



COLEGIO MATER DOLOROSA
ASIGNATURA: HISTORIA, GEOGRAFIA Y CIENCIAS SOCIALES
PROFESORA: MIRIAM ROSS MARTINEZ
CURSO: 1° ENSEÑANZA MEDIA

Guía de trabajo N°4: SEMANA 04 AL 08 DE MAYO
EL FUNCIONAMIENTO ECONÓMICO: Consumo vs Consumismo

OBJETIVO: COMPRENDER Y ANALIZAR EL FUNCIONAMIENTO DE LA ECONOMÍA, Y SUS DINÁMICAS EN LA SOCIEDAD.

Instrucciones

Responde en tu cuaderno

Utiliza lápiz grafito

Puedes utilizar redes sociales alternativas a las indicadas al final de la guía, libros u otros.

¿Qué es el dinero y cómo lo utilizamos?

El dinero corresponde a todo bien o activo generalmente aceptado como medio de pago por los agentes económicos para sus intercambios. También sirve como unidad de valor, es decir, el valor de los bienes y servicios se mide en dinero (precio). Existen distintos tipos de dinero y métodos de pago. Métodos de pago y tipos de dinero Actualmente, cuando compramos utilizamos el dinero como medio de pago, lo que permite comparar el valor o precio de los distintos productos. Tenemos diferentes maneras de usarlo, destacando principalmente dos grandes formas: • Pago al contado. Algunos de los medios más usados son el dinero en efectivo, que corresponde a las monedas y billetes emitidos por el Banco Central; el cheque, documento que representa el dinero que una persona tiene en una cuenta de un banco; y la tarjeta de débito, que también representa el dinero que está disponible en un banco. • Pago en crédito. El medio más utilizado es la tarjeta de crédito, la cual puede ser de un banco o una tienda comercial, y con ella las personas pueden hacer pagos con un dinero que aún no ha sido depositado. La persona que paga con esta tarjeta recibe el producto, pero es el banco o la casa comercial el que realiza el pago y después lo cobra al dueño de la tarjeta, cobro que por lo general es mayor que si se hubiera pagado al contado. En el caso de que nuestro dinero no nos alcance para adquirir bienes o servicios, también podemos acceder a préstamos con una entidad financiera, o utilizar dinero de una línea de crédito, aunque en ambos casos debemos pagar intereses. Los intereses corresponden a cierta cantidad de dinero que cobra una entidad por el préstamo de dinero realizado. Es importante tener en cuenta que bajo todas las modalidades de pago en crédito la persona que lo utiliza se está endeudando. Por eso es fundamental que se use de manera informada y responsable, de modo que en el futuro se puedan cumplir los compromisos financieros adquiridos.

Ahorro, endeudamiento y compromisos financieros

La familia de Pablo, Ana y su hija Francisca tiene un ingreso mensual promedio de \$700 000. Pagan \$150 000 por el arriendo de un departamento. No obstante, considerando la opción de un subsidio habitacional, han decidido comprar una vivienda. Para ello, deben disponer de una parte del monto total, para que el gobierno proporcione lo que les falta. Pero si no tienen el dinero disponible para pagar, ¿qué opciones crees que tienen Pablo y Ana? Cuando hay que administrar el presupuesto (familiar, empresarial o estatal) muchas veces hay que enfrentar situaciones en que el dinero con que se dispone no alcanza para comprar un bien o servicio. Ante ello, tenemos principalmente dos opciones: El ahorro. Corresponde a la acción de guardar recursos para gastos futuros o imprevistos, por medio de la disminución de los gastos o de la reserva de parte de los ingresos regulares obtenidos por una persona, empresa o gobierno. Si bien ahorrar no es fácil, ya que siempre nuestras necesidades parecen mayores a nuestros ingresos, lo que lleva al endeudamiento, al comprar más barato, priorizar lo necesario y ser más austeros aumenta nuestra capacidad de ahorro. El ahorro lo podemos depositar en instituciones financieras o bien guardarlo



nosotros mismos. El endeudamiento y compromiso financiero. Si se debe hacer un gasto mayor al ingreso mensual y a los ahorros acumulados, podemos adquirir un compromiso financiero. Las personas, empresas y gobiernos pueden solicitar préstamos o créditos, los cuales pueden ser diferentes según el uso y el tiempo en el que se espera pagar. No obstante, ¿qué se debe tener en cuenta antes de endeudarse? Hay que conocer la tasa de interés, la cual es el monto que el deudor deberá pagar a quien le presta el dinero, y también la CAE o carga anual equivalente, que corresponde al valor total del crédito, incluyendo seguros, intereses, impuestos, entre otros. A la vez, hay que tener en cuenta que en la ley chilena existe una tasa de interés máxima convencional, que estipula el máximo que puede alcanzar una tasa de interés, la cual es fijada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras.

Consumo informado y responsable

¿Qué significa el consumo informado y responsable?, ¿en qué se diferencian ambos conceptos? Para comprenderlos trabajemos con el siguiente caso: Francisca pidió a sus padres un regalo de cumpleaños. Quiere un celular nuevo, el de última tecnología que recién salió al mercado. Este producto se vende en cuotas mensuales de \$15 000. El que tiene aún funciona, pero se lo puede entregar a su hermano pequeño. Ser un consumidor responsable. Si Francisca hubiera reflexionado sobre la real necesidad de comprar otro celular, evaluando su precio final, la situación económica de sus padres, la procedencia y la cantidad de desechos tecnológicos en el planeta, entre otros aspectos, podríamos hablar de un consumo responsable. En este sentido, entendemos consumo responsable como la conducta en la que se compra un producto o un servicio no solo por su calidad y precio, sino también por su impacto ambiental y social, y el proceso de elaboración, es decir, tiene que ver con qué consumimos. Al mismo tiempo, también se relaciona con la responsabilidad sobre cómo consumimos, por ejemplo, en este caso, con qué medios cuentan los padres de Francisca para hacerlo y de qué manera está priorizando la satisfacción de sus necesidades. Ser un consumidor informado. Si Francisca hubiera comparado el precio y la calidad de diferentes teléfonos en tiendas variadas, hubiera calculado el precio final que debían pagar sus padres y qué plazo de garantía tenía en caso de que fallara, podríamos decir que es un consumidor informado. De esta manera, estaría practicando una conducta tendiente a la comparación de calidad y precio de los productos, tendría conciencia de los intereses que se cobran por el pago en cuotas y el conocimiento de las condiciones de garantía de lo que se está consumiendo. En definitiva, se refiere a contar con toda la información posible para tomar decisiones sobre nuestro consumo. De esta manera, como consumidores tenemos derechos y deberes, los cuales no solo son nuestra responsabilidad, sino que también están respaldados por instituciones que los resguardan, como veremos más adelante.

Actividad: Análisis de fuentes

Ética, consumo y consumismo, en una era donde el consumo ocupa un rol fundamental, los debates de cómo y para qué consumimos resultan trascendentales. Te invitamos a analizar los siguientes extractos que buscan estimular la reflexión y mostrar distintas miradas sobre la problemática del consumo. Luego responde las preguntas que se plantean.

Fuente 1: La era del consumo

Esta fuente explora lo que la autora define como “era del consumo y del sujeto como consumidor”. Ciudadanía obliga, y obliga en esa dimensión humana que es la de ser consumidor a elegir la forma de consumo atendiendo a unos criterios, y no a otros, favoreciendo unas actitudes y debilitando otras, proponiendo estilos de vida en la línea de lo que debería ser. Una teoría normativa del consumo se hace necesaria (...). Pero para eso hace falta, en primer lugar, tratar de comprender ese misterioso mundo del consumo, saber si el nivel de consumo de las gentes depende del nivel de ingreso; si hay otras metas del consumo además de la supervivencia; si la única motivación para consumir de una manera compulsiva, que es el gran mal de la época, es el afán de emulación, como recoge gran parte de la bibliografía (...); si



no hay otras motivaciones muy comprensibles para la carrera de trabajo-producción-consumo-trabajo; si la posibilidad de crearse una identidad según los objetos de consumo no es un grave avance de la creación humana; si en unos países los productores derrochan imaginación para conseguir vender, mientras que en otros falta el sustento básico; si en los países ricos aumenta la satisfacción con el consumo y los países pobres son más desgraciados; si es verdad que los países ricos consumen más de lo que necesitan y los países pobres necesitan más de lo que consumen (...) Sobre todo, si es verdad, frente a lo que hemos dicho, que la esencia del ser humano consiste en la capacidad de consumir y ha hecho falta la producción en masa para comprenderlo, y si es verdad que la capacidad de consumir y la actividad de hacerlo son valiosas por sí mismas y no para algo distinto de ellas. Cortina, A. Por una ética del consumo. Madrid, España: Taurus, 2002.

Fuente 2: Consumo y consumismo

El siguiente extracto es una mirada crítica a la problemática del consumismo. Una de nuestras hipótesis claves es que el consumismo es la auténtica y más potente religión del siglo XXI. Definiremos consumismo como aquel contexto cultural –y psicológico– en el que sus miembros tienen como una de sus fuentes básicas de gratificación metafísica (identidad, sentimientos, emociones, etc.) la obtenida a través del consumo imaginario o real de marcas inyectadas en mercancías. Consumo imaginario en tanto que este es de marcas y consumo real en tanto que este es de mercancías marcadas. El consumismo presupone que todas las dimensiones del ser humano (trascendentes, convivenciales y comunitarias, afectivas, etc.) y sus necesidades son saciables en y por las mercancías. Mercancías dotadas de todo tipo de poderes mágicos y de un alma o espíritu (personalidad de la marca). (...) El principio metafísico fundacional es tan simple como este: “consumo, luego existo”. Consumo como equivalencia de felicidad y sentido. Identidad, seguridad emocional, autoafirmación, amor, sensualidad, estatus social, rebeldía, etc., todo es saciable mediante las mercancías. El Paraíso existe y está aquí, en el centro comercial. (...) pasear por los centros comerciales se está convirtiendo en una de las actividades más gratificantes y, al mismo tiempo, más agotadoras. (...) Consumo como forma de relacionarnos y autopercebirnos que subordina cualquier otro referente ético, ideológico o cultural. El consumismo, pues, no es consumir mucho o demasiado, sino hacer del consumo el centro articulador y significador de nuestro existir. Torres i Prat, J. Consumo, luego existo. Poder, mercado y publicidad. Icaria Editorial, 2005. Recuperado de: http://www.letra.org/spip/IMG/pdf/Consumo_Luego_Existo._Poder_mercado_y_publicidad.pdf en mayo de 2016.

Fuente 3: Sociedad de consumo

El siguiente extracto se refiere al rol que ha adquirido el consumir en la sociedad actual. La ciudad se ha convertido en un gran hipermercado. Cada día unos mil mensajes nos incitan a comprar artículos que no necesitamos. Estamos inmersos en el consumismo que se alimenta de la influencia de la publicidad y esta se basa en ideas tan falsas como que la felicidad depende de la adquisición de productos. Consumir quiere decir tanto utilizar como destruir. En la sociedad de consumo no solo sentimos cada vez mayor dependencia de nuevos bienes materiales y derrochamos los recursos, sino que el consumo se ha convertido en un elemento de significación social. Se compra para mejorar la autoestima, para ser admirado, envidiado o deseado. El peligro es que las necesidades básicas pueden cubrirse pero las ambiciones o el deseo de ser admirados son insaciables, según alertan los expertos. En la sociedad de consumo encontramos tres fenómenos que le son propios y que juntos producen lo que se ha denominado adicción al consumo. Por un lado, la adicción a ir de compras. (...) En segundo lugar, un deseo intenso de adquirir algo que no se precisa y que, una vez adquirido, pierde todo su interés. (...) Por último, y asociada a la compra compulsiva, está la adicción al crédito, que impide controlar el gasto de una forma racional. Consumidos por el consumo. En: El Mundo. En: <http://www.elmundo.es/magazine/m17/textos/conocer1.html>



Fuente 4: El consumidor actual

Este extracto aporta otra mirada sobre los consumidores en la actualidad. Los consumidores siempre han sido exigentes al elegir los productos de su preferencia. Saben catalogar cuáles satisfacen ampliamente sus necesidades y cuáles se quedan cortos en cumplir las expectativas esperadas de alta calidad, precio justo y diseños innovadores; sin embargo, han elevado ese nivel de exigencia a un rango mucho más alto, ya que dichos tópicos son hoy características obligatorias. (...) Así, hoy más que nunca, el consumidor consciente e informado, busca artículos no solo innovadores y de buena calidad, sino que también sean amigables con el ambiente. Sin embargo, ¿sabemos distinguir como consumidores entre los productos que realmente reducen el impacto ambiental? En la mayoría de las ocasiones, la respuesta sería no. Esto, debido a que nos vemos influenciados por publicidades engañosas, en las cuales no se ofrece información fidedigna en cuanto a las verdaderas propiedades de lo comprado y, por ende, del daño que este ocasiona al ecosistema. En la actualidad, lo que las empresas explotan en un mayor nivel es la imagen externa de su producto. Se abocan a crear un diseño y un empaque atractivo, pero la cantidad de materiales y la utilidad que estos tengan pasa a un segundo plano. Garza Enderi, S. Lo que busca hoy el consumidor. En: <http://www.packaging.enfasis.com/articulos/15508-lo-que-busca-hoy-el-consumidor>

Luego de leer las fuentes, reflexiona sobre las siguientes preguntas, responde en el cuaderno:

1. ¿Qué semejanzas y qué diferencias respecto del análisis crítico del rol del consumo en las sociedades actuales pueden destacarse entre las fuentes 1 y 2?
2. Explica con tus propias palabras la diferencia entre consumo y consumismo.
3. ¿Qué aspectos positivos respecto de los consumidores expone la fuente 3? ¿Qué desafíos plantea? Explica
4. ¿De qué forma se puede contribuir a mejorar el actuar ético en cuanto al consumo? Desarrolla tu idea.
5. ¿Qué rol atribuyen las fuentes 3 y 4 a los medios de comunicación respecto de la actual cultura del consumo? Argumenta.
6. Reflexiona sobre la pandemia actual ¿Qué problemáticas con respecto al consumo y al consumismo se generaron? Desarrolla.



Guía N°4 RUBRICA PARA EVALUAR TRABAJOS ESCRITOS

INDICADORES DE EVALUACIÓN		CATEGORÍAS			
		0	1	2	3
EXPRESIÓN ESCRITA					
1	Tiene correcta ortografía literal, acentual y puntual.				
2	Demuestra haber utilizado fuentes confiables, como revistas indexadas, sitios webs oficiales, etc.				
3	Demuestra haber investigado en libros, revistas, periódicos o artículos, incorporando más de una de estas fuentes.				
4	Procesa y reelabora la información de manera analítica, crítica y fundamentada.				
5	Reflexiona sobre lo investigado y/o propone soluciones frente a lo analizado.				
6	Demuestra haber leído y utilizado la bibliografía complementaria.				
7	Demuestra haber realizado un trabajo reflexivo, incorporando argumentos e ideas.				

PUNTAJE TOTAL: 21 PUNTOS

PUNTAJE OBTENIDO:

NOTA: