. La realidad social, a esta edad, la entienden en fragmentos o islotes inconexos y tienen dificultades para establecer relaciones conceptuales y procesos mentales complejos. A los niños(as) en esta etapa les cuesta separar las relaciones personales del ámbito social - institucional y económico (Denegri, 1995b, Denegri y colaboradores, 1998b).

El propósito de este trabajo es dar cuenta de los resultados que arroja la comparación entre las conductas observadas en un centro comercial de niños(as) pobres y niños(as) acomodados. Con ello se estaría avanzando en la comprensión del acto de consumo como un fenómeno desplegado por los niños(as) a partir de un patrón de conductas asociadas a una etapa del desarrollo cognitivo, a la inversa, más bien, a la forma como los niños(as) resuelven el acto de consumo condicionado a la socialización a la que han sido sometidos, la que en una primera lectura podría ser atribuida a la condición socioeconómica de procedencia de los infantes, quedando así la etapa cognitiva relegada a un segundo lugar.

El estudio comparativo se efectuó teniendo como escenario los centros comerciales que han sido construidos a partir de un diseño espacial similar; donde el ordenamiento y acceso a la mercancía sigue una pauta idéntica; diferenciándose solamente en su ubicación dentro del territorio de la ciudad y, el acceso de tipos de público (diferenciación socioeconómica) que los frecuentan es distinto. Por

consiguiente, es posible sostener que los comportamientos que se registran en el espacio de compra tienen un corpus de estímulos relativamente semejantes para todos los individuos que llegan a ese espacio. De alguna manera, al centro comercial no le interesa dar evidencias de que especialmente está interesado en generar estímulos muy diferenciados para pobres y acomodados. Cabe destacar que este fenómeno no sucede, por lo menos en Chile, en otros espacios de socialización. Un buen ejemplo es el sistema escolar, que más allá de que alguna vez fue imaginado para corregir las desigualdades sociales, parece más bien preocupado en reflejarlas, reproducirlas y «conscientemente estructurarlas por clases sociales» (Peña, 2005).

De encontrar, a través de la comparación, de que son escasas las diferencias entre los niños(as) pobres y acomodados respecto a sus comportamientos en los centros comerciales, podríamos adherir a una de las explicaciones teóricas de Delval (1989) acerca de cómo los niños(as) llegarían a representarse la realidad social. Según esta teoría, el niño(a) debe construir, con el bagaje intelectual que dispone en cada una de las etapas del desarrollo en que se encuentra y conforme a su edad, la representación de lo social. Esto, dado que las explicaciones acerca del porqué de las cosas y del funcionamiento social estarían mayormente ausentes de la transmisión social. Es decir, como lo expresa Amar y colaboradores (2002), el niño(a) crea ideas de cómo funcionan las cosas de su entorno, y al confrontar éstas con la realidad puede llegar a darse cuenta de que no son así o a confirmar lo que ha ideado.

Por otro lado, si la comparación entre niños(as) pobres y acomodados nos muestra más diferencias que similitudes en el comportamiento de éstos en el centro comercial, el análisis tendería a inclinarse a que la explicación de cómo los niños(as) se representan la realidad económica está más bien determinada por lo social. Es decir, serían las experiencias del niño(a) tomadas de su entorno, de su historia cultural –y por tanto económica–, adquiridas esencialmente en forma tácita, no consciente, las que acompañarían al niño(a) y a los adultos cuando vienen al centro comercial. Es este bagaje tácito el que determinaría mayormente sus comportamientos en el mall.

Por tanto, la condición socioeconómico fijaría, de alguna manera, cómo el niño(a) entra al mall, cómo se desplaza, cuánto dialoga, lo que internaliza al encontrarse en el espacio, las emociones que se le despiertan, etc.

Es evidente que puede haber una interacción entre el desarrollo y enriquecimiento de la estructura mental y la condición socioeconómica de los niños(as). Empero, la comparación –parte esencial de este estudio– se dirige a determinar cuáles son las variables que mejor explican el comportamiento de los niños (as) en el centro comercial: las mentales o las sociales.

## MÉTODO

El trabajo de investigación, en esta fase, se realizó mediante una comparación de los resultados parciales de los antes dos estudios citados. La comparación fue factible puesto que en ambos se siguieron los mismos procedimientos metodológicos y técnicos para el registro de la información primaria (meses, semanas, días y horarios; puntos de observación de la conducta de los niños(as); personas a cargo del registro de la información). Las observaciones se efectuaron con una diferencia de un año (2002 - 2003).

Para el procesamiento de la información se procedió a elaborar una pauta de codificación, que fue empleada para organizar el registro de las observaciones realizadas. En cada estudio (pobres y acomodados) se definieron las mismas dimensiones, registrándose solo algunas variaciones a nivel de indicadores.

En síntesis, se empleó el siguiente procedimiento:

- a) Se revisó la información relevante de ambos estudios para cada una de las dimensiones y variables existentes.
- b) A continuación se procedió a observar ambos listados y seleccionar las dimensiones y variables en las cuales era factible realizar un análisis comparativo.

- c) Con las dimensiones y variables seleccionadas se procedió a generar tablas que contenían las cifras de los comportamientos observados en los niños(as) pobres y acomodados.
- d) Con estos antecedentes se procedió al análisis comparativo, elaboración de resultados y discusión.

El resultado del estudio comparativo fundamentalmente quedó situado en un plano descriptivo, poniendo particular énfasis en captar diferencias y semejanzas que posteriormente dieran pie a la realización de estudios de mayor profundidad sobre la percepción de los niños en su condición de «consumidores» .

## RESULTADOS

### Características generales

1. *Número de niños(as) que visitan el centro comercial según condición económica*

Si se considera que ambos estudios (*niños(as) pobres, niños(as) acomodados*) se hicieron siguiendo las mismas pautas metodológicas y durante los mismos meses, días y horarios, pero en años consecutivos, se observa que el número de niños (as) acomodados que visitó el centro comercial fue mayor al de niños(as) pobres (un 22,0% más).

2. *Porcentaje de visitas al centro comercial según sexo y condición socioeconómica*

Como se ve en la tabla 1, en ambos grupos (pobres y acomodados) el porcentaje de varones que visitaron el centro comercial, en el período de observación, fue superior al de las niñas, siendo esto más evidente en el caso del grupo acomodado. Sin embargo, no hubo

relación de dependencia entre la variable socioeconómica de los niños (as) y el sexo de éstos (as).

**Tabla 1**

Porcentaje de visitas según sexo de los niños(as) y condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	VARONES		NIÑAS		TOTAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
POBRES	124	54.9	108	45.1	226	100.0
ACOMODADOS	163	59.0	115	41.0	278	100.0

Ji cuadrado observado; 1.4; ji cuadrado crítico = 3,84

### 3. *Porcentaje de visitas de los niños(as) a los espacios prefijados del mall según condición socioeconómica*

Cabe mencionar que los dos grupos de niños(as) (pobres y acomodados) fueron observados dentro del centro comercial en cuatro espacios específicos: comida, vestuario, recreación y varios. Como lo indica la tabla 2, en los niños (as) pobres el mayor porcentaje se registró en el sector de recreación (27,0%), y el menor en el de comida (21,0%); mientras que en los niños(as) acomodados exactamente al contrario, el mayor porcentaje en comida (27%) y menor en recreación (22%). Empero no se encontró una relación de dependencia entre la condición socioeconómica y el porcentaje de visitas a los espacios prefijados en el mall.

**Tabla 2**

Porcentaje de visitas de los niños(as) a los espacios prefijados según nivel socioeconómico

CONDICIÓN DEL NIÑO	ESPACIO DE REGISTRO Y PORCENTAJE DE NIÑOS OBSERVADOS									
	COMIDA		VESTUARIO		RECREACIÓN		VARIOS		TOTAL	
	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº
POBRES	21.1	48	25.4	58	27.2	62	26.3	60	100.0	228
ACOMODADOS	27.0	75	26.3	73	21.6	60	25.2	70	100.0	278

Ji cuadrado observado=3.51, ji cuadrado crítico=5.99

#### 4. *Porcentaje de niños (as) según tipo de vestimenta y condición socioeconómica*

En ambos grupos predomina el porcentaje de niños(as) cuya vestimenta fue calificada por los observadores como normal (70,0%). Sin embargo, cerca de un 20,0% de niños(as) pobres muestran un vestuario raído, situación que no se presenta en los acomodados. Además, en estos últimos se registró un 10,0% con ropa de «marca», y un porcentaje similar con vestimenta extravagante.

#### 5. *Porcentaje de niños (as) según fenotipo y condición socioeconómica*

La amplia mayoría de los niños(as) pobres eran morenos (80,0%), porcentaje que desciende a 27,0% en el caso de los acomodados. Predomina en estos últimos el fenotipo trigueño (45,0%) y hay presencia de niños rubios (25,0%). Si bien la mayoría de los niños(as) en ambos grupos eran delgados, el porcentaje de niños(as) obesos fue superior en el caso de los pobres que en los acomodados (25 y 11 % respectivamente)

### **Entrada a los espacios predeterminados**

#### 1. *Formas de recorrer el espacio del mall según condición socioeconómico*

Como se observa en la tabla 3, al comparar la forma en que los niños(as) enfrentaban el recorrido por el espacio del centro comercial se detectó una relación de dependencia entre la condición socioeconómico de éstos y la manera de hacer el recorrido. En general, el porcentaje de niños(as) que llegaron al lugar solos, es decir, sin acompañantes, fue escaso; sin embargo, los pobres fueron proporcionalmente más numerosos que los acomodados (16,0 y 6,0% respectivamente). Por otro lado, los niños(as) acomodados y pobres de preferencia vinieron al centro comercial acompañados de una persona adulta, pero los últimos lo hicieron en un porcentaje menor (63% acomodados, 49% pobres). Además, un número leve-



mente superior de niños(as) pobres que de acomodados concurren al centro comercial acompañados por más de una persona (35 y 31 % respectivamente).

**Tabla 3**

Porcentaje de niños(as) solos, acompañados por una persona o más según condición económica

CONDICIÓN DEL NIÑO	FORMA DE RECORRIDO DEL NIÑO (%)							
	SOLOS		ACOMPANADOS POR UNA PERSONA		ACOMPANADOS POR MÁS DE UNA PERSONA		TOTAL	
	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°
15,5	35	49,1	111	35,4	80	100,0	226	
6,5	18	62,9	175	30,6	85	100,0	278	

Ji cuadrado observado = 14.68, ji cuadrado crítico = 5.99

La tabla 4 muestra que existe una relación de dependencia entre la variable condición socioeconómica y el sexo del o los acompañantes. A pesar de que la mayoría de los niños(as) fueron acompañados por mujeres, los niños(as) acomodados lo hicieron en un porcentaje levemente inferior que los pobres (44 y 55% respectivamente). Por otro lado, si bien en ambos grupos la presencia del acompañante masculino fue menor que el femenino, en los niños(as) pobres esto fue más acentuado (17% en pobres, 29% en acomodados). Cuando los acompañantes de los niños(as) fueron hombres y mujeres juntos, en ambos grupos los porcentajes alcanzaron porcentajes similares (28 % pobres, 27% acomodados).

**Tabla 4**

Porcentaje por sexo del acompañante según condición socioeconómica de los niños(as)

CONDICIÓN DEL NIÑO	SEXO DEL ACOMPAÑANTE (%)							
	SOLO MUJERES		SOLO HOMBRES		MUJERES Y HOMBRES		TOTAL	
	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°
POBRES	55,5	106	16,8	32	27,7	53	100,0	191
ACOMODADOS	43,7	114	29,5	77	26,8	70	100,0	261

Ji cuadrado observado = 10.65, ji cuadrado crítico = 5.99.

Cuando el acompañante fue sólo hombre, tanto en el grupo de los pobres como en el de los acomodados fueron de preferencia con niños varones. Al analizar la tabla 5 se observa que existe una relación de dependencia entre la condición socioeconómica de los niños(as) y la edad de los acompañantes. En ambos grupos (pobres y acomodados) la edad de los acompañantes fue mayormente la de una población adulta, siendo levemente superior en los niños acomodados (48% pobres, 52% acomodados). Ahora, si bien el porcentaje de adultos mayores como acompañantes de los niños(as) pobres no fue alto (8%), en los acomodados éste estuvo casi ausente (2%).

**Tabla 5**

Porcentaje de edad de los acompañantes por nivel socioeconómico de los niños(as)

CONDICIÓN DEL NIÑO	EDAD DEL ACOMPAÑANTE													
	MENOR		IGUAL EDAD		JOVEN		MAYOR		ADULTO		HETEROGÉ-NEO		TOTAL	
	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº
POBRES	0.0	0	6.7	12	15.1	27	48.0	86	8.4	15	21.8	39	100.0	179
ACOMODADOS	3.5	9	3.5	9	13.2	34	52.5	135	1.9	5	25.3	65	100.0	257

Ji cuadrado observado= 19.57, ji cuadrado crítico= 11.1

Donde se observaron diferencias sustantivas entre ambos grupos de niños(as) fue en la forma como se acercaban al espacio de recorrido. La tabla 6 da cuenta de una relación de dependencia entre la condición socioeconómica de los niños(as) y el tipo de conducta de acercamiento. En los niños(as) pobres mayoritariamente sus conductas se registraron en la categorías «pasiva» (46%) y, segundo, en la categoría «indiferente» (41 %). En cambio, en los niños(as) acomodados, la mayor frecuencia estuvo en la conducta activa (66%) y en segundo lugar la categoría «pasiva» (21 %).

**Tabla 6**

Porcentaje de conductas de acercamiento al espacio de los niños(as) que vienen acompañados según su condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA DE ACERCAMIENTO AL ESPACIO NIÑOS ACOMPAÑADOS									
	INDIFERENTE		ACTIVA		PASIVA		EVITATIVA		TOTAL	
POBRES	40.5	70	9.8	17	45.7	79	4.0	7	100.0	173
ACOMODADOS	12.1	30	66.0	163	21.1	52	0.8	2	100.0	247

Ji cuadrado observado = 133.7, ji cuadrado crítico = 7.81.

## 2. Conducta de los niños( as) hacia los acompañantes y de éstos hacia ellos

Se manifestaron importantes diferencias entre ambos grupos de niños(as) en lo referente a cómo interactuaron con los acompañantes al momento de enfrentar el espacio del mall. Como se observa en la tabla 7, existió una relación de dependencia entre ambas variables. La gran mayoría de los niños(as) pobres se comportaron pasivamente (86%), mientras que en los acomodados un porcentaje cercano al 50,0% lo hace dialogando y la conducta pasiva se sitúa sólo en un segundo lugar (41 %). Se debe destacar además que en el caso de los niños(as) pobres, aproximadamente un 10% muestra conductas compulsivas/manipuladoras –es decir, de exigencia y disconformidad- hacia sus acompañantes, porcentaje que en los niños acomodados es insignificante.

**Tabla 7**

Conductas del niño(a) frente al acompañante según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA DEL NIÑO(A) FRENTE AL ACOMPAÑANTE EN ACERCAMIENTO AL ESPACIO													
	PASIVA		DIÁLOGO		SÚPLICA		COMPULSIÓN		MANIPULACIÓN		OTRA		TOTAL	
POBRES	86.3	149	0.0	0	0.0	0	6.9	12	2.9	5	4.0	7	100.0	
ACOMODADOS	41.1	99	49.8	120	5.0	12	0.8	2	1.7	4	1.7	4	100.0	241

Ji cuadrado observado = 143.5, ji cuadrado crítico = 11.1

Como se constata en la tabla 8, hubo una relación de dependencia entre la condición socioeconómica y la conducta de los niños(as) hacia sus acompañantes. El comportamiento de los niños(as) acomodados -hacia sus acompañantes- tuvo una marcada disposición activa (93%), lo que se tradujo en diálogos o consultas respecto a los objetos. Entre los niños pobres, si bien la conducta activa también fue mayoritaria (73%), aconteció en un porcentaje significativamente inferior.

**Tabla 8**  
 Conducta del niño(a) hacia los acompañantes según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA NIÑO FRENTE A ACOMPAÑANTE					
	ACTIVA		PASIVA		TOTAL	
POBRES	72.8	75	27.2	28	100.0	103
ACOMODADOS	93.6	190	6.4	13	100.0	203

Ji cuadrado observado = 12.28, ji cuadrado crítico = 3.84

En la tabla 9 se observa que la respuesta de los acompañantes hacia la conducta de los niños(as) no tuvo una relación de dependencia con la variable socioeconómico. Se evidenció en un 42% una disposición de rechazo por parte de las acompañantes mujeres ante la solicitud de los niños(as) pobres. Esta actitud con relación a los acompañantes hombres fue de un 27%. En los niños(as) acomodados se encontró por parte de las mujeres, un 26% una actitud de rechazo a los requerimientos de los niños(as). No se dispuso de información al respecto en los acompañantes hombres.

Algo que se debe destacar fue la existencia de conductas negativas, a través de gestos, de parte de las mujeres hacia los niños(as). En los pobres, un 20% de mujeres, y en los acomodados un 24%. En los acompañantes hombres se encontró esta conducta hacia los niños(as) pobres en un porcentaje similar al de las mujeres. De los acomodados no hubo datos.

**Tabla 9**  
**Conducta del acompañante –según sexo de éste–**  
**los requerimientos de los niños(as) según condición**  
**socioeconómica de éstos**

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA ACOMPAÑANTE, SEGÚN SEXO DE ESTE, EN ACERCAMIENTO A ESPACIO								
	SEXO ACOMPAÑANTE	COLABORACIÓN		CONDUCTA GESTUAL NEGATIVA		CONDUCTA VERBAL NEGATIVA		TOTAL	
POBRES	HOMBRES	72.4	42	17.2	10	10.3	6	100.0	58
	MUJERES	57.5	69	20.0	24	22.5	27	100.0	120
ACOMODADOS	HOMBRES	S/I		S/I		S/I		-	-
	MUJERES	73.6	81	24.5	22	1.8	2	100.0	110

Ji cuadrado observado = 4.71, ji cuadrado crítico = 5.99

### 3. Conducta de los niños(as) frente a los espacios y objetos de compra

La conducta de los niños(as) en el espacio de compra mostró marcadas diferencias, según se ve en la tabla 10, y existe una relación de dependencia con la condición socioeconómica. La gran mayoría de los niños(as) acomodados se movieron en el espacio de compra con un objetivo claro, sin dedicar mayor atención a otros objetos que no fueran de su interés. Así, un 70% se ubicó en la categoría «predefinido directo». En el caso de los niños(as) pobres, si bien el mayor porcentaje se encuentra en la categoría «predefinido directo» (43%), es significativamente inferior a la de los niños (as) acomodados. Además, en el grupo pobre todas las otras categorías tuvieron porcentajes más altos que los del grupo acomodado, lo que da cuenta de parte de los niños(as) pobres de un interés por prolongar la permanencia en el lugar mediante un recorrido y detención para solo observar.

**Tabla 10**  
 Porcentaje de conductas de los niños(as) en el espacio de compra según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA DE NIÑO(A) EN ESPACIO DE COMPRA									
	PREDEFINIDO DIRECTA		PREDEFINIDO CON RECORRIDO		DE RECONOCIMIENTO SIMPLE		DE RECONOCIMIENTO REITERADO		TOTAL	
	POBRES	42.7	90	18.0	38	35.1	74	4.3	9	100.0
ACOMODADOS	70.3	97	5.8	8	21.7	30	2.2	3	100.0	138

Ji cuadrado observado = 27.37, ji cuadrado crítico = 7.81.

Como se observa en la tabla 11, se encontró dependencia entre la variable socioeconómica y la conducta del niño(a) frente a los objetos. Contrariamente a lo que se pudiese esperar, fueron más bien los niños(as) acomodados lo que mostraron una conducta pasiva ante los objetos de su atención, y esto en un porcentaje bastante elevado (87,0% de los registros), situación que no se observó en absoluto entre los pobres. Además, la gran mayoría de estos últimos muestran una conducta activa y autónoma ante los objetos (77%), lo que, en otras palabras, quiere decir que se dirigían a éstos sin que mediaran mayormente sus acompañantes. Los niños (as) acomodados se dejaron menos inducir por los acompañantes que los niños(as) pobres (22% pobres, 7% acomodados)

**Tabla 11**  
 Porcentaje de conductas de los niños(as) frente a los objetos según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA DE NIÑO(A) FRENTE A LOS OBJETOS						TOTAL	
	PASIVA		ACTIVA AUTÓNOMA		ACTIVA INDUCIDA			
POBRES	0.0	0	77.5	134	22.5	39	100.0	173
ACOMODADOS	87.0	127	5.5	8	7.5	11	100.0	146

Ji cuadrado observado = 254.2, ji cuadrado crítico = 5.99.

El comportamiento anterior se ve de alguna manera refrendado al momento de comparar el tratamiento que dan los niños(as)

a los objetos de su atención. Sin embargo, cabe destacar que la variable socioeconómica y el tipo de tratamiento hacia los objetos fue independiente, es decir, no hubo relación entre ambas. La tabla 12 nos muestra que los niños(as) acomodados y pobres manifestaron en un porcentaje no despreciable distancia respecto a los objetos (44 y 37% respectivamente). Cuando los niños(as) tuvieron una conducta de cercanía activa frente a los objetos, los tomaban y manipulaban. Este comportamiento fue en los pobres de 47% y en los acomodados 34%. Por el contrario, la cercanía pasiva, es decir, sin hacer nada frente a los objetos, sólo mirados, fue de un 16% en los pobres y 21 % en los acomodados. Sin embargo, cabe recalcar que todas las diferencias encontradas no fueron significativas.

**Tabla 12**  
Porcentaje de conductas de los niños(as) según tipo de tratamiento hacia los objetos

CONDICIÓN DEL NIÑO	TRATAMIENTO HACIA LOS OBJETOS POR EL NIÑO(A) DEL NIÑO							
	LEJANO		CERCANO ACTIVO		CERCANO PASIVO		TOTAL	
POBRES	37,5	60	46,9	75	15,6	25	100,0	160
ACOMODADOS	44,4	80	34,4	62	21,1	38	100,0	180

Ji cuadrado observado = 5.69, ji cuadrado crítico = 5.99.

#### 4. Conducta de compra propiamente tal

Como se podría suponer, se encontró una relación de dependencia entre la variable socioeconómica y la cantidad de compras realizadas por los niños (as). La incursión de los niños(as) al espacio de compra muestra que los pobres, en aproximadamente el 70%, no adquieren nada, porcentaje que entre los acomodados fue sólo de 14%. No obstante, el acto de compra de los niños(as) acomodados en su gran mayoría (78%) se reduce a una adquisición mínima. Por otra parte, el porcentaje que efectúa una compra relevante en ambos grupos es inferior al 10%, pero hubo una pequeña diferencia de puntos porcentuales a favor de los niños(as) pobres (ver tabla 13).

**Tabla 13**

Porcentaje de cantidad de compras por condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	CONDUCTA DE COMPRA (CANTIDAD DE BIENES ADQUIRIDA)							
	MÁXIMA		MÍNIMA		NINGUNA		TOTAL	
POBRES	9.7	22	22.1	50	68.1	154	100.0	226
ACOMODADOS	7.4	11	78.5	117	14.1	21	100.0	149

Ji cuadrado observado = 120.79, ji cuadrado crítico = 5.99

Al leer la tabla 14 se observa una relación de dependencia entre lo socioeconómico y la participación del niño(a) en el acto final de compra. Los niños(as) acomodados al momento de cancelar el o los bienes, en la mayoría de los casos tuvieron una participación efectiva, o sea, procedían a pagar o participar activamente en el acto de cancelación (92%), por lo que el porcentaje de niños(as) marginados de esta fase fue en este grupo mínimo. Por el contrario, la mayoría de los niños(as) pobres fueron excluidos del acto de pago (75,0%).

**Tabla 14**

Porcentaje de participación de los niños(as) en el acto final de compra según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	PARTICIPACIÓN DEL NIÑO(A) EN ACTO FINAL DE COMPRA (PAGO)					
	INCLUSIÓN		EXCLUSIÓN		TOTAL	
POBRES	25.4	17	74.6	50	100.0	67
ACOMODADOS	92.0	92	8.0	8	100.0	100

Ji cuadrado observado = 78.37, ji cuadrado crítico = 3.84.

### 5. Conductas específicas en los espacios de comida y recreación

#### Espacio de comida

En cuanto al consumo de alimentos, se observa en la tabla 15 una relación de dependencia entre la condición socioeconómica del niño(a) y la disposición de éste al consumo de alimentos. El



porcentaje de niños(as) inducidos al consumo por los acompañantes fue más alto en los acomodados que en los pobres (46 y 42% respectivamente). Si bien entre los niños(as) acomodados el rol de los adultos en la definición del consumo de alimentos fue importante, fue mayor aún la incidencia activa del niño(a) en ello (53%). En los niños (as) pobres, la inducción activa al consumo por parte de los adultos fue significativamente menor que en los acomodados (32% versus 53% respectivamente). Un porcentaje importante de niños (as) pobres (26%) inducen el consumo, pero desde una posición menos activa que los acomodados.

**Tabla 15**

Porcentaje hacia la disposición al consumo de alimentos de parte de los niños(as) según condición socioeconómica

CONDICIÓN NIÑOS	DISPOSICIÓN AL CONSUMO DE ALIMENTOS							
	INDUCIDO POR ADULTO		INDUCIDO NIÑO DIRECTO		INDUCIDO NIÑO		TOTAL SECUNDARIO	
POBRES	41.9	13	32.3	10	25.87	8	100.0	31
ACOMODADOS	46.2	48	52.9	55	1.0	1	100.0	104

Ji cuadrado observado = 23.86, ji cuadrado crítico = 5.99.

Como se observa en la tabla 16, hubo una relación de dependencia entre lo socioeconómico y la manera de acercarse el niño(a) al consumo de alimentos. Mientras entre los niños(as) pobres es más bien un acto colectivo entre adultos y niños (86%), en los acomodados ello es eminentemente un acto individual (74%), observándose que los acompañantes de éstos solamente en un momento posterior se incorporan a la actividad de alimentación, quedando entonces la iniciativa radicada en los adultos.

**Tabla 16**

Porcentaje en formas de acercamiento de los niños(as) al consumo de alimentos según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	FORMA DE ACERCAMIENTO AL CONSUMO DE ALIMENTOS					
	ACTO INDIVIDUAL		ACTO COLECTIVO		TOTAL	
POBRES	13.9	5	86.1	31	100.0	36
ACOMODADOS	73.7	42	26.3	15	100.0	57

Ji cuadrado observado = 31.59, ji cuadrado crítico = 3.84.

La relación entre la variable socioeconómica y la disposición del niño(a) hacia el consumo de alimentos son definitivamente dependientes, como se observa en la tabla 17. La mayoría de los niños(as) pobres (65%) tuvo una disposición activa al consumo de alimentos; no se registraron niños(as) que manifestaran una actitud de indiferencia hacia la comida. Por el contrario, entre los niños(as) acomodados sólo un porcentaje cercano al 40,0% manifestó una disposición activa al consumo, y cerca de un 25,0% no dio mayores muestra de entusiasmo, pero tampoco de desagrado.

**Tabla 17**

Porcentaje de disposición de los niños(as) al consumo de alimentos según condición socioeconómica

CONDICIÓN DEL NIÑO	DISPOSICIÓN AL CONSUMO DE ALIMENTOS POR PARTE DE LOS NIÑO(AS)							
	ACTIVA		PASIVA		NEUTRAL		TOTAL	
POBRES	64.7	22	35.3	12	0.0	0	100.0	34
ACOMODADOS	42.9	21	32.7	16	24.5	12	100.0	49

Ji cuadrado observado = 10.18, ji cuadrado crítico = 5.99.

En los niños(as) acomodados, la instancia de consumo de alimentos se transformaba, mayoritariamente, en un espacio para una interacción festiva (86%). Entre los niños pobres fue este momento algo más bien en que los participantes ingerían los alimentos de manera silenciosa (50%) o en un diálogo de escasas expresiones de jolgorio (22%). Por lo anterior, es obvio el hallazgo

de dependencia entre la variable socioeconómica y el tipo de interacción entre el niño(a) y los adultos a la hora del consumo de alimentos (ver tabla 18).

**Tabla 18**  
Porcentaje de interacción durante el consumo de alimentos  
según condición socioeconómica

CONDICIÓN NIÑOS	INTERACCIÓN DURANTE EL CONSUMO DE ALIMENTOS							
	FESTIVA		DIALOGADA		SILENCIOSA		TOTAL	
POBRES	21.9	7	28.1	9	50.0	16	100.0	32
ACOMODADOS	86.2	56	13.8	9	0.0	0	100.0	65

Ji cuadrado observado =43.89, ji cuadrado crítico =5.99.

Finalmente, se observó el comportamiento de los niños(as) y sus acompañantes al momento de retirarse del lugar del consumo de alimentos: Colocar en las bandejas los desechos o comida sobrante, depositarla en los recipientes dispuestos para esto y dejar las bandejas en el lugar indicado para ello. Entre los niños(as) pobres y los niños acomodados la aceptación de esta norma fue en un 62 y 50% respectivamente. Por tanto, se observó niños(as) que transgredieron la norma en un 29% (pobres) y 23% (acomodados). Por otra parte, en los niños (as) acomodados la aceptación parcial de la norma, es decir, sin asumir todo el ritual, tuvo un porcentaje mayor que entre los pobres (27 y 9% respectivamente). Sin embargo, cabe destacar que se encontró estadísticamente una relación de independencia entre la variable socioeconómica y la conducta de niños(as), por tanto las diferencias no son estadísticamente significativas (ver tabla 19).

**Tabla 19**

Porcentaje de conducta de los comensales al final del consumo de alimentos según condición socioeconómica

CONDICIÓN NIÑOS	CONDUCTA DE LOS COMENSALES AL FINAL CONSUMO ALIMENTOS							
	ACEPTACIÓN NORMAL		ACEPTACIÓN		TRASGRESIÓN PARCIAL NORMAL		TOTAL NORMAL	
POBRES	61.9	13	9.5	2	28.6	6	100.0	21
ACOMODADOS	50.0	22	27.3	12	22.7	10	100.0	44

Ji cuadrado observado = 2.61, ji cuadrado crítico = 5.99

### Espacio de recreación

En el caso de la participación de los niños en el espacio de los juegos, en la tabla 20 se observa que hubo una relación de dependencia entre la variable socioeconómica y el tipo de interacción de parte de los niños(as) con las máquinas. En los niños(as) pobres suscitó una conducta polar: o fue «efusiva» (66%) o bien de frustración (34%). En el grupo acomodado, el comportamiento fue más variado, distribuyéndose entre conductas calificadas como «tranquila» (38%), «efusiva» (29%) o «displaciente» (34%). Entre los niños(as) acomodados no se registraron observaciones que dieran cuenta de un estado de frustración.

**Tabla 20**

Porcentaje de interacción de los niños con máquinas según condición socioeconómica

CONDICIÓN NIÑOS	INTERACCIÓN DEL NIÑO CON MÁQUINA									
	TRANQUILA		EFUSIVA		DISPLICENTE		FRUSTRACIÓN		TOTAL	
POBRES	0.0	0	65.9	29	0.0	0	34.1	15	100.0	44
ACOMODADOS	38.5	20	28.8	15	32.7	17	0.0	0	100.0	52

Ji cuadrado observado = 56.39, ji cuadrado crítico = 7.81

## DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos del estudio comparativo entre niños(as) pobres y acomodados pusieron de manifiesto en general un comportamiento significativamente distinto entre los primeros y los segundos. Por tanto, las conductas de unos y otros observadas en el centro comercial no pueden ser entendidas a partir de la fase cognitiva en que se encontraban los niños(as). Hubiese sido posible afirmar lo anterior si los resultados hubiesen mostrado una significativa primacía de relaciones independientes entre la variable condición socioeconómica y las distintas variables dependientes del estudio comparativo. Dado que esto resultó no ser el caso, sino que más bien la mayoría de los cruces entre la variable independiente —condición socioeconómica— y las distintas variables dependientes arrojaron una significativa relación, podría decirse que se está en presencia de un patrón social de formación que se impone sobre una fase cognitiva la que queda subsumida bajo las directrices sociales.

Lo anterior resulta altamente relevante toda vez que se transforma en una evidencia de que más allá de los estímulos que provienen del entorno centro comercial, las pautas de socialización —creadas y recreadas en un espacio social que se construye a partir de la posición estructural de los individuos en la sociedad— ejercen un peso significativo en la manera como los individuos se sitúan y desenvuelven en el centro comercial.

Las respuestas de los niños(as) y de sus acompañantes ante los estímulos del ambiente no hacen otra cosa que mostrar formas diferentes de socialización y, por tanto, maneras diversas de comportarse y resolver situaciones sociales.

El centro comercial con todos sus dispositivos no puede ser visto como un espacio que se instala para generar comportamientos estandarizados, a pesar de que quizá entre los propósitos de sus diseñadores sí lo estuvo. El mall sucumbe ante esquemas de conducta establecidos socialmente y se convierte en un escenario que le da continuidad y refuerza patrones de comportamiento elaborados

en la cotidianeidad del espacio socioeconómico al que pertenecen los niños(as). Se podría pensar que los individuos son capaces de derrotar los designios del mall al fijar su impronta en el recorrido por el espacio y quedan presa de los esquemas conductuales que han sido desarrollados en el escenario social amplio, y en el escenario socioeconómico de clase en particular.

La forma predominante en que confluye la concurrencia al mall; la manera en que se comportan los niños(as) frente a los espacios, frente a sus acompañantes y los objetos y las dinámicas sociales en las que se ven involucrados, son, en la mayoría de los casos, diferentes si se considera la condición socioeconómica de los niños(as). Lo anterior es una muestra clara de cómo los patrones socializantes se reproducen y refuerzan en el centro comercial superando la ilusión y apariencia de querer ser espacios abiertos y dispuestos para la innovación. Más aun, la «derrota» psicossocial que se observa en el mall se suma entonces a otros espacios como la escuela, que citáramos en la introducción, para reforzar las diferencias sociales.

Ahondando más en lo particular de los resultados, se podría sostener que la incursión en un espacio de compra adquirió un carácter más exploratorio y lúdico entre los niños(as) pobres (concurren en mayor proporción solos, en grupos de pares y sin acompañantes), mientras que en los acomodados la visita tuvo un sentido más «comercial» (concurren de preferencia acompañados de una persona). Por otra parte, lo anterior también puede ser visto como un desenvolverse más temprano de los niños(as) pobres que los acomodados sin la tutoría de un adulto, lo que podría dar paso a la construcción de mecanismos de inserción más autónomos e innovadores por parte de los niños(as) pobres, proceso que estaría relativamente más retardado entre los niños(as) acomodados, inclinándose éstos más hacia una reproducción de pautas sociales establecidas.

El mall no hace otra cosa que ofrecer un nuevo espacio para recrear las pautas sociales dominantes en nuestra sociedad: Los niños(as), según nuestros resultados, están bajo la tutela del

sexo femenino, y ello es más acentuado en los sectores pobres. El sexo masculino adulto, por otro lado, está más bien al margen del proceso de socialización económica en el mall, dado que ésta se encuentra más bien mediada por las mujeres.

La reproducción de patrones tradicionales de conducta se ve reforzada en el centro comercial, en la medida que los niños(as) pobres como acomodados vienen a éste en compañía de población adulta, lo que deja poco espacio para la construcción y definición autónoma de pautas de comportamiento por parte de los niños(as) solos o junto a sus pares. El niño(a), tanto pobre como acomodado, se encuentra dentro del centro comercial en un ambiente en el que reproduce comportamientos internalizados fuera de éste y los cuales continúan —en ese espacio— reproduciendo los adultos. \*

Pero una cosa es reproducir pautas de comportamiento y otra es cómo viven los individuos su presencia en los espacios sociales, que en nuestro caso es el centro comercial. Es decir, la posibilidad de participar, real o simuladamente, en el espacio de consumo ya está plasmada en el comportamiento de las personas a temprana edad. La forma como los niños(as) de una y otra condición se acercan al espacio del mall pone de manifiesto que para unos hay una distancia casi infranqueable con los objetos o bienes de consumo dispuestos a la vista (estar dentro, pero fuera), mientras que para otros la distancia es superable y el consumo se hace efectivo (estar dentro).

Los niños(as) pobres y acomodados aceptan las pautas establecidas por el mall. Son pocos los que intentan romper lo que

\* Esto lleva a interrogarse sobre la forma como la sociedad va definiendo sus pautas y las modificaciones que ellas experimentan. La persistencia que muestran las pautas de socialización requiere que se distinga entre lo que son pautamientos cambiantes y otros que mantienen su impronta por largo tiempo (lo que historiadores como Braudel llaman la larga duración, para oponerlo a la coyuntura y el acontecimiento) y que van experimentando una especie de acoplamiento con las pautas que se transforman, como sería el caso, por una parte, de las formas como la sociedad define la relación entre adultos y niños y su incorporación en sucesivas etapas del quehacer social y, por otra parte, las pautas que en virtud de transformaciones más aceleradas en ciertas esferas de la vida social requieren de adiestramientos con modificaciones más aceleradas.

parece un acuerdo tácito respecto al cómo comportarse; pero en el acercamiento e interacción con los acompañantes adultos, por un lado, y en el acto clásico del consumo, por el otro, el factor socioeconómico establece su impronta. Entre los niños(as) acomodados prima el diálogo, entre los pobres, la pasividad. Respecto al consumo, los niños(as) pobres saben que pueden estar presentes en el centro comercial, pero no para realizarse en el consumo. Por esto, en los resultados encontramos algunos atisbos de resistencia y confrontación por parte de ellos hacia los acompañantes adultos, intentando romper con algo que debe encontrarse internalizado: «se está pero no se consume». Significativamente son los niños(as) pobres los que muestran conductas de confrontación con los acompañantes; ¿quizás como manifestación de una socialización inacabada o incompleta dentro de la estructura de clase? O en los términos de Certeaux (1996), como «subversión» o las mil maneras que tienen los oprimidos y usuarios de la cultura, en nuestro caso los niños(as) pobres, de reapropiarse del espacio de la producción de ésta. Es decir, aceptando lo que cultural y socioeconómicamente es «lógico» que les suceda: «no consumir», pero, rebelándose a una situación tan absurda: «venir para observar pero no a completar el acto de consumo». Se está pero se está «fuera» parece ser la situación predominante entre los niños(as) pobres.

Y la manera de salvar en parte la situación es prolongar su relación con los objetos en el espacio. Mientras los niños(as) acomodados se dirigen a los objetos de su atención sin atender a otros objetos, los niños(as) pobres hacen del recorrido la forma de «apropiación», es decir, la apropiación simulada que se queda en la pura mirada. De ahí que la disposición frente a los objetos sea más activa (manipulación de objetos, olerlos, observarlos detenidamente, etc.). Este es el momento para la «apropiación», porque el proceso total de «consumo» concluye aquí. En los niños(as) acomodados existe la posibilidad efectiva de que mirar los objetos sólo represente una de las primeras fases del proceso de consumo, ya que mirar puede traducirse en la compra. Por tanto, mirar los objetos es muestra de la posibilidad de consumo. Así, en unos,



los pobres, mirar, manipular, acercar los objetos, es un acto de consumo terminal, y en los otros, los acomodados, puede ser más bien como inicial.

Podríamos entonces pensar que probablemente los niños(as) acomodados participan activamente con los adultos en el hogar y en el centro comercial de las fases descritas por la psicología económica para el proceso de consumo. Luna (1998) habla de tres etapas del proceso de toma de decisiones relativas al consumo: «Pre-Compra», donde se piensa qué se va adquirir, dónde, con qué dinero, con crédito, etc. «Compra», donde se discierne qué es lo que se va a comprar, la marca, el acto mismo de la adquisición, la influencia del vendedor, etc., y «Post-Compra», donde surgen los sentimientos por el acto la comparación entre lo comprado y las expectativas, valoración entre lo invertido y beneficio, grado de satisfacción por lo comprado, etc. Esta participación por parte de los niños(as) acomodados es la que los prepara como consumidores racionales o irracionales, compulsivos o moderados, simbólicos o adictivos, etc. (Beattie, 1997, Elliot, 1994, Hanley & Wilhelm, 1992; Loudon & Bitta, 1993). En este sentido, por los comportamientos observados en los niños(as) pobres, presumimos que éstos no están tan expuestos al anterior aprendizaje y menos condicionados al consumo impulsivo, compulsivo o adicto descritos magistralmente por los autores antes mencionados.

Debe aclararse que la comparación efectuada en este estudio sólo recolectó datos respecto a la etapa de «Compra» antes mencionada. El tipo de participación en el ritual de la compra en el centro comercial, de los niños(as) pobres como acomodados, es en general un asunto vital para el funcionamiento de ellos en su vida adulta en el plano de lo económico. Estar en el centro comercial constituye un aprendizaje de cómo participar en la acción de la compra, aunque sea ésta un acto todavía incompleto. La adquisición de cosas insignificantes o definitivamente ninguna, como se vio en los resultados, puede ser interpretado como evidencia que se está frente al fenómeno del aprendizaje económico, tanto para los niños(as) pobres como acomodados. El acto de compra, según los

resultados comparativos, no hace otra cosa que poner de manifiesto la distancia que separa a ambos mundos: los niños(as) pobres no adquieren nada (estar fuera) los acomodados sí (estar dentro).

Y si los niños(as) pobres mayoritariamente no participan en los momentos que el consumo se hace factible, es decir, no son considerados en el acto de cancelar (cosa que acontece entre los acomodados), ¿qué explicación puede haber para esto? Más que explicación surge la idea de que hay una inducción más temprana en el acto de compra entre los niños(as) acomodados, y al ser éste un aprendizaje prematuro en la edad evolutiva del niño(a), de alguna manera, por las características del desarrollo del sistema nervioso, los habilita presumiblemente en forma ventajosa para desenvolverse en espacios de consumo. Los niños(as) pobres que experimentan un retraso al respecto están evidentemente en desventaja en lo relativo al aprendizaje económico. El hecho de que ellos están en el centro comercial pero deben mantenerse distante del acto efectivo de compra, como algo que no les pertenece, que les está vedado, debe tener una decisiva influencia en el aprendizaje económico de éstos. Lo suyo es la contemplación, no la apropiación del objeto; es la evidencia clara de la imposibilidad del acto de consumo. Entre los niños(as) acomodados es la apertura al consumo, es parte del rito que quizás comenzó en el hogar, y sus «maestros» son consumidores ya consolidados. Sin embargo, no debemos olvidar que junto a los parabienes que este aprendizaje tiene para el desarrollo en el plano de lo económico, también existen inconvenientes como los mencionados anteriormente, es decir, que el aprendizaje tan prematuro transforme a los niños(as) en la vida adulta como consumidores compulsivos y no reflexivos, aspecto que no es menor por las características que está adquiriendo la sociedad capitalista, donde el índice del consumo fija una de las variables que determinan el desarrollo económico de los países.

Quedan dos espacios que merecen un comentario especial: el de la comida y el de la recreación. En el primero, la simulación no es factible, en el segundo existe la posibilidad de una doble simulación. Respecto al espacio de comida, y no analizando la

cantidad y tipo de alimentos ingeridos por los niños(as) y sus acompañantes, nos interesa discutir en torno a la forma como se realiza el acto de alimentación. En los niños(as) pobres adquiere un carácter marcadamente silencioso y pasivo, todo lo contrario de lo que acontece con los acomodados. Además, si el consumo de bienes en general es tan escaso para los niños(as) pobres, cabe preguntarse por qué la ingesta de comida, que es un acto de consumo, quizás el único para ellos, se realiza en un ambiente donde predomina la pasividad. Quizás la respuesta es que ello no hace otra cosa que confirmar que la presencia de los niños(as) pobres en el centro comercial —después de un recorrido que puede ser más o menos prolongado— sólo se limita a satisfacer una de las necesidades básicas. Es lo que todos los días se reproduce en su vida cotidiana: es decir, se transita por la ciudad y el barrio, se trabaja (cuando es posible), se circula incesantemente, para finalmente llegar a un hogar en el cual el mundo sigue circulando a través, por ejemplo, de la televisión, y frente al cual son meros espectadores, y donde generalmente sólo existe algo para comer. El mall se presenta de esta manera como el espacio donde la vida cotidiana se reproduce en lo público, donde podemos sentirnos como formando parte de un colectivo, aunque sea parte de un pobre colectivo.

¿Y es distinto entre los acomodados? La lógica es la misma pero los medios son distintos, y en esa medida la posibilidad efectiva de participar se materializa y pueden celebrarla.

Por otra parte, el espacio de juego, a grandes rasgos, discrimina a los niños(as) entre los que practican una única simulación (combatir, competir, vencer, etc., a través del juego) y los que desarrollan una doble simulación. Los primeros tienen la posibilidad efectiva de jugar, los segundos incluso deben simular que juegan en estos espacios. Pero es más, el acercamiento al juego entre los niños(as) pobres, cuando se hace efectivo, está cargado de la necesidad de hacer patente su logro como consumidor y establecer un vínculo estrecho con la máquina y el desafío que ella representa. Por tanto, su logro como consumidor debe verse coronado con la derrota de la máquina; de ahí su oscilación entre la efusividad y la frustración de parte de ellos.

Entre los niños acomodados ello es sólo un juego.

A pesar de todo lo anterior, algunos resultados del estudio comparativo ponen de manifiesto, aunque no de manera concluyente, que ciertas prácticas de socialización cruzan las diferencias socioeconómicas y se instalan más bien como pautas generales situadas en el plano de los sexos. Contrariamente a lo que se podría haber esperado, por tratarse de centros comerciales, espacios destinados preferentemente al consumo de bienes domésticos e individuales, los que en nuestra sociedad aparecen como tareas más bien propias de lo femenino, sean los niños varones quienes vienen más al mall, con lo cual queda abierta la interrogante sobre el peso de la relación entre lo público como espacio propio del niño varón y lo privado como algo asociado a la niña. Además, el fenómeno descrito es mucho más pronunciado en los niños(as) acomodados que en los pobres, lo que a su vez podría estar dando algunas pistas sobre el peso de ciertas pautas culturales en sectores económicos pudientes de nuestra sociedad respecto al tránsito entre lo privado y lo público, lo que habla de un conservadurismo sorprendente en la clase social adinerada.

En el caso de los acompañantes de los niños(as) al centro comercial, por el contrario, son las mujeres las que vienen con ellos en mayor número. Por tanto, la norma cultural es que a los niños varones les está más permitido salir de lo privado a lo público que a las niñas, pero quienes asumen el contacto con el tema del consumo como adultos son más bien las mujeres, las que se hacen cargo del tema y no tienen problemas para transitar de lo privado a lo público.

Finalmente, los resultados de este estudio coinciden conceptualmente con cuatro ideas centrales que se encuentran en un artículo de Kaulino (2004), resumidas como sigue y altamente relevantes para el enriquecimiento teórico de la psicología económica: 1) Nos encontramos frente al fenómeno de la monetarización de la sociedad a través de universalizar y especializar el dinero, los precios y las operaciones de pago, y como consecuencia de aquello, enfrentados a una escisión entre sociedad y economía, donde la

última se independiza como un sistema autorregulado de la primera. 2) el acto de consumir se refiere a una relación entre sujeto y objeto, donde el sujeto busca constituir su identidad desde los objetos con prescindencia de otro sujeto. 3) el mundo de los objetos de consumo se ofrece como ideal para la identificación infantil y como referencia de integración social. 4) la función de integración social se constituye por nichos de consumo basados en grupos de consumidores muy diferenciados que, a su vez, confirman su identidad en la pertenencia a estos mismos grupos. De ahí que la función integradora del consumo se manifieste también en la constitución de grupos de pertenencia y referencia, en los que los individuos pueden gratificarse afectivamente a través del reconocimiento del otro y donde la presión sobre la identidad individual por sostener estilos de consumo que ratifican sus autoimágenes reconocidas por los otros es, a la vez, una fuente de debilidad identitaria. Los individuos, más que desear los bienes de los otros, envidian a los que parecen poseer una subjetividad positivamente reconocida.

## REFERENCIAS

- AMAR, J., DENEGRI, M., ABELLO, R. & MARTÍNEZ, M. (2002). Pensamiento económico de los niños colombianos. *Análisis Comparativo en la Región Caribe*. Barranquilla: Ediciones Uninorre.
- BEATTIE, L. (1997). Consuming television; television and its audience; Sociology. *The Journal of the British Sociological Association, Solihull* [H.W. Wilson - SSA], Vol. 31, Iss. 4, 829.
- CERTEAUX, M. DE (1996). *La Invención de lo cotidiano*. A. C. México: Universidad Iberoamericana.
- DELVAL, J. (1989). La representación infantil del mundo social. En Turiel, Enesco & Linaza (Comp.). *El mundo social en la mente infantil*. Madrid: Alianza Psicología.
- DENEGRI, M. (1995b). *El desarrollo de las ideas acerca del origen y circulación del dinero: Un estudio evolutivo con niños y adolescentes*. España: Ediciones Universidad Autónoma de Madrid.
- DENEGRI, M., KELLER, A., PALAVECINOS, M., RIPOLL, M. & DELVAL, J. (1998b). La construcción de representaciones sociales acerca de la pobreza y desigualdad social en la infancia y adolescencia. *Psyke*, Vol.7, 13-24.
- ELLIOTT, R. (1994). Addictive consumption: function and fragmentation in post modernity. *Journal Consumo Policy*, 17(2), 159-79.

- HANLEY, A. & WILHELM, M.S. (1992). Compulsive Buying: an exploration into Self-esteem and money attitudes. *Journal of Economic Psychology*, 13, 518.
- KAULINO, A. (2004) Ideología del consumo y subjetividad contemporánea: Hacia una psicología económica diferenciada. *Revista de la Facultad Ciencias Humanas y Educación Universidad Diego Portales*, año 6, N° 6, Santiago Chile.
- LOUDON, D. & DELLA BITTA, A.J. (1993). *Consumer Behavior* (4th ed.). Nueva York: McGraw-Hill.
- LUNA AROCAS, R. (1998). *Dinero, trabajo y consumo* (p. 97-107). Valencia: Promolibro.
- PEÑA, C. (2005, 6 de marzo). *La mala educación*. Sección «Opinión» del diario *El Mercurio*, p. 23.