

Departamento de Lenguaje y comunicación.
Profesora Angelina Monserrat N.

Guía trabajo
(Literatura e identidad)

Nombre:	Curso: IV medio	Fecha:
Contenidos:		Objetivo:
<ul style="list-style-type: none"> - Identidad. - Tipo de identidad. - Características generales del ensayo. 		<ul style="list-style-type: none"> - Analizar información presente en un ensayo. - Relacionar la información entregada en un ensayo con la identidad y sus rasgos.

Instrucciones:

- Recuerda responder solo aquello que se requiere o pregunta.
- Mantén buena ortografía y redacción en el transcurso de la composición textual.
- Puedes utilizar tu cuaderno para guiarte en los conceptos abordados en el transcurso de la actividad.

I. **Lee el siguiente ensayo y completa la tabla que se presenta a continuación.**

El individualismo y consumismo en la sociedad actual

No cabe duda de que vivimos en la era de la diferencia. Buscamos y necesitamos sentirnos especiales, únicos y sobresalir respecto al resto de la población. Es la nueva forma de integración social: no hay nada más normal hoy día que el querer ser diferente. Este empeño por desmarcarse de la llamada 'masa' no es algo que haya ocurrido siempre en la historia de la humanidad, sino más bien se trata de un fenómeno de reciente aparición. Estamos asistiendo en último término a un proceso sociohistórico que aparece en el renacimiento y que se vuelve visible en la ciudad europea y americana del XIX, un proceso que en la actualidad ya se encuentra exagerado e incluso hipertrofiado. Hablamos de la aparición de lo íntimo y lo privado, del individualismo autosuficiente. De esa ideología que nos hace pensar que podemos ser independientes de la sociedad en la que vivimos, que podemos y que incluso nos hace desear ir a contracorriente.

Hablamos así de un tipo de persona nueva: "la persona individual" que está vinculada directamente al hecho de que por primera vez en la historia los individuos disfrutaban de objetos propios, espacios propios y comportamientos realizados en soledad. Diríamos que este nacimiento de la persona individual provoca un ensimismamiento hacia uno mismo y un extrañamiento hacia lo ajeno, basando nuestra identidad más en lo que nos diferencia de los demás que en lo que nos une.

La idea fundamental es que el mundo privado y el 'Yo íntimo' no son características inherentes a la condición humana, y cuando aparece no lo hace porque sí, sino que es resultado de cambios concretos y materiales en las conductas cotidianas de la gente en la ciudad moderna, y en el funcionamiento

Departamento de Lenguaje y comunicación.

Profesora Angelina Monserrat N.

de esta. Así, vemos como a lo largo de los últimos años y siglos el comportamiento cotidiano ha ido individualizándose progresivamente hasta el día de hoy, llegando al punto donde surge la extrañeza o la evitación ante el contacto social y con ella algunos de los trastornos psicológicos más frecuentes hoy día (trastornos del estado de ánimo, ansiedad social, etc...).

Una de las causas de este individualismo de relativa reciente creación es la manera en que la sociedad se organiza. A diferencia de otros periodos sociales, este se caracteriza por un tipo de sociedad donde las vidas de los individuos no están tan prefijadas como antes. En el pasado se podría predecir con cierta precisión cuan iba a ser el curso de la vida de un individuo. Sin embargo en la actualidad poco o nada podemos decir acerca del futuro de una persona que nace en una ciudad media. La sociedad abierta de hoy día tiene como estructura económica e ideológica el capitalismo, un régimen donde la identidad del individuo no viene definida por su cuna (pese a la clara influencia que ello tiene en el desarrollo posterior) si no por su rol laboral.

El papel de la publicidad en la construcción del 'Yo'

Otra de las causas que potencian este individualismo cada vez más creciente la encontramos en la publicidad y en el consumismo, en el sentido en que los llamados bienes de consumo dejan de ser objetos para empezar a formar parte de la identidad del individuo. Somos el reloj que tenemos, somos la marca de ropa que vestimos, somos la botella de vino que compramos y somos el coche que conducimos. De esta manera, nos personalizamos y nos diferenciamos en base a los productos que consumimos.

La publicidad pretende convencer de que la identidad de la persona está en el propio producto. Ya no nos resulta extraño que incluso un desodorante nos sea vendido como el objeto milagroso bajo el cual podremos llegar a la cima del éxito sexual. Pensémoslo fríamente. Un bote de plástico lleno de gas y sustancias químicas. De hecho, la inmensa mayoría de productos de consumo tienen asociada una imagen de triunfo social, nos quieren hacer llegar el mensaje de que adquirir este o aquel coche nos hará acceder a determinado escalafón de la sociedad. Y a la vista del funcionamiento social actual, parece que lo consiguen. Que desayunando Cola-Cao llegaremos a ser deportistas, que bebiendo Coca-Cola seremos felices, que conduciendo un Renault seremos un ejecutivo con mucho dinero y un traje espectacular y que con unos Nike seremos los más populares del instituto.

Departamento de Lenguaje y comunicación.

Profesora Angelina Monserrat N.

Por supuesto, toda la imagen de triunfo social tiene que ver, o es acorde, con unos valores que retroalimentan continuamente este individualismo del que hablamos. Llegamos al punto donde el tener un mejor coche y un reloj más caro ya es un valor en sí mismo, es decir, ya son criterios por los que juzgamos la valía de una persona hoy en día.

Cumple tus sueños y desarróllate personalmente. Otra de las principales características del ser humano individualista de hoy en día es que cree que el objeto de la vida es el desarrollo personal, el cultivo de la personalidad o la autorrealización. El individuo actual busca potenciar todo lo que le diferencia de los demás hasta el punto de que las demás personas son vistas como instrumentos para ese “despliegue” de uno mismo. Cuesta, por ello, encontrar algunas relaciones sociales que no tengan un interés laboral, económico o de status detrás, si acaso se salvan nuestros familiares y amigos más cercanos. En la sociedad burguesa actual es fundamental alcanzar reconocimiento social y consideración, y sobre todo mostrarlo en los espacios creados para ello: las redes sociales.

Esto supone una ruptura con lo que antaño se conocía como “cumplir tus sueños”. Clásicamente los sueños eran proyectos u objetivos, resultado de una negociación con la realidad, el individuo sometido al mundo gracias a una buena comunicación, y especialmente sometido -y preocupado- por los otros. Se establecían propósitos realistas y comunitarios. En la actualidad “cumplir los sueños” no es más que dejar que una subjetividad desbocada y que no se ha recortado respecto al molde de la realidad se manifieste, se desborde a la espera de que el mundo se ajuste a él.

En ese sentido no somos más que caprichosos niños grandes protestando e intentando que la realidad sea tal y como queremos que sea, aunque sea violando derechos humanos y jugando con la integridad y bienestar de seres humanos si se tercia la ocasión. La preocupación por el otro ha dado paso en la era del individualismo al miedo por el otro. Nos preocupa nuestro propio bienestar, luchamos por nuestro futuro de forma individual y tendemos de forma casi automática a pensar que el otro tiene intereses y proyectos que irán en nuestra contra. Siendo la naturaleza de las personas como es -social-, cabe dudar de hasta qué punto el ser humano será capaz de soportar un clima de competitividad extrema entre sus iguales. De momento, las tasas de trastornos mentales nos están poniendo en alerta sobre unas consecuencias que ya empiezan a ser visibles.

Departamento de Lenguaje y comunicación.
Profesora Angelina Monserrat N.

Tema que se desarrolla	
Tesis o punto de vista presente en el texto.	
Bases presente en el ensayo.	
Finalidad del texto (explicar)	
Vocabulario contextual (palabras que son desconocidas definir las según el contexto que están insertas).	

Departamento de Lenguaje y comunicación.
Profesora Angelina Monserrat N.

II. Desarrolla los siguientes apartados, recuerda utilizar información del texto leído para ejemplificar o justificar según corresponda.

a) Identidad presente:

b) Rasgos de la identidad que se desarrollan a través del texto:

c) Rasgos o elementos que no son propios de la identidad y que están presentes en el transcurso del ensayo.

III. Responde las preguntas que se presentan a continuación. Mantén una óptima ortografía, redacción y caligrafía para responder cada una de las preguntas.

“Llegamos al punto donde el tener un mejor coche y un reloj más caro ya es un valor en sí mismo, es decir, ya son criterios por los que juzgamos la valía de una persona hoy en día.”



Departamento de Lenguaje y comunicación.
Profesora Angelina Monserrat N.