

## LA EDUCACIÓN DEL CONSUMO UNA FORMA DE ABORDAR LA EDUCACIÓN PARA LA SOSTENIBILIDAD: PRESENTACIÓN DE UN MODELO CONCEPTUAL COMPLEJO Y SU RELEVANCIA ENTRE EL PROFESORADO

QUEROL PALAU, M. (1); BONIL GARGALLO, J. (2) y PUJOL VILALLONGA, R. (3)

(1) Departament Didàctica de la Matemàtica i les Ciències Experimentals. Universitat Autònoma de Barcelona [mquerolp@gencat.cat](mailto:mquerolp@gencat.cat)

(2) Universitat Autònoma de Barcelona. [josep.bonil@uab.cat](mailto:josep.bonil@uab.cat)

(3) Universitat Autònoma de Barcelona. [rosamaria.pujol@uab.es](mailto:rosamaria.pujol@uab.es)

---

### Resumen

Una forma de abordar la educación para la sostenibilidad es a partir de la educación del consumo, ya que los actos de consumo se pueden entender como formas de intervención de los individuos sobre el medio. Una de las líneas didácticas que puede orientar la educación del consumo es la presencia de los principios de la complejidad. Incluir estos principios supone redefinir el modelo conceptual de consumo, incorporando contenidos estructurantes que contemplen las reglas de la complejidad. Se presenta una investigación que pretende contribuir a la definición de dicho modelo conceptual y conocer la relevancia que tienen sus contenidos estructurantes entre el profesorado en diferentes contextos educativos.

---

### OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

La Educación del consumo (EdC) se configura como una oportunidad de formar ciudadanos reflexivos, críticos y responsables que orienten sus actos de consumo desde una perspectiva de sostenibilidad.

Diversas experiencias educativas han manifestado que existen motivos que dificultan la implantación de la

EdC en el aula, tales como la falta de conocimiento de la materia por parte del profesorado (Yus, 1996) o la falta de marcos teóricos que orienten su desarrollo (Trímboli, 2004). Otros autores señalan que la EdC necesita nuevos enfoques que favorezcan nuevas formas de pensar, sentir y actuar (Pujol, 1998).

Con la intención de superar estas limitaciones, se ha elaborado un modelo conceptual complejo (*Escola del Consum de Catalunya & Grup Complex*) que permite abordar el fenómeno del consumo desde la complejidad. La investigación que se presenta tiene como objetivo conocer la relevancia de los contenidos estructurantes de dicho modelo conceptual, a partir de conocer las concepciones del profesorado en relación a tres contextos educativos: su práctica docente (aula), sus expectativas verso una oferta docente externa especializada en consumo (La *Escola del Consum de Catalunya-ECC*) y la demanda del contexto social (sociedad). [1]

## MARCO TEÓRICO

La sociedad de consumo presenta problemáticas ambientales, sociales e individuales (Gardner et al. 2004; Cavia, 2002; Cortina, 2002). Con la finalidad de formar a los consumidores para hacer frente a los retos que plantea la sociedad, Morin propone formar una ciudadanía capaz de construir un pensamiento complejo que ayude a comprender los fenómenos del mundo (Morin, 2001).

Esto requiere un cambio en el modo de orientar la educación que incluya aspectos referentes al pensamiento, a la perspectiva ética y a la dimensión de la acción (Bonil et al. 2004). Dicho enfoque demanda la elaboración de nuevos marcos didácticos. Algunos autores proponen orientar la educación a partir de modelos conceptuales (Izquierdo et al. 1999), lo que permite estructurar la información recibida alrededor de unos pocos conceptos claves que se van repitiendo en diferentes contextos.

Elaborar un modelo conceptual complejo del fenómeno del consumo implica cuestionarse qué elementos entran en juego en los actos de consumo y qué relaciones se establecen entre ellos. El punto de partida es considerar que un acto de consumo pone en relación a la persona consumidora con su entorno.

Fruto de esta relación, se produce un intercambio en forma de **flujos** que pueden ser materiales o culturales. De la relación entre el individuo y el entorno se derivan unas **acciones** que caracterizan y confieren identidad al acto de consumo: intercambiar, utilizar y reivindicar. Los flujos y las acciones ponen en relación elementos de diferentes niveles escalares, de modo que se sitúan en una **estructura** en diferentes niveles: persona, entorno cercano (barrio, familia, amigos...) y entramado social.

En la confluencia de flujos, acciones y estructura se generan unos **procesos**: la interacción, la gestión y el dinamismo. La interacción viene dada por la relación que se establece entre los diferentes elementos que participan en un acto de consumo (el todo y las partes). Esta interacción provoca un desorden que la persona ordena mediante el proceso de gestión. Una vez gestionado el desorden, se ha producido un cambio en el individuo, que comporta una situación nueva. Ello da relevancia al dinamismo como el proceso en que los individuos cambian de forma permanente su forma de relacionarse con el entorno.

Se representa el modelo conceptual complejo en la figura 1.

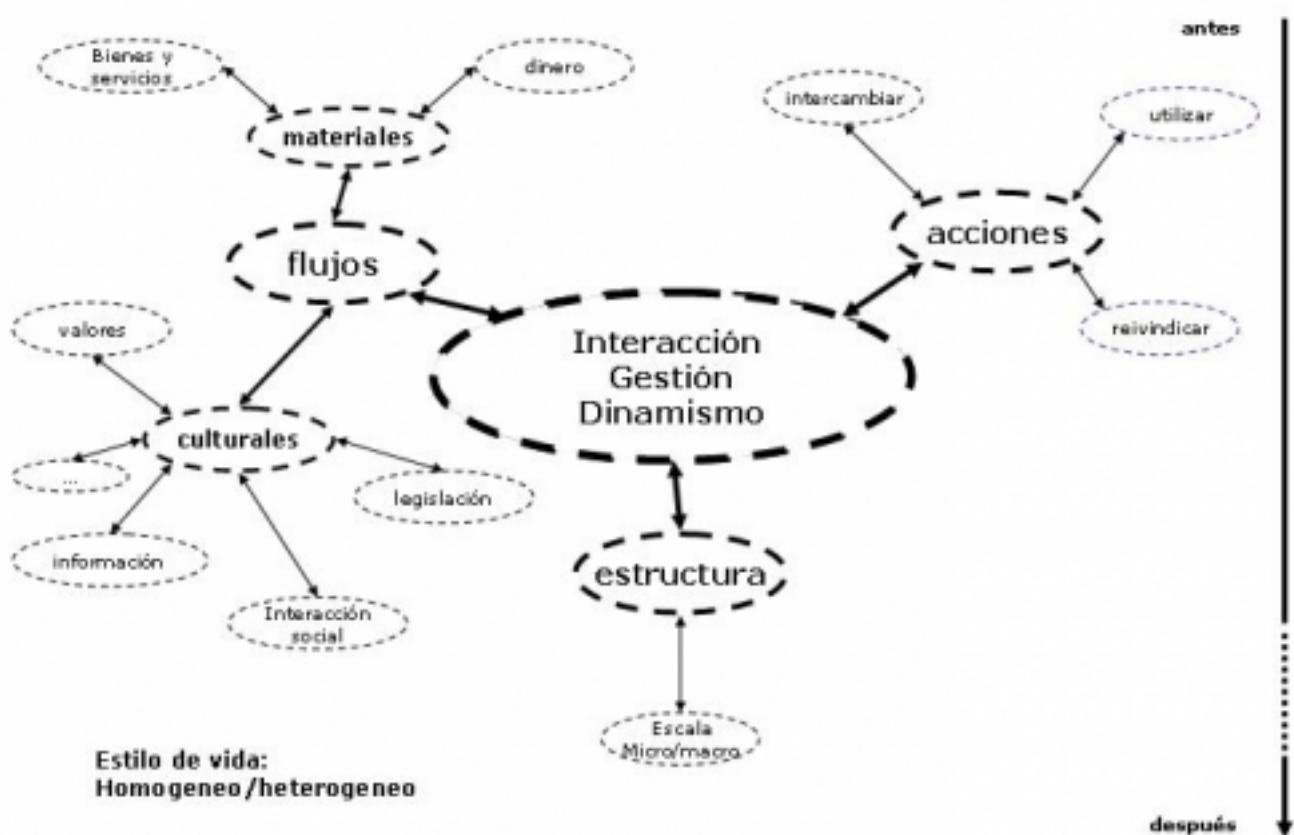


Fig. 1: Modelo conceptual complejo del fenómeno del consumo (Grupo Còmplex, 2008)

Orientar la educación del consumo a partir de este modelo conceptual implica tomar como contenidos estructurantes de las actividades educativas los flujos, las acciones, la estructura y los procesos.

## METODOLOGÍA

Se ha realizado un estudio descriptivo mediante encuesta, sobre una muestra de 41 profesores de ESO que han visitado la *Escola del Consum de Catalunya*. Se ha utilizado como instrumento un cuestionario de 3 preguntas abiertas. Cada pregunta hace referencia a un contexto educativo: el aula como retrato de la acción docente, la *Escola del Consum de Catalunya* como ejemplo de una oferta docente externa, y la sociedad como retrato de la demanda de educación del consumo que hace el contexto social.

El tratamiento de los datos se ha llevado a cabo en dos fases. En la primera fase se ha categorizado la información a partir del modelo conceptual complejo, descrito anteriormente, detectando qué contenidos estructurantes han aparecido en las respuestas del profesorado. En la segunda fase, la información obtenida en la categorización se ha tratado estadísticamente, mediante el programa SPSS versión 14.0, obteniendo unos estadísticos descriptivos de frecuencia y porcentaje para cada uno de los contenidos estructurantes en cada contexto (Aula, ECC, y Sociedad). Seguidamente, se ha realizado un análisis comparativo para detectar qué diferencias significativas ha habido entre los resultados obtenidos en cada uno de los tres contextos.

## CONCLUSIONES

Algunos contenidos estructurantes han mostrado una gran relevancia en los tres contextos, como es el caso de los flujos de valores. Otros contenidos estructurantes han variado su relevancia en función del contexto: los aspectos legislativos muestran una menor frecuencia en el contexto aula, y la interacción social muestra una menor presencia en el contexto de la ECC. Finalmente, hay contenidos estructurantes que han mostrado poca presencia en los tres contextos: como la presencia del entramado social (nivel macro), el dinamismo y las acciones. Se podría concluir, pues, que el contexto social es el que muestra una mayor presencia de contenidos estructurantes del modelo conceptual.

Así pues, el modelo conceptual podría considerarse una herramienta significativa para el profesorado que facilita abordar la educación del consumo. Sin embargo, las conclusiones revelan que los contenidos estructurantes no tienen tanta presencia ni la ECC ni en la acción docente. Esto sugiere que el profesorado no es consciente del modelo conceptual complejo que hay detrás de la propuesta educativa de la ECC. Por lo tanto, la ECC todavía tiene camino por recorrer para acercar el modelo conceptual complejo a los docentes.

El trabajo que se ha presentado es un primer paso en un camino que pretende contribuir a mejorar uno de los retos de la educación del consumo: incluir la perspectiva compleja en los procesos de enseñanza aprendizaje.

## REFERENCIAS

BONIL, J; SANMARTÍ, N; TOMÀS, C; PUJOL;RM (2004). Un nuevo marco para orientar las respuestas a las dinámicas: el paradigma de la complejidad. *Investigación en la escuela*. Sevilla: Díada, 53, Pp 5-19.

CAVIA, F (2002) *El consumidor adolescente. Televisió, marques i publicitat*. Barcelona: Aldea Global.

CORTINA, A (2002). *Por una ética del consumo*. Madrid: Taurus.

GARDNER, G; ASSADOURIAN, E; SARIN, R. (2004). La situación del consumo actual. *The state of the world: the consumer society*. Barcelona: Icaria.

IZQUIERDO, M. Et al (1999). Caracterización y fundamentación de la ciencia escolar. *Enseñanza de las ciencias*. Número extra. Pp 79-91.

MORIN, E (1999) *La tête bien faite. Repenser la réforme. Réformer la pensée*. Paris: Seuil.

MORIN, E. (1995). Una política de civilización. *Revista complejidad*. Año 1. Sep-nov.

PUJOL, RM (1996). *Educación y consumo. La formación del consumidor en la escuela*. Barcelona: Horsori.

TRÍMBOLI, J (2004). *Educación del consumidor. Realidad y perspectivas*. Consumer's International.  
<http://consumidoresint.org>

---

YUS, R (1997). *Hacia una educación global desde la transversalidad*. Madrid: Anaya.

---

[1] Esta investigación ha sido realizada en el marco del proyecto SEJ2006-15424-C03-01

## CITACIÓN

QUEROL, M.; BONIL, J. y PUJOL, R. (2009). La educación del consumo una forma de abordar la educación para la sostenibilidad: presentación de un modelo conceptual complejo y su relevancia entre el profesorado. *Enseñanza de las Ciencias*, Número Extra VIII Congreso Internacional sobre Investigación en Didáctica de las Ciencias, Barcelona, pp. 1250-1254

<http://ensciencias.uab.es/congreso09/numeroextra/art-1250-1254.pdf>