



<Reseña de tesis doctoral>

Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los y las adolescentes de la provincia de Barcelona.

Llarella Berríos Valenzuela

Fecha de presentación: 30/04/2010

Fecha de aceptación: 17/05/2010

Fecha de publicación: 19/07/2010

//Palabras clave

Sociedad de consumo, adolescencia, mundo desarrollado, construcción de valores, desarrollo moral.

//Referencia recomendada

Berríos, Ll. (2010). Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los y las adolescentes de la provincia de Barcelona. [En línea] *REIRE Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, Vol. 3, núm. 2, 131-. Accesible en: <http://www.raco.cat/index.php/REIRE>

// Datos de la autora

Llarella Berríos Valenzuela, Doctora en Pedagogía - Doctora Mención Europea Universitat de Barcelona. Correo electrónico: llarella@gmail.com

// Datos de la tesis doctoral

Título: Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los adolescentes de la provincia de Barcelona. <http://www.tdx.cat/TDX-0910107-134101>

Tesis leída el 20 de junio de 2007 en la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona

Directora: María Rosa Buxarrais Estrada

1. Presentación

La necesidad de comprender la influencia que la sociedad de consumo ejerce en los hábitos y la configuración de los valores de la adolescencia del siglo XXI es un tema clave de reflexión, debate e investigación científica, tanto en el contexto nacional como internacional. Se considera que este tipo de sociedad tiene un efecto incuestionablemente deshumanizador, que podríamos ejemplificar con el «tener frente al ser», formulado por Fromm (1976). Por este motivo, la presente investigación se aproxima desde la perspectiva pedagógica a este fenómeno, que no



Llarena Berríos Valenzuela. *Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los y las adolescentes de la provincia de Barcelona*

sólo afecta a los y las adolescentes, sino también a las familias y docentes en tanto que miembros de la sociedad de consumo.

2. Objetivos

El objetivo general consiste en: «identificar los hábitos de consumo de la población adolescente de la provincia de Barcelona, así como establecer el grado de influencia que la sociedad actual ejerce en la configuración de sus valores».

Dentro de los objetivos específicos se encuentran: analizar los hábitos de consumo, los valores y las expectativas de chicas y chicos. Establecer las principales diferencias de género en lo que concierne a hábitos de consumo, valores y expectativas de los adolescentes. Conocer la opinión que tienen los progenitores respecto a los hábitos de consumo, valores y expectativas de sus hijos/as. Profundizar en la opinión que tiene el profesorado respecto a estos hábitos de consumo y valores

3. Metodología

Nuestra investigación se enmarca en la perspectiva empírico-analítica, con enfoque ex – post – facto descriptivo, por encuesta. Se consideró que este enfoque era el más pertinente para realizar el presente estudio, dado que el propósito general es identificar los hábitos de consumo en la población adolescente de la provincia de Barcelona, así como establecer el grado de influencia que la sociedad actual ejerce en la configuración de sus valores. Esta modalidad utiliza dos instrumentos de recogida de información como son el cuestionario y la entrevista. Para ello, se realizó un cuestionario tanto a los y las adolescentes, como a sus familias, de tipo cerrado con 28 preguntas de tipo excluyente y ordenadas por intensidad. La entrevista que se utilizó con el profesorado, en cambio, fue de tipo semiestructurada con categorías a priori.

4. Resultados y conclusiones

Es importante destacar que tanto los y las adolescentes como sus familias manifestaron que los hábitos de consumo son totalmente «correctos». En ellos no se percibe un consumo exagerado, ni mucho menos una tendencia consumista. Lo mismo ocurre con los valores: todas las personas entrevistadas se decantan por los valores tradicionales y dejan de lado los que impone la sociedad de consumo. Resulta destacable que tanto los y las adolescentes de Italia como los de Barcelona, y sus respectivas familias, consideren que la publicidad influye en otras personas pero no en ellos ni en su núcleo familiar. Quizás esto quiere decir que no son capaces de darse cuenta de lo que realmente sucede o, simplemente, tienen una venda en los ojos que no les permite auto criticarse.

En el ámbito social se percibe todo lo contrario respecto al colectivo adolescente y sus hábitos de consumo, ya que las nuevas generaciones consumen más que antes y muchos de sus hábitos son inducidos por la familia. Éstas se someten a largas e intensas jornadas de trabajo, con el fin de tener una vida más «cómoda». Es difícil saber si las personas han respondido de manera honesta a la encuesta que les hemos proporcionado o si más bien han indicado lo que



Llarena Berríos Valenzuela. *Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los y las adolescentes de la provincia de Barcelona*

es políticamente correcto señalar. Éste es un riesgo que se corre en todas las investigaciones cuando se trabaja con la opinión de la gente.

Desde una perspectiva distinta, conocemos la opinión del profesorado quien sin duda alguna reconoce que el colectivo adolescente de hoy tienen hábitos consumistas y valores relacionados con el consumo, y que a ello ha contribuido la sociedad. Sin embargo, aluden también a la familia como la gran responsable del plano educativo. No es coincidencia que cada vez que pedimos la opinión del profesorado sobre consumo y valores, se aluda a la familia porque, obviamente, es el pilar fundamental de la sociedad. Como ya lo vislumbrábamos, existe un trinomio entre: alumnado- familia- instituto.

Este es el trinomio primordial en el sistema educativo. Pero si bien son las familias las principales encargadas de educar a sus hijos/as, consideramos que los institutos deben asumir un rol de colaboración en dicha tarea educativa. Lo que sucede es que la familia no asume el rol principal, no porque no quiera; padres y madres llegan a casa cansados y delegan mucha de su responsabilidad educativa en el instituto. Esto es lo que pudimos percibir en la investigación.

Por otro lado, es evidente que las familias necesitan apoyo pedagógico para realizar su labor educativa, es decir, requieren las herramientas necesarias para asumir la educación integral de sus hijos/as. Al fin y al cabo, nadie los ha educado para ejercer de padres y madres, y menos en el tema de valores y consumo.

Aunque sea reiterativo decirlo, el mal que aqueja a las familias del siglo XXI es el tiempo; siempre falta tiempo para todo y, lamentablemente, la educación de los hijos/as no queda excluida de esta querencia. Asimismo, la incorporación del sistema económico neoliberal en la sociedad ha impulsado la sociedad de consumo, los avances tecnológicos han dejado tanto a las familias, como al profesorado, desconcertado. Es cierto que muchos de los valores tradicionales se están perdiendo o se han perdido, pero es deber de la familia y del profesorado trabajar todos los temas de manera conjunta y congruente. Aquí es donde nos encontramos con una gran pregunta: ¿Está el profesorado capacitado para trabajar con los y las adolescentes y las familias temas como la educación para el consumo y los valores?

Desde nuestra posición, apreciamos que el profesorado no tiene una formación sólida en estas temáticas, por lo que sería difícil trabajar con las familias de la manera idónea. Quizás sea éste el motivo por el que el profesorado admite la importancia de una propuesta pedagógica, con elementos necesarios para trabajar en esta línea, lo que implicaría primero su formación en este ámbito en tanto que profesionales de la educación. Desde nuestra perspectiva tienen una doble responsabilidad: primero trabajar con los y las adolescentes y luego con las familias.

Este trabajo, obviamente, no es fácil porque implica un proceso de enseñanza - aprendizaje (PEA). El profesorado sabe la importancia que tiene la familia en la educación de chicos/as, en los temas de consumo y valores, pero creemos que son los institutos quienes deben entregar a las familias los elementos de aprendizaje sobre estas materias. Si los progenitores no han reflexionado sobre el consumo y los valores y no han realizado actividades pedagógicas, es difícil que tengan conciencia de qué trata, verdaderamente, este fenómeno. Por lo tanto, no se les puede exigir que eduquen de manera eficaz a sus hijos/as en este tema. Es esencial primero



Llarena Berríos Valenzuela. *Estudio descriptivo sobre la influencia de la sociedad de consumo en los valores y hábitos de los y las adolescentes de la provincia de Barcelona*

que cada instituto realice cursos de formación para el profesorado y que luego éste lleve a cabo un trabajo cooperativo y articulado con las familias, con el objetivo de formar personas críticas, reflexivas y sobre todo íntegras por el bien de la sociedad.

Mientras tanto, la educación para el consumo y la educación en valores es un intento de buena voluntad por parte del profesorado entre la apretada malla curricular que está vigente. En consecuencia, estos temas que son considerados transversales y que otorgan una educación para la vida, lamentablemente, están difuminados en el ámbito educativo formal. Desde nuestra humilde postura creemos que es hora de actuar en este ámbito.



Copyright © 2010. Esta obra está sujeta a una licencia de Creative Commons mediante la cual, cualquier explotación de ésta, deberá reconocer a sus autores, citados en la referencia recomendada que aparece al inicio de este documento.