

# Recreando VALOR

**Tomo I. Agencia económica en la primera infancia.**

REFERENTES CONCEPTUALES. Modelo Recreando Valor.

# CRÉDITOS

Fundación PANIAMOR; COOPESERVIDORES-Asociación Empresarial para el Desarrollo; Ministerio de Salud de Costa Rica/Dirección Nacional CEN-CINAI San José, Costa Rica. Primera Edición, Octubre 2015.

San José, Costa Rica. Octubre 2015

## **Tomo I. Agencia económica en la primera infancia: Referentes conceptuales. Modelo Recreando Valor.**

### **Desarrollo Conceptual:**

Marcela González Coto.

### **Revisión Técnica:**

Milena Grillo Rivera.

### **Revisión de Edición:**

Sofía Guerrero Aguilera.

### **Diagramación, Diseño Gráfico e Ilustración:**

Minor Loaiza Vargas.

Este modelo fue posible gracias a la cooperación técnico-financiera de la Dirección Nacional CEN-CINAI del Ministerio de Salud, COOPESERVIDORES y la Asociación Empresarial para el Desarrollo (AED), cuyo compromiso con el desarrollo de la primera infancia permitió colocar la educación socioeconómica en la agenda del Estado Costarricense. Los contenidos de esta publicación son de libre acceso. Se solicita que la utilización sea fidedigna y citar, en forma completa la fuente. La referencia bibliográfica sugerida es la siguiente: Fundación PANIAMOR. (2015). Tomo I. Agencia económica en la primera infancia: Referentes conceptuales. Modelo Recreando Valor. San José, Costa Rica.

Para acceder al material [paniamordigital.org](http://paniamordigital.org)

# ÍNDICE

<b>1.1 Introducción</b>	<b>4</b>
<b>1.2. El desarrollo de las niñas y los niños en la primera infancia según el pensamiento económico</b>	<b>5</b>
<b>1.3 El desarrollo de las niñas y los niños en la primera infancia según el modelo del mercado</b>	<b>6</b>
<b>1.4 Las niñas y los niños en la primera infancia desde la perspectiva del enfoque de desarrollo humano</b>	<b>8</b>
1.4.1 Teoría Económica Clásica versus Desarrollo Humano	9
1.4.2 De bienes y necesidades básicas a capacidades propias	11
<b>1.5 Hacia una agencia económica en la primera infancia</b>	<b>13</b>
<b>1.6 Referencia bibliográfica</b>	<b>16</b>

## ÍNDICE DE LÁMINAS

Lámina N° 1. Teoría económica moderna versus Modelo desarrollo humano	10
Lámina N° 2. De bienes y necesidades al desarrollo de capacidades propias	12

## 1.1 Introducción

La Educación Socioeconómica para Primera Infancia requiere un análisis detallado de los referentes teóricos y los enfoques pertinentes al tema y, sobretodo, que generen pautas orientadoras e innovadoras para crear propuestas en total sintonía con los derechos de las niñas y los niños. Bajo este afán, en el siguiente capítulo se realiza un análisis del lugar que han ocupado las niñas y los niños durante su primera infancia la educación socioeconómica. Este recorrido nos invita a profundizar en preguntas generadoras para ser interpeladas por las múltiples áreas del conocimiento centradas en el estudio del desarrollo económico. Las tres principales interrogantes que orientan el análisis son: ¿Cuándo las niñas y los niños aprenden o pueden aprender sobre el mundo económico?, ¿Qué lugar ocupan las niñas y los niños en el mundo económico?, y, finalmente ¿Qué significa comprender la inserción económica de las niñas y los niños desde su propia agencia?

En este sentido, la presente sección se organiza en tres áreas principales. La *primera* compila los aportes de la disciplina de la *psicología económica* al estudio del desarrollo infantil. Desde esta perspectiva, la principal incógnita es *¿cuáles son los estadios o momentos en el desarrollo de las personas por medio de los cuales aprenden sobre el mundo económico y su funcionamiento?* La principal proponente que se retoma en este apartado es Denegri (1999) y su equipo de colaboradores, quienes han venido investigando la psicogénesis del pensamiento económico, es decir, sus orígenes, momentos de crecimiento y los indicadores que permiten definir cuándo una persona se ubica en una etapa u otra.

En la *segunda sección*, se retoman diferentes investigaciones de psicología económica enfocadas en el mercado, que se orientan ante la interrogante *¿cuál es el lugar que se les ha conferido a las niñas y los niños en la primera infancia, a través del concepto del consumo y sus principales implicaciones?* Esta lectura se encuentra más cercana a los estudios de publicidad, mercadeo y posicionamiento económico con los aportes de Lundby, E (2013); Dávila, B y Casabayó, M (2013); Ironico, S (2012); Bahar, S y Alkibay, S (2010); Youn, B (2004); Tufte, B (2003) y Thomson, E (2003).

Finalmente, la *tercera sección* incorpora un análisis de la comprensión y las bases necesarias para la formación socioeconómica en la primera infancia, desde un enfoque que integra *los derechos humanos, el desarrollo económico y el desarrollo humano*. El principal proponente es Amartya Kumar Sen (1992, 2000), filósofo y economista que enriquece con su legado la posibilidad de comprender y potenciar la agencia económica desde la primera infancia. A sus aportes se unirán estudios de Oxford Development Studies centrados en los conceptos de empoderamiento, agencia y población con desventaja social. Entre estos se destacan las investigaciones de Ibrahim, S y Alkire, S (2007); Castleman, T (2013) y Roche, J (2013).

Así, la primera y segunda sección será el punto de partida para la elaboración de la propuesta que sustenta el trabajo de “Recreando Valor”, pues el abordaje desde la psicología económica y la psicología del consumo permiten reconocer los lineamientos teóricos para generar un análisis crítico del enfoque y generar una propuesta innovadora. Por su parte, en el tercer apartado se desarrolla la propuesta teórica de “Recreando Valor” tomando como hilo conductor la integración de los enfoques y la construcción de una nueva ruta de educación socioeconómica, donde la niña y el niño, sean considerados agentes económicos con capacidad para aportar a sus diferentes contextos.

## 1.2. El desarrollo de las niñas y los niños en la primera infancia según el pensamiento económico

La psicología económica (Denegri 2006) se ha preguntado por la forma en que las niñas y los niños incursionan en el mundo de las finanzas, específicamente cuando incorporan o aprenden la lógica de mercado y, poco a poco, van comprendiendo términos económicos que rigen sus contextos culturales mediatos. Un importante legado de esta área es su interés en las fases evolutivas de este aprendizaje y, por tanto, ha generado escalas psicométricas para evaluar el grado de desarrollo o aprendizaje económico alcanzado.

En esta perspectiva, la propuesta que ha cobrado gran fuerza es el Modelo Psicogénesis del Pensamiento Económico de Marianella Denegri Coria

(1995) que “...señala la existencia de una secuencia evolutiva que muestra un patrón de cambio conceptual propio de una construcción progresiva que permite identificar tres niveles de desarrollo en la comprensión de la economía y del dinero, los cuales avanzan desde la centralización en aspectos visibles y materiales del dinero hasta su conceptualización abstracta como mecanismo fiduciario de intercambio”. (Marina Llanos; Marianella Denegri; José Amar; Raimundo Abello y Diana Tirando; 2009:15).

**Modelo Psicogénesis del Pensamiento Económico define la adquisición de las herramientas cognitivas para comprender la economía y el dinero según tres niveles evolutivos que inician a partir de los 6 años.**

La propuesta investigativa de Denegri (1995) se basa en la tesis de que la comprensión del mundo económico requiere que las personas construyan una visión sistémica del modelo económico social en el que están insertas. El proceso inicia en un primer nivel que se divide, a su vez, en dos subniveles: 1A y 1B, denominados respectivamente *Pensamiento pre-económico* y *Económico Primitivo* y esperados entre los 6 y 10 años. Seguidamente, se establece el segundo y tercer nivel, llamados *Pensamiento económico subordinado* y *Pensamiento económico inferencial o independiente*; ubicados respectivamente entre los 11 y 14 años y en la adolescencia y adultez. Ante esta posición es central señalar que la propuesta formativa del módulo “Recreando Valor” se distancia de este enfoque por las siguientes razones:

1) El desarrollo teórico de la psicología económica deja de lado la primera infancia como una etapa de vida de las niñas y los niños donde es posible su formación como agentes económicos, pues el primer nivel de pensamiento económico inicia a los seis años de edad y es considerado como pre-económico y/o primitivo. Así, consideramos que esta posición invalida el rol activo de las niñas y los niños ante sus realidades económicas, considerándoles simples espectadores sin las capacidades cognoscitivas necesarias para aprender los conceptos económicos racionales necesarios.

2) La propuesta está basada en un concepto de la realidad económica de orientación racional. Esta posición circunscribe como los pilares del desarrollo económico el conocimiento de la lógica del mercado, de la oferta- demanda y la obtención de las ganancias. Por lo que se deja de lado la comprensión de las relaciones sociales, el uso de los recursos no financieros y de valores como los cooperativistas, concebidos como conceptos secundarios, o bien, no tomados en cuenta del todo. De ahí, se deduce la dificultad para trabajar desde este enfoque un concepto económico integral donde la niña y el niño conozcan y vivan la economía en las relaciones cotidianas y desde sus propios vínculos afectivos.

3) La propuesta reconoce el desarrollo moral como base del aprendizaje económico, lo cual, deja a las niñas y los niños antes de los seis años con posibilidades muy reducidas de ser considerados agentes económicos activos. Desde la teoría de desarrollo moral de Kohlberg (1997), el periodo de vida entre los tres y seis años de edad es rudimentario en la adquisición de un posicionamiento moral y de ahí, Denegri sostiene las limitaciones de las niñas y los niños para ejercer su rol económico.

**El Modelo Psicogénesis del Pensamiento Económico no reconoce desde sus orígenes a la niña y el niño como agentes económicos.**

De lo anterior, se reconoce la importancia de analizar críticamente las teorías cognitivas estructurales que han promovido una comprensión evolutiva del desarrollo económico que se vincula con las herramientas cognitivas disponibles según la edad, así como, el acceso a experiencias de manejo del dinero y oportunidad de educación económica. En este sentido, si bien es fundamental reconocer el aporte pionero de Denegri y su grupo de colaboradores, es central marcar la diferencia con los objetivos y enfoques de "Recreando Valor": *el Modelo*

*Psicogénesis del Pensamiento Económico no reconoce desde sus orígenes a la niña y el niño como agentes económicos y aboga por un proceso de educación socioeconómica principalmente para personas adolescentes y adultas, proceso que a su vez se enmarca en estadios de desarrollo evolutivos.*

## 1.3 El desarrollo de las y los niños en la primera infancia según el modelo del mercado

El reconocimiento de las niñas y los niños, desde la primera infancia, como consumidores ha sido analizado desde distintas disciplinas como mercadeo, psicología económica, sociología y la antropología económica. Dávila y Casabayó (2013:297) señalan que especialistas en el tema han generado una polaridad, pues por un lado ubican a las niñas y los niños como consumidores competentes que pueden influenciar al mercado o, por otra parte, como un grupo de seres humanos vulnerables en proceso de formación, que deben ser protegidos de los medios publicitarios. Ambas perspectivas-diferentes pero no antagónicas-, nos indican que las niñas y los niños desde los primeros años están expuestos a prácticas de consumo, conversaciones asociadas a bienes y servicios. Así, en función del contexto cultural en que crecen, pueden considerar los objetos materiales como importantes y altamente necesarios, hasta el punto de llegar a ser extensiones de sí mismos. (Belk, 1988. Cit Dávila y Casabayó, 2013)

El análisis del proceso de socialización primaria ha invitado a diferentes investigadoras (es) (Chin, 2001; Ironico, 2012; Young, 2004) a cuestionar la afirmación en la que las niñas y los niños, como consumidores, son personas dóciles que se pueden influenciar y/o manipular para que soliciten juguetes, juegos, alimentos, entre otros. No obstante, las personas que consideran a la niña y el niño como un agente activo, con capacidad de tomar decisiones y razonar sobre las mismas, hacen énfasis en buscar un punto conciliador que nos lleva a reconocer que las niñas y los niños son **aprendices del consumo**, para no dejar de lado la dependencia económica y su momento de desarrollo como condicionantes que influyen en sus decisiones.

En consecuencia, en este módulo de formación socioeconómica se parte de la premisa de que toda niña o niño entre los tres y seis años de edad es *aprendiz del consumo*. Esto forma parte activa de su mundo económico y su influencia irá progresivamente en aumento, en la medida que el contexto promueva y valide sus capacidades para observar, seleccionar, utilizar y adaptar los múltiples recursos que hay en sus ambientes inmediatos, en función de sus necesidades, deseos o condiciones. (Simona, Ironico. 2012)

**“Recreando Valor” reconoce a las niñas y los niños entre 3 y 6 años como aprendices del consumo: personas capaces de observar, seleccionar, utilizar y adaptar los recursos a su disposición.**

En esta línea, la autora puntúa que *antes de los cuatro años*, las niñas y los niños inician una comprensión más intuitiva de los elementos relacionados al consumo, pero entre los *cuatro y seis años*, se reconoce con mayor claridad su estado como *aprendices del consumo*. En este momento inicia la comprensión del uso del dinero, el propósito de las tiendas y el rol de los diferentes agentes comerciales a través de ideas y conocimientos básicos sobre los precios, las marcas, la publicidad y el significado social de los productos. Este periodo cobra una gran relevancia al ser la base desde la cual continuarán construyendo su sistema de consumo, sus habilidades, actitudes, valores y motivaciones, aún antes de la adolescencia. Este proceso complejo no se detiene durante todo el ciclo de la vida, ya que la posibilidad de aprender y desaprender las pautas iniciales sobre el lugar del consumo en sus vidas, permanecerá activa.

*“Por lo tanto, las y los consumidores inician la internalización del significado funcional, cultural y simbólico, ligado a los productos desde los primeros encuentros con los objetos, pero continuarán interpretando y negociando en la cultura del consumo durante toda la vida”* (Ironico, 2012:40)

En este punto, el psicólogo economista Brian Young (2004) reconoce la importancia de la herencia Piagetana y su teoría sobre el desarrollo de la niña y el niño; no obstante, considera que no logra dar respuesta a cómo se instaura la comprensión del mundo mercantil y la influencia de la publicidad en la primera infancia. El especialista afirma que la aproximación etapista del desarrollo infantil no da cuenta de la velocidad del desarrollo individual y las diferentes habilidades que componen la comprensión del mundo del mercado y la publicidad.

La propuesta del autor invita a no dejar de lado que las niñas y los niños muestran sus competencias cuando desarrollan tareas que les son cotidianas y estimuladas culturalmente y por otra parte, evidencian habilidades limitadas en otras situaciones menos promovidas socialmente, por lo que concluye que *“...el explorar como las niñas y los niños se desenvuelven en diferentes situaciones cuando emergen problemas y categorizar como lo están resolviendo es la mejor forma de ser parte de su mundo del consumo”*. (Young, 2004:24) Por ejemplo, en lugar de preguntarles a las niñas y los niños cómo se invierte o comercializan las mercancías, podemos investigar cómo se producen los alimentos en nuestra comunidad, cuáles son los alimentos preferidos y quiénes los venden. Este tipo de elaboración les permite a las niñas y los niños relacionar acontecimientos importantes y significativos de sus vidas con las transacciones económicas y lógicas de mercado que se instauran paralelamente. En otras palabras, permite encontrarle el significado social al mundo mercantil y desde ahí, aprender su valor.

**“Recreando Valor” propone dejar de lado el consumo como la categoría central para entender el mundo económico de las niñas y los niños, al generar una visión económica parcial y mercantilista.**

Si bien “*Recreando Valor*” avala el aporte de Young (2004), es central reconocer que analizar el desarrollo económico de las niñas y los niños con el consumo como categoría central restringen su vinculación económica al colocarles en un lugar limitado. En este sentido, la posibilidad de que la niña o el niño pongan en práctica su agencia está delimitada a su rol de consumo, en función de una lógica principalmente mercantil. De esta forma, se le considera sujeto económico solo si tiene condiciones para influir en su ámbito familiar y propiciar la compra de mercancías.

Ante las limitantes que se encuentran en las dos aproximaciones descritas, el módulo “*Recreando Valor*” retoma críticamente la propuesta de la teoría económica de Desarrollo Humano de Sen, incorporándole elementos que enriquecen su comprensión para los objetivos de la propuesta formativa. De ahí que el siguiente apartado se centra en un enfoque que responda a los derechos ciudadanos económicos de las niñas y los niños y en definir cuál es el perfil de una niña y un niño con agencia económica. Ambas líneas argumentativas nos generan importantes puntos de discusión y nos retan a posicionar a la primera infancia en la discusión de cómo generar intervenciones formativas socioeconómicas de calidad y respetuosas, según su momento de desarrollo.

## 1.4 Las niñas y los niños en la primera infancia desde la perspectiva del enfoque de desarrollo humano

El reconocimiento de la niña y el niño desde su primera infancia como agentes económicos requiere una propuesta conceptual que asuma el mundo económico, sus fines y sus medios en consonancia total con las personas y, aún más, que coloque a las personas como el pilar de toda acción económica. Esto invita a dejar de lado las aproximaciones economicistas que se centran en el bien financiero, sus flujos y las condiciones que permiten acumular más como el fin principal de toda dinámica económica. Con esta intención, en el presente apartado se comparte la **propuesta del premio Nobel de Economía Amartya Sen** (1998), quién recordó la importancia de la persona, sus capacidades y su libertad como condiciones básicas para ejercer sus derechos humanos y ser agentes económicos influyentes en sus propias vidas, en sus comunidades y países.

“*Recreando Valor*” reconoce a las niñas y los niños desde su primera infancia como agentes económicos.

Si bien la propuesta de Amartya Sen no reconoce la agencia económica como una condición posible en la primera infancia, si nos provee herramientas analíticas claras para trascender las tesis psicológicas y economicistas tradicionales. El siguiente análisis identifica los puntos en común que concibe la agencia económica como una condición de todo ser humano que cuenta con las condiciones personales y sociales necesarias para desarrollarla.<sup>(1)</sup>

<sup>1</sup> La aproximación al legado de Sen, especialmente su obra *Desarrollo y libertad* (2000), se hará a través del análisis crítico expuesto por Marta Pedrajas Herrero (2006) de la Universidad de Valencia en su tesis “El desarrollo humano en la economía ética de Amartya Sen”.

### 1.4.1 Teoría Económica Clásica versus Desarrollo Humano

La propuesta de Amartya Sen generó un antes y un después en la comprensión económica de la realidad y sobre todo, de sus implicaciones reales en la vida de las personas. Para entender el giro que ha propuesto en el tema de desarrollo humano, es importante traer a colación las diferencias que se presentan entre una tradición moderna o tradicional de la economía y el modelo de desarrollo humano de Sen. Esto permitirá identificar la influencia y consecuencias de su posición para el módulo “*Recreando Valor*”, no solo en su propuesta conceptual, sino en el diseño metodológico.

A continuación se detallan los conceptos divergentes entre la teoría clásica y la propuesta de Sen, en torno a tres preguntas generadoras: *¿Quién es una persona con agencia económica? ¿Qué motiva la agencia económica? y ¿Cómo logra alcanzar las metas una persona con agencia económica?:*

**-¿Quién es una persona con agencia económica?** Para la economía moderna el ser humano es racional, persigue sus propios intereses de forma utilitaria y egoísta. Es un agente calculador que busca maximizar sus bienes para su propio beneficio. (Royer, Cit Pedrajas, 2006:220) En contraposición, en el **enfoque de desarrollo humano** de Sen (Cit Equiza, 2008), el agente económico es una persona que busca su libertad para desarrollar sus capacidades y ejercer sus derechos.

El motor de la agencia económica de las personas son sus valores, donde el deber, la lealtad, compromiso o justicia orientan su comportamiento

**-¿Qué motiva la agencia económica?** La **teoría económica clásica** supone que las acciones y objetivos que se traza un agente económico están motivados por la búsqueda de su propio bienestar, entendido como riqueza y capacidad de consumo. En otras palabras, su motivación diaria se dirige a buscar y acumular riqueza, principalmente financiera, que le dé acceso a bienes. Así, una persona que consume más y tiene más bienes, se encuentra altamente motivada por haber alcanzado un nivel óptimo de bienestar. De ahí, al estar todas las aspiraciones para consumir más basadas en su propio bienestar, las demás personas no ocupan atención directa y solo conseguirán bienestar de forma secundaria o indirecta.

En el caso del **Modelo de Desarrollo Humano**, Sen reconoce un conjunto de elementos que entran en juego durante todas las elecciones económicas, ya que en la racionalidad práctica del ser humano hay más motivaciones que la simple búsqueda del interés propio. Para Sen, el motor de toda motivación de su agencia económica son los valores donde el deber, la lealtad, el compromiso o la justicia como parte del comportamiento real y racional de las personas. (Cortina, 2004, Cit Pedrajas, 2006:224)

**-¿Cómo logra alcanzar las metas una persona con agencia económica?**

El agente de la economía moderna se centra en los medios que le permiten alcanzar sus metas individuales. Una vez, que él o ella tienen claro lo que desean y buscan, la forma de alcanzarlo está justificada y no se cuestionan los fines que utilizan para lograrlo. Es un sentido estricto, esto implica aceptar la desigualdad, la pobreza o la coerción como causas o consecuencias posibles o necesarias para que todo agente económico logre obtener su riqueza-bienestar.

En contraposición, el enfoque de **desarrollo humano** de Sen reposiciona la riqueza financiera como un instrumento y no como un fin en sí mismo. Así, la persona con agencia económica deberá trabajar consigo misma y las demás para desarrollar su libertad y, de ahí, expandir sus capacidades. Esto invita

a todas las personas a reconocerse primero a sí mismas y a su entorno para saber qué debe desarrollar y qué pueden compartir. En esta lectura, las metas del agente económico se encuentran directamente relacionadas con la ampliación de sus propias destrezas y habilidades para encontrarles un norte comunitario, que le permitan continuar expandiéndolas. En palabras de Sen (2000. Cit Pedrajas, 2006:261) *“el centro de atención han de ser las libertades que generan los bienes, no los bienes en sí mismos”*. Por tanto, este agente económico

**Las metas de un agente económico se encuentran directamente relacionadas con la ampliación de sus propias destrezas y habilidades para encontrarles un norte comunitario.**

alcanzará sus metas o bienestar a través del desarrollo de sus capacidades, en otras palabras a través de su propio desarrollo humano.

En esta línea argumentativa, Sen reconoce que el comportamiento es también una cuestión social y refleja un sentido de identidad que supone el reconocimiento de los objetivos de otras personas y de la interdependencia mutua. Esta posición se encuentra enlazada en la afirmación, *“...una persona puede lograr mejor sus objetivos con un comportamiento cooperativo que con uno individualista”* (Sen, 2000. Cit Pedrajas, 2006:222).

A modo de síntesis, en la siguiente lámina se detallan los principales conceptos que distancian la comprensión de la agencia económica entre la teoría económica moderna y el enfoque de desarrollo humano de Sen.

## Lámina N° 1. Teoría económica moderna versus Modelo desarrollo humano.



Fuente: Elaboración propia

## 1.4.2 De bienes y necesidades básicas a capacidades propias

Del apartado anterior extraemos como aprendizajes valiosos para el módulo *Recreando Valor* la distinción que hace Sen (1996 y 2000. Cit. Pedrajas, 2006) entre bienes, necesidades y capacidades propias. En un primer momento, afirma que el desarrollo económico no debe estar condicionado a

**El desarrollo económico** inicia y se sustenta en un desarrollo humano de calidad que permite, a su vez, el ejercicio de los derechos humanos.

una lógica de acumulación y consumo de bienes. En un segundo paso, reconoce además, que el tener las necesidades básicas cubiertas tampoco nos acerca a un desarrollo económico integral u óptimo. De ahí que posiciona el **concepto de capacidades propias** como un pilar básico del desarrollo económico y traza un **punto inquebrantable, entre desarrollo económico, desarrollo humano y derechos humanos**. En forma

sencilla y contundente, podemos decir que el desarrollo económico inicia y se sustenta en un desarrollo humano de calidad que permite, a su vez, el ejercicio de los derechos humanos. Una persona que ha dirigido tiempo, espacio y recursos a cultivar y fortalecer sus capacidades, tendrá mayores probabilidades, si no encuentran barreras sociales o institucionales, de ser un agente económico que transita con libertad para crear, seleccionar y obtener recursos o bienes para seguir creciendo como persona con dignidad.

En esta lógica, se comprende la **capacidad** como las diferentes alternativas de ser y/o hacer de una persona; en otras palabras, son los distintos funcionamientos que una persona puede desempeñar y obtener. A partir de sus capacidades, cada quién irá alcanzando diferentes logros que se constituyen, finalmente, en su bienestar, por esta razón, está directamente relacionado a lo que cada persona pueda realizar o bien, por los estados y acciones que ésta puede ir generando en alianza con otras personas. Ahora bien, Sen (1996 y 2000. Cit. Pedrajas, 2006) define como condición básica para hacer un uso real de las capacidades y ejercer los derechos el que toda persona sea libre. La libertad se constituye en una condición no negociable para que cada persona pueda valerse de sus alternativas y participar en la toma de decisiones que afectan sus vidas.

**La libertad es reconocida como una condición no negociable y básica para que toda persona pueda ejercer sus capacidades.**

*“Para que existan más oportunidades lo fundamental es desarrollar las capacidades humanas: la diversidad de cosas que las personas pueden hacer o ser en la vida. Las capacidades más esenciales para el desarrollo humano son disfrutar de una vida larga y saludable, haber sido educado, acceder a los recursos necesarios para lograr un nivel de vida digno y poder participar en la vida de la comunidad. Sin estas capacidades, se limita considerablemente la variedad de opciones disponibles y muchas oportunidades en la vida permanecen inaccesibles”. (Sen, Cit Pedrajas, 2006:262)<sup>(2)</sup>*

<sup>2</sup> A partir de esta conceptualización la perspectiva de Sen centrada en las capacidades nos permite definir un concepto de pobreza que rebasa el enfoque centrado en la escasez de recursos económicos y materiales.

## Lámina N° 2. De bienes y necesidades al desarrollo de capacidades propias



Fuente: Elaboración propia

La propuesta de Sen permite reconocer la importancia de tener un equilibrio entre bienes y capacidades. Como indica Esquiza, gerente del Grupo IIG, (2008) por un lado sabemos que una alta acumulación de bienes no genera un alto grado de bienestar si las personas no cuentan con las capacidades requeridas y viceversa. Es decir, para dos personas con la misma dotación de bienes iniciales -pero con capacidades dispares-, obtendrán resultados distintos por las condiciones que cada una podrá aplicar sobre sus bienes. No es suficiente con ampliar solo los bienes, será siempre necesario aumentar las condiciones que convierten dicho conjunto de bienes, en capacidades de realización y vivencia plena de los derechos humanos. Esta lógica se expresa en la lámina N°2, donde se detalla las diferencias de visión y énfasis cuando se trabaja a partir de la vía de los bienes, las necesidades o las capacidades. Es importante tener claro el contraste, ya que más allá de conceptos diferentes, nos encontramos ante enfoques y conceptos de agencia económica muy diferentes.

Tomando como punto de partida el análisis de Pedrajas (2006), definiremos el **concepto de desarrollo humano** que propone Sen basándonos en el concepto mismo de capacidades propias, eje orientador del módulo “*Recreando Valor*”:

- “...El desarrollo humano, como enfoque, busca el aumento de la riqueza de la vida humana en lugar de la riqueza de la economía en la que los seres humanos viven...” (Sen, 1998)
- “...El desarrollo no consiste sólo en proporcionar equitativamente mercancías (podríamos añadir, bienes primarios o ingresos) a las personas según su situación y su necesidad sino que se trata de que las personas, desde su diversidad (pobres/ricos, hombres/mujeres, sanos/enfermos, etc) sepan y puedan utilizar –y cada vez más y mejores mercancías, bienes o ingresos, para que puedan aumentar sus capacidades en un ejercicio de iniciativas y autonomía”. (Sen, 2000, Desarrollo y Libertad)

### **Desarrollo humano:**

- Busca aumento de la riqueza de la vida humana.
- Comprende la creación entornos adecuados para que las personas desarrollen al máximo su potencial.
- Promueve personas que apliquen sus capacidades en un ejercicio libre sin barreras culturales, sociales o económicas.

Por tanto, desde una posición macroeconómica el Desarrollo Humano es un paradigma que va mucho más allá del aumento o la disminución de los ingresos de un país. Comprende la creación de un entorno en el que las personas puedan desarrollar su máximo potencial y llevar adelante una vida productiva y creativa, en libertad, según sus necesidades o deseos. El desarrollo implica ampliar las oportunidades para que cada persona pueda valorar su vida y sentirse todas y todos orgullosos de sus logros.

Desde esta línea, se puede afirmar que el **desarrollo de la agencia económica en una persona es sinónimo de la consolidación de sus capacidades económicas**. Esto hace que nos preguntemos por el momento en el que empieza ese proceso de aprendizaje y desarrollo de las capacidades económicas y cuáles son las esencias para ejercer una agencia justa, responsable y plena.

## **1.5 Hacia una agencia económica en la primera infancia**

Este último apartado busca la sistematización de las propuestas anteriores bajo una pregunta generadora: ***¿es posible el desarrollo de la agencia económica en la primera infancia?*** Como se ha discutido a lo largo del documento, este cuestionamiento se plantea en un contexto que, en su mayoría, deslegitima la agencia social y política de las niñas y los niños entre los tres y seis años de edad. En nuestro caso de interés, el tema de la agencia económica trasciende las consecuencias conceptuales y pedagógicas, al bloquear la posibilidad de que las niñas y niños participen como agentes protagónicos de las políticas económicas.

El Modelo “*Recreando Valor*” reconoce la agencia económica en las niñas y los niños entre los tres y seis años de edad no como una condición dada, sino como una posible de desarrollar si se cumplen una serie de premisas. La comprensión de su validez y pertinencia se plantea a partir de la integración de cuatro enfoques que de forma conjunta sienten las bases conceptuales de este tipo de agencia en la primera infancia. Estos enfoques son: I. **Enfoque de Derechos Humanos**, II. **Enfoque de Desarrollo Humano**, III. **Enfoque de la Capacidad de Agencia** y IV. **Enfoque del Empoderamiento Humano**. A continuación se detalla el aporte que hace cada enfoque y la importancia de su integración en el Modelo “*Recreando Valor*”.

En primer lugar, **el Enfoque de Derechos Humanos** es contundente en afirmar que las niñas y los niños tienen derecho a la vivencia real de su ciudadanía y que esta incluye, sin lugar a duda, la adquisición paulatina de una agencia económica que las y los empodere a hacer un uso responsable y justo de sus recursos. Si bien este enfoque legitima los derechos ciudadanos de las niñas y los niños, incluido el derecho a una educación socioeconómica, el reto se

centra en validar que este proceso es posible a partir de la primera infancia. Para robustecer este enfoque, se requiere derribar las barreras culturales que ponen en duda las capacidades de las niñas y los niños para ejercer su agencia económica desde los tres años de edad; ya que en muchos de los casos se asume que las capacidades emergen solo cuando se es parte del mundo adulto. En la siguiente cita se denota la posición de Sen ante el tema, según el Enfoque de Desarrollo Humano: “...la ética de las capacidades nos permite decir que una acción pública no es la que consiste en el reparto regular de mercancías o bienes a recipientes pasivos sino aquella que incrementa las elecciones de las personas y aumenta las capacidades de la gente, incluyendo su propia capacidad de elegir. Los adultos ahorita y los niños en el futuro tienen que ser agentes morales que desarrollen sus capacidades incluida la de elegir”. (Cit Pedrajas, 2006:260)

**El Principio de Capacidad de Agencia se caracteriza por:**

- Concebir a niña y niño como agentes de sus propias vidas y como tomadores de decisiones ante situaciones cotidianas o de su interés.
- Reconocer que la contribución que niñas y niños hacen a su mundo social es valiosa e irremplazable.
- Enfatizar la voz e ideas de niñas y niños para luego negociar con las personas adultas.
- Identificar y bloquear los caminos que permitan la puesta en marcha de actitudes que restringen y silencian a niñas y niños.

"Módulo Niñez Ciudadana. Cit Jones, 2009", pág. 20, 2012

De aquí surge la necesidad de complementar los enfoques de Derechos Humanos y Desarrollo Humano con el **Enfoque de Capacidad de Agencia**, a partir del cual se señala que toda persona cuenta con las capacidades para elegir, tomar decisiones, crear y aportar a sus contextos como ciudadanos en su ahora.<sup>(3)</sup> En este marco, la agencia se desarrolla desde la primera infancia, en tanto la niña y el niño son seres plenos y capaces desde su nacimiento. La diferencia entre las niñas

y los niños que ejercen esta capacidad y los que no, no depende de sus capacidades intrínsecas, **sino del grado de acompañamiento, estimulación y fortalecimiento de las mismas**. Se reafirma que si bien la niña y el niño no tienen una agencia incompleta o menor en comparación con las personas adultas, sí requieren de las condiciones emocionales y sociales que les permitan reconocer y validar sus capacidades para llegar a compartirlas y utilizarlas en metas colectivas.

El asumir que las capacidades de las niñas y los niños están limitadas por su momento de desarrollo nos lleva a creer que las personas adultas ya las han fortalecido y, por tanto, deben y pueden hacer siempre uso adecuado de estas. La realidad nos indica que tanto las niñas y los niños como las personas adultas requieren ser acompañadas para mejorar y generar sus competencias económicas en sus diferentes momentos de desarrollo. Sin embargo, en el caso de niñas y niños, existe una responsabilidad por parte de las personas adultas de acompañar progresivamente su desarrollo.

Ante esta posición, el **Enfoque de Desarrollo Humano** enriquece al Enfoque de Capacidad de Agencia al describir el impacto para las personas de reconocer, potenciar y ejercer sus capacidades. Sen es categórico al afirmar que el desarrollo de las capacidades en las personas es el medio que les permite disfrutar en libertad de su propio potencial. Así, las capacidades más que los desempeños aislados son la forma en que las personas hacen efectiva su posibilidad de elegir y materializar su creatividad.

<sup>3</sup> A partir del Enfoque de Capacidad de Agencia se reconocen a las niñas y los niños como *ciudadanos agentes*: "...son actores sociales y participantes activos en el establecimiento de relaciones con los adultos y constructores de su infancia. Son agentes empoderados, expertos, compasivos y ciudadanos globales y a su vez, tienen necesidades especiales de protección de sus derechos como grupo diferenciado". "Módulo Niñez Ciudadana", pág. 24, 2012.

Una vez que se ha ratificado el derecho a una educación económica como un derecho humano fundamental y se han validado las capacidades de las niñas y los niños para desarrollar su agencia económica, la discusión inicial se complementa con la pregunta **¿cómo se estimula la agencia económica?** Para responderla es necesario retomar los principios del **Enfoque del Empoderamiento** a través de los aportes de Sen, Ibrahim y Alkire (2010), que nos invitan a reconocer que tanto para las personas en sus diferentes etapas de vida, la agencia económica conduce a un nivel de empoderamiento que permite trascender el poder utilitario, centrado en fines individualistas, para generar un poder que permita al individuo crecer en su comunidad.

En este sentido, Uphoff (2005. Cit Ibrahim y Alkire, 2007:10) incorpora como requisito de éxito el que las personas cuenten con procesos de empoderamiento. Es decir, además de las condiciones

para acceder a los recursos, las personas necesitan de condiciones para hacer un uso efectivo de los mismos para aumentar su cadena de poder.

Con el objetivo de no generar una cadena de poder que limite el poder de otras personas, Rowlands (Cit Ibrahim y Alkire, 2007:11) desagrega el concepto de poder en 4 categorías:

*poder sobre* (habilidad para resistir la manipulación);

*poder para* (creación de nuevas posibilidades);

*poder con* (actuar en un grupo) y *poder desde adentro*

(mejorar en respeto y aceptación propia). Estas distinciones asumen como fin óptimo del empoderamiento económico la reorientación de las habilidades individuales hacia logros cooperativos en los que las personas reduzcan las barreras estructurales y culturales para ejercer su agencia económica.

El encadenamiento entre los enfoques antes descritos es fundamental para comprender la forma en que estos generan un campo fértil para definir y operacionalizar una agencia económica en la primera infancia. Por tanto, los enfoques se complementan entre sí de la siguiente manera:

I. Se reconoce el derecho de las niñas, los niños y las personas adultas a una educación socioeconómica que les permita hacer efectivos sus derechos ciudadanos económicos.

II. Se define que las niñas y los niños pueden desarrollar su agencia económica con la estimulación y acompañamiento adecuado. En este caso, el enfoque de Capacidad de Agencia faculta a toda persona desde su nacimiento a desarrollar sus capacidades, incluidas las competencias socioeconómicas.

III. Se posicionan y validan las capacidades humanas como el camino para la autorrealización y el logro de la libertad.

IV. Se considera el empoderamiento como la vía para la potencializar las habilidades propias y desarrollar las competencias socioeconómicas que, finalmente, llevan a niñas, niños y personas adultas al ejercicio de sus derechos económicos.

### **Empoderamiento:**

- Poder sobre
- Poder para
- Poder con
- Poder desde adentro

A partir de la integración de los enfoques anteriores, “Recreando Valor” posiciona la agencia económica como una condición que las niñas y los niños pueden ir desarrollando desde su primera infancia si: 1) Se reconoce su derecho humano a una educación económica; 2) se les valida como una persona capaz de ir desarrollando paulatinamente sus competencias socioeconómicas según su momento de desarrollo y condiciones propias; 3) se les considera como ciudadanos en su ahora, donde la agencia económica es una dimensión importante.; 4) se les provee un ambiente empático centrado en el respeto y escucha a sus interés, retos y necesidades; y 5) se les considera agentes capaces de empoderarse e ir desarrollando múltiples habilidades, destrezas y conocimientos para compartir con las otras personas.

El camino metodológico y pedagógico se puede sustentar con claridad al integrar las fortalezas de los cuatro enfoques, ya que esta ruta permite sentar las bases de una discusión aún no dada: la agencia económica en la primera infancia. El reto continúa y la propuesta de trabajo directo tanto con las niñas, los niños como con las personas adultas se estructura en el Tomo II del Modelo “Recreando Valor”.

## 1.6 Referencia bibliográfica

Aflatoun Child Saving International. (2009). “La Serie Aflatoun”. Child Social & Financial Education, Holanda.

Amar, José, et al. (2003). Desarrollo del pensamiento económico en niños de la región caribe colombiana. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 35(1), 7-18. Recuperado de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80535101>.

Alea, Alina. (2005). Breve historia de la educación ambiental: del conservacionismo hacia el desarrollo sostenible. *Revista Futuros*. (12), 1-10. Recuperado de <http://www.revistafuturos.info>.

Amar, José, et al. (2006). Análisis de las representaciones acerca de la economía en jóvenes universitarios del Caribe Colombiano. *Revista Investigación y Desarrollo*, 1 (14).

Amar, José y Abello, Raimundo. (2007). Pensamiento económico en jóvenes universitarios. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 39 (2). Bogotá May/ Aug.

Barra, Enrique. (1987). El desarrollo moral: una introducción a la teoría de Kohlberg. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 19(1), 7-18, Fundación Universitaria Konrad Lorenz Colombia.

Bahar, Isin y Sanem, Alkibay. (2011). *Revista Young Consumer*, 12 (1), 39-52.

Camacho, Kembly. Economía social ¿Qué es? Material elaborado para el Plan Inaugural La Catalina. Recuperado de [http://sulabatsu.com/wp-content/uploads/2010-economia\\_social\\_que\\_es.pdf](http://sulabatsu.com/wp-content/uploads/2010-economia_social_que_es.pdf)

Castleman, Tony. (2013). Human recognition and economic development: An introduction and Theoretical model. *Oxford Poverty & Human Development Initiative* (OPHI).

Crahay, Marcel. (2002). Psicología de la Educación. Barcelona: Editorial Andrés Bello.

Cortina, Adela. (2001). Alianza y contrato. Política, ética y religión. Madrid: Editorial Trotta.

Colozzi, Ivo. (2003). Ciudadanía y Bien Común en la Sociedad Multiétnica y Multicultural. *Revista Persona y Derecho*. (49), 185-201.

Dávila, Juan Francisco y Casabayó, Mónica. (2013). Influences in children's materialism: a conceptual framework. *Revista Young Consumers*, 14(4), 297-311.

Del Toro B, (2009) Conferencia Congreso Internacional de Ministerios de Justicia y Paz, San José 21 septiembre 2009, Teatro Nacional, San José Costa Rica.

Denegri, Marianela, et al. (2006). *Educación económica en la escuela: hacia una propuesta de intervención*. En: Estudios Pedagógicos, 32 (2), 103-120.

Denegri, Marianela, et al. (2006). El aporte de la psicología educacional a las propuestas de educación económica: los temas claves. *Revista de Psicología*, 15(2), 77-94. Recuperado de <http://redalyc.uaemex.mx>

Denegri, Marianela, et al. (2008). Prácticas de ahorro y uso del dinero en pre adolescentes (tweens) chilenos. *Revista Universum*, 1(23), 24-38.

Departamento de Salud y Consumo del Gobierno de Aragón. (2008). *Consumo Aragón*. Revista N° 38. España.

Equiza, Fran. (2008). "Amartya Sen y sus aportaciones a la Teoría del Desarrollo: Algunas reflexiones". Gerente de Innovation Intelligence Group (IIG). Recuperada de: <http://www.google.co.cr/>

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2013). *Educación social y financiera para la infancia*. Manual de escuelas amigas de la infancia. UNICEF.

Fundación Paniamor; (2012). Módulo Niñez Ciudadana. Procter & Gamble; Ministerio de Salud de Costa Rica y Dirección Nacional CENCINAI. Primera Edición, San José. Costa Rica.

Foster, James, et al. (2008). External Capabilities. *Oxford Poverty & Human Development Initiative* (OPHI).

García Nidia; Grifoni, Andrea, et al. (2013). Financial Education in Latin America and the Caribbean: Rationale, Overview and Way Forward. *OECD Working Papers on Finance, Insurance and Private Pensions*, (33), 7-52.

Gallego, Ignacio. 5 de enero de 2012. *¿Eres un Agente Catalizador de procesos de cambio?* Blog, Innovación y Utopía.

<http://innoutopia.blogspot.com/2012/01/eres-un-agente-catalizador-de-procesos.html>.

Huang, Jin, et al. (2013). Financial Knowledge and Child Development Account Policy: A Test of Financial Capability. *Journal of Consumer Affairs*, Spring, 1-26, DOI: 10.1111/JOCA.12000.

Hernández, G. (1998). Paradigmas en psicología de la educación. México: Editorial Paidós.

Ibrahim, S y Alkire, S. Agency e Empowerment: A proposal for internationally comparable indicators. OPHI Working Paper Series.

Isin, Bahar y Alkibay, Sanem. (2010). Influence of children on purchasing decisions of well-to-do families. *Revista Young Consumers*, 12(1), 39-52.

Ironico, Simona. (2012). The active role of children as consumers. *Revista Young Consumers*, 13(1), 30-44.

Jones, P. (2009). Rethinking Childhood. Attitudes in Contemporary Society. New Childhoods Series. Continuum International Publishing Group.

Lawrence Kohlberg; Power, F; Higgins, A. (1997). La Educación Moral según Lawrence Kohlberg. Gedisa.

Lundby, Erika. (2013). "You can't buy friends, but..." children's perception of consumption and friendship. *Revista Young Consumers*, 14(4), 360-374.

Miller, Gary. (2005). The political evolution of principal-agent models. *Rev Politic*, 8, p. 203-224. Annual Reviews.

O'Donnell, et al. (2003). Democracia, desarrollo humano y ciudadanía. Argentina, Rosario: Editorial Homo Sapiens.

Pedrajas, Marta. (2006). *El desarrollo humano en la economía ética de Amartya Sen*. Tesis Doctoral Universidad de Valencia. Servei de Publicacions. Recuperada de <http://rodrigo.uv.es/bitstream/handle/10550/15471/pedrajas.pdf?sequence=1>.

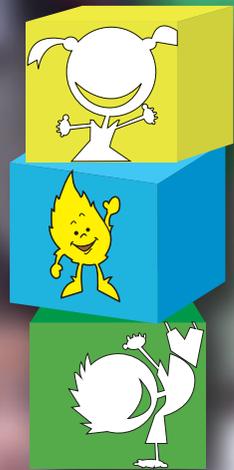
Sen, Amartya. (2000). Desarrollo como libertad. Editorial Planeta. Madrid.

Sen, Amartya. y M. Nussbaum (comps.) (1996). La calidad de vida. Fondo de Cultura Económico, México.

Thomson, Elizabeth. (2003). *Look who's talking: family communication during purchase decisions*. Advertising & Marketing to Children. World Advertising Research Center.

Tufte, Birgitte. (2003). *Children, media and consumption*. Advertising & Marketing to Children. World Advertising Research Center.

Young, Brian. (2004). The growing consumer. *Revista Young Consumers*. World Advertising Research Center.



# Recreando VALOR

