

Diagnóstico de escritura para el contexto universitario

FASE I

Instrucciones

A continuación, encontrará tres documentos relacionados con el tema del consumo en la vida moderna. Dos de los documentos son artículos sobre el tema, mientras que el tercero presenta algunos datos. Lea y analice cuidadosamente los documentos y, a partir de ellos, conteste a las preguntas de selección múltiple. Las respuestas corresponden a elementos pertinentes de los artículos y al análisis que usted haga de los datos del tercer documento.

Documento 1

Solo el capitalismo acaba con la pobreza

El sistema de libre empresa, o capitalista, ha hecho más para mejorar la situación material de la humanidad que cualquier otro sistema económico en toda la historia. Sin embargo, constantemente se critica al “capitalismo” y se le acusa de ser la causa de los problemas de la humanidad, pero en realidad nada está más lejos de la verdad. En tan solo 200 años la situación económica de la humanidad se ha transformado dramáticamente. En 1820 la población mundial era de apenas 1.000 millones de habitantes y aumentó tan sólo a 1.500 millones en 1900. Ahora, en 2017, asciende a más de 7.400 millones. ¿Este enorme aumento ha dado lugar a una miseria material abyecta y a la desesperación humana? En absoluto; todo lo contrario. En 1900 el Producto Interior Bruto (PIB) mundial era de alrededor de 1.000 millones de dólares, mientras que hoy es de casi 80 billones.

Pero, por supuesto, este crecimiento de la mejora material basado en el PIB global per cápita no ha beneficiado por igual ni al mismo tiempo a todas las personas en todos los países del mundo, porque no todos evolucionaron o tomaron muchas de las medidas institucionales esenciales necesarias para fomentar estas increíbles mejoras económicas. La mejora empezó en ciertos países de Europa y luego en Norteamérica en los siglos XVIII y XIX, y desde allí se extendió a otros rincones del planeta en diversos grados. Incluso hoy, el capitalismo apenas ha llegado a algunas partes del mundo.

Sin embargo, en los lugares que existen instituciones que defienden la libertad individual, la propiedad privada, el estado de derecho y el gobierno restringido, el motor humano de la creatividad y el espíritu empresarial han abierto el camino a un cuerno de la abundancia potencial, reemplazando la pobreza, la enfermedad y la crueldad de los sistemas políticos pre-capitalistas que eran casi ubícuos hace unos siglos. Como dijo la historiadora económica Deirdre McCloskey, “el verdadero sustento de los pobres ha sido el crecimiento económico, el Gran Enriquecimiento, que ha incrementado los ingresos reales en los últimos dos siglos 30 veces; es decir, aproximadamente el 3.000%”.

Esta transformación de la condición humana está envolviendo de forma lenta pero constante al mundo. Es una mejora que conlleva la posibilidad de poner fin a la pobreza en sus formas más espantosas antes de que finalice el siglo XXI. Sin embargo, se culpa al

capitalismo de todo lo que los críticos consideran intolerable en este planeta. Uno de los temas candentes de nuestro tiempo es el problema de la desigualdad de la riqueza y el hecho de que algunos son "ricos" mientras que otros son "menos acomodados" y otros son "pobres". La realidad es que el sistema de libre mercado competitivo ha hecho más para liberar a la humanidad de las desigualdades "antinaturales" que cualquier otro sistema.

Durante la mayor parte de la historia de la humanidad, el poder político, el privilegio económico y el estatus social han sido el resultado de la capacidad física para conquistar y controlar. El saqueo de las producciones de otras personas y su esclavización eran los métodos para poseer los medios que conferían la riqueza y el lujo en aquellos tiempos. "Los pocos eran capaces de dominar a "los muchos" y vivir de lo que estos producían con la amenaza de la fuerza física. Estos órdenes políticos y socioeconómicos se basaban en desigualdades "antinaturales" basadas en el poder político y el privilegio. A la mayoría de las personas se las mantenía coercitivamente en una casta o clase social que no tenía nada que ver con sus características y capacidades innatas que podrían haberles permitido conseguir una mejor situación si hubieran tenido la libertad de mejorar sus vidas mediante la interacción pacífica y voluntaria con los demás.

Todo esto empezó a cambiar con la aparición del liberalismo político y económico en los siglos XVIII y XIX. El poder de los gobiernos se restringió cada vez más. Surgió la idea de "los derechos del hombre", según la cual las personas que ocupaban puestos gubernamentales debían ser "sirvientes" para proteger los derechos individuales de cada ser humano. Un número creciente de personas se liberaron de los controles de los gobiernos que, hasta ese momento, obstaculizaban la libertad de comercio en beneficio de las élites. Cada persona era más libre para satisfacer sus propios intereses y cumplir sus objetivos. Sin embargo, según las "reglas del juego", cada persona solo puede mejorar su situación haciendo uso de sus talentos y recursos únicos para servir a los demás como medio para obtener un ingreso y mejorar su vida.

En los siglos XIX y XX surgió en la Europa moderna algo que era muy poco habitual en los siglos anteriores: una "clase media". ¿De dónde procedía esa clase media emergente y creciente? De las "clases bajas", de aquellos que en épocas anteriores eran los sirvientes y los esclavos de los reyes, del fondo de la existencia económica. Con los derechos de la propiedad seguros, impuestos relativamente bajos y una menor regulación gubernamental del comercio, las personas con espíritu emprendedor podían arriesgarse a fundar y dirigir empresas. El siglo XIX fue un gran período de innovación, experimentación industrial y producción en masa. La libre empresa permitió que los ahorros se invirtieran en la industria para mejorar su rentabilidad. La demanda de mano de obra aumentó; los trabajadores se sintieron atraídos por las ciudades donde las nuevas industrias estaban echando raíces, lejos de las antiguas formas de trabajo en el campo. Los salarios aumentaron de forma lenta pero constante en los centros industriales, lo que permitió a las personas obtener ingresos nunca imaginados en las áreas rurales bajo la mirada de la nobleza terrateniente que les "dominaba".

A medida que aumentaron los ingresos de un número creciente de personas, la necesidad de cualificación y formación animó a estos nuevos trabajadores industriales a mejorar sus capacidades laborales. Surgieron instituciones de aprendizaje privadas que enseñaban a leer y a escribir. La demanda de trabajadores por parte de las empresas industriales y

manufactureras en el siglo XIX incrementó los salarios y estos superaron a los sueldos rurales que estaban estancados. Los beneficios que obtuvieron estas empresas al suministrar los bienes que deseaba esta fuerza de trabajo en expansión como consumidores constituyeron los medios financieros para aumentar la inversión en mejor maquinaria. Así, la combinación de la inversión de capital que incrementó la productividad laboral y las inversiones de los trabajadores en "capital humano" (en conocimientos, técnicas y cualificaciones beneficiosas para ellos) sacó a más personas de la pobreza a medida que aumentó la productividad de los trabajadores.

De hecho, una cifra creciente de trabajadores industriales competía por empleos con más personas, pero la inversión de capital en mejores equipos produjo un aumento de la productividad laboral a un ritmo más rápido que el crecimiento de la población activa. El efecto neto fue que aumentaron los salarios y se redujo la "diferencia" entre los niveles de vida de los ricos, la clase media en expansión y los pobres. Este ha sido el resultado acumulado del proceso competitivo en la economía de mercado. El cuerno de la abundancia generado por las empresas privadas ofrece una vasta y creciente variedad de bienes y servicios disponibles para todos, una gran igualdad en la calidad y el nivel de vida. Hoy en día, en las economías más basadas en el mercado, las diferencias entre los ricos, la clase media y los "pobres" a menudo radican en cuántas habitaciones tiene la casa o el apartamento donde viven; generalmente todos tienen más de un televisor y todos los electrodomésticos de cocina tienen las mismas cualidades y características básicas. La mayoría de los hogares poseen uno o más automóviles para transportar a los miembros de la familia a donde deseen ir. Viajar es ahora una práctica habitual: más de 3.600 millones de personas -una cifra equivalente a casi la mitad de la población mundial- se desplazaron por todo el mundo en aviones comerciales en 2016. Además, una gran mayoría de la población mundial, rica, pobre o de clase media, tiene acceso a Internet y teléfonos móviles (excepto en los casos en los que los gobiernos opresivos intentan interferir). Todos tienen acceso a los mismos artículos a precios bastante razonables y asequibles de proveedores que operan en todo el mundo, por lo que la disponibilidad estacional de diversos productos perecederos es casi una cosa del pasado.

Uno de los beneficios del sistema económico capitalista para una población mundial que está creciendo desmesuradamente es el gran escape de la pobreza. Los derechos individuales iguales para todos permiten que cada persona haga uso de sus capacidades únicas para superarse a sí misma, pero dan lugar a mejoras materiales para un número creciente de personas. Las diferencias materiales entre las personas y los contrastes entre la riqueza y la pobreza son cada vez menores: todas las personas llevan unas vidas más cómodas y tienen más oportunidades. Las economías de mercado han contribuido a mejorar las condiciones de vida de la humanidad. Esto es una refutación para todos aquellos que critican el sistema capitalista basándose en un concepto erróneo de lo que es realmente una sociedad basada en el mercado.

Documento 2

La insatisfacción crónica del consumismo: ¿por qué no nos cansamos de comprar?¹

A primera hora de la mañana del 3 de noviembre de 2017, más de 300 personas hacían cola en la Apple Store de la Puerta del Sol. Algunas llevan esperando al raso toda la noche. ¿El motivo? Hacerse con los primeros iPhone X, el último modelo de smartphone de Apple. ¿El precio? Más de 1.100 euros. Se trata de uno de los ejemplos más claros del poder e influencia que puede ejercer una marca de prestigio a través de una campaña potente o por medio de las redes sociales sobre la actitud de compra de los consumidores. Si a esto le unimos un teléfono móvil eficiente, el precio deja de importar para muchas personas. Y la necesidad de hacerse con él, también.

Pero los productos de la compañía fundada por Steve Jobs no son los únicos que motivan el consumismo sin control de la sociedad actual. La Real Academia Española (RAE) define consumismo como la "tendencia inmoderada a adquirir, gastar o consumir bienes, no siempre necesarios". Hoy en día los individuos no compran únicamente por necesidad o solo cuando van al supermercado. La realidad es que ahora los usuarios están predisuestos a consumir en cuanto ponen un pie en la calle. A través de factores como la publicidad intrusiva a gran escala o la repercusión de las campañas de marketing gracias a Internet, los ciudadanos están preparados para comprar en cualquier momento y lugar, sin mirar demasiado si esos bienes son necesarios o no. Y es fácil comprobarlo. La gran mayoría de los compradores del iPhone X que colapsaban Sol el día de su lanzamiento seguramente tuvieran ya un smartphone con plena capacidad de uso. Pero, entonces, ¿por qué no nos cansamos de consumir? "El marketing y la publicidad son las piezas clave del mantenimiento de este sistema, puesto que son las encargadas de mantener a los consumidores permanentemente estimulados para incorporar a sus vidas todos los productos y servicios que se les ofrece", afirma al respecto el Presidente de la Asociación de Estudios Psicológicos y profesor e investigador de los comportamientos de los consumidores, Javier Garcés. Es decir, estamos rodeados de reclamos publicitarios que pintan una vida idílica por la compra de un determinado producto. "El consumista no basa su felicidad en poseer bienes, sino en desearlos" algo que es "consecuencia de los incesantes mensajes que animan a buscar la felicidad y la realización personal a través de la compra". Así, los expertos señalan que felicidad y comprar están directamente relacionados es decir que la tendencia general es pensar que, a mayor consumo, mayor felicidad. Nada más lejos de la realidad ya que, como afirmaba Gille Lipovetsky en su libro *La felicidad paradójica*. "cuanto más se desatan los apetitos de compras, más aumentan las insatisfacciones individuales".

Diversos estudios subrayan que hoy en día, por norma general, para ser felices necesitamos poseer muchas más cosas de las que necesitaban nuestros antepasados. Por ejemplo, que actualmente un piso tenga o no aire acondicionado o calefacción es algo muy básico que puede hacer decrecer el precio final de venta o alquiler de dicha vivienda en caso de carecer de estas características, algo que no pasaba hace 25 años. Lo mismo ocurre con los televisores a color. En los años 80 sólo el 40% de los hogares disponía de uno, mientras que hoy casi el 70% posee, al menos, dos. La tendencia del consumismo

¹ Ramos, A.B. (2018) La insatisfacción crónica del consumismo: ¿por qué no nos cansamos de comprar? Recuperado de:
<https://www.elmundo.es/economia/ahorro-y-consumo/2018/07/25/5b51e7a3e5fdea37748b4623.html>

actual tiene su razón de ser en la posesión y acumulación de cosas y no sólo afecta a los consumidores más activos, si bien es cierto que la adicción a las compras es un problema grave que, según diversos estudios, afecta a entre un 3% y un 7% de la población, la realidad es que estamos ante un modelo económico que "basa nuestro propio bienestar y libertad en estrategias de manipulación consumista", reduciéndose a "consumidores manipulables e insaciables"

Además de la relación entre consumo y felicidad, el hecho de ser una sociedad consumista por naturaleza tiene otras motivaciones; de acuerdo con un informe de Quartz, un factor clave es la denominada obsolescencia programada. O lo que es lo mismo, ese momento en que un teléfono móvil, un ordenador o un televisor deja de funcionar para motivar la compra de nuevos aparatos, pero más allá de que estos instrumentos dejen en sí de funcionar, el mercado, las redes o las propias marcas nos hacen creer que esos aparatos han dejado de cumplir la función que tenían en el momento de su compra, que están obsoletos, casi inconscientemente, la presión que nos rodea por comprar el smartphone más nuevo del mercado o el último televisor curvo de Samsung es enorme.

Otra razón fundamental es el desarrollo y auge de Internet. La red ha convertido el acto de comprar y consumir cosas en algo cómodo, rápido y sencillo. Internet alimenta la creencia de que algo que hemos visto en una página web es más barato de lo que debería ser, lo que motiva el consumo desenfrenado de productos innecesarios. Además, la publicidad encuentra en Internet el mayor escenario para generar estímulos de compra y para convencer al usuario de que, de algún modo, sí necesita ese producto: el spam, la publicidad intrusiva en las páginas web, o la publicidad -en algunos casos, encubierta- que realizan los denominados influencers en Instagram como embajadores de diferentes marcas son sólo algunas de sus variantes. La compra compulsiva de la sociedad actual también está estrechamente relacionada con los instrumentos de crédito y el "compra ahora y no pagues hasta septiembre", un mensaje muy utilizado cuando se trata de vender. No obstante, nos encontramos con una fórmula de venta que fomenta la adicción y, al mismo tiempo, condena al consumidor a un endeudamiento constante.

Las superficies físicas también crean un escenario consumista perfecto a través de estrategias de marketing que propician la compra. Por ejemplo, las grandes cadenas de moda llevan a cabo cambios de colección cada quince días; ofrecen constantes promociones más allá del período de rebajas; colocan los productos de tal forma que generen un efecto visual agradable, de "bienestar emocional para el consumidor"; y hasta escogen cuidadosamente el estilo de música adecuado que incite a la clientela a entrar a la tienda. Javier Garcés fue uno de los autores de uno de los primeros estudios sobre el fenómeno de los comportamientos consumistas en la Unión Europea, auspiciado por el Instituto Europeo Interregional de Consumo y publicado hace más de una década, en él se reflejaba cómo un 3% de los ciudadanos comunitarios padecían un problema de adicción consumista que podían considerarse patológicos, y que un tercio de la población sufría problemas de compra impulsiva y falta de control del gasto. Este porcentaje crecía peligrosamente en el caso de la población joven por estar expuestos a una "mayor vulnerabilidad", unos rasgos que, según el experto, continúan vigentes -e incluso al alza- en la sociedad actual y que son "inevitables".

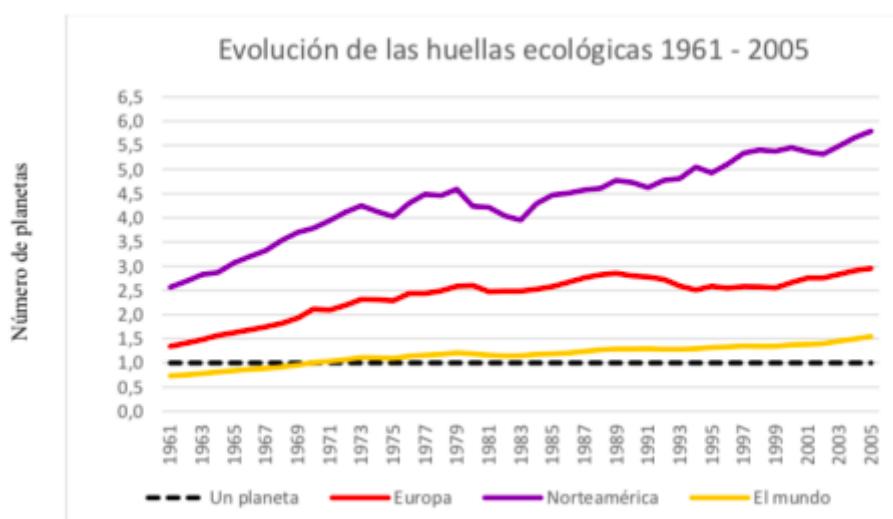
El estudio Factores psicológicos y sociales relacionados con la adicción a la compra y el consumismo de la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales concluye que los comportamientos de compra más excesivos y descontrolados se deben, pues, a "la insatisfacción y la tristeza vital", quedando "atrapados en un círculo vicioso, tratando de buscar en la compra el alivio a la sensación de vacío que su propio consumismo les provoca". Salir con el dinero justo; ir a hacer la compra siempre con una lista, e intentar no salirnos de ella; evitar tener a mano constantemente la tarjeta de crédito; tratar de minimizar el número de impactos publicitarios de la televisión o la web por la fuerte influencia que tienen en nuestros hábitos de consumo; y demorar los impulsos son algunas recomendaciones que señalan los profesionales para, al menos, controlar el gasto.

Documento 3

Huella Ecológica

Según la ONG Global Footprint Network (Red de la Huella Ecológica Mundial), esta expresión designa "las superficies biológicamente productivas de tierra y agua necesarias para producir los recursos consumidos por una persona, una población o una actividad humana y para absorber los desechos que éstas generan, teniendo en cuenta las técnicas y los modos de gestión vigentes".

Planeta (unidad de medida). La huella ecológica tiene "un equivalente planeta", es decir, que puede expresarse en el número de planetas necesarios para soportar de manera sostenible el consumo de la humanidad en un determinado periodo. Según el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF), en 2018 "la humanidad consumió el equivalente de 1,7 planetas". Para calcular la huella ecológica de un país o una región, se calcula el número de planetas que serían necesarios si toda la población mundial tuviera el mismo nivel de consumo que los habitantes de esa región. El siguiente gráfico presenta la evolución entre 1961 y 2005 de las huellas ecológicas de Norteamérica, Europa y el mundo. La línea naranja muestra la huella ecológica del mundo.



La línea roja muestra el número de planetas que se requerirían para mantener de forma sostenible a la población de todo el mundo si esta tuviera el estilo de vida de los habitantes de la Unión Europea y la línea morada, si tuviera el estilo de vida de los norteamericanos.

Cuestionario

1. Identifique la tesis de los dos artículos principales.

- a) (1) El sistema de libre empresa, o capitalista, ha hecho más para mejorar la situación material de la humanidad que cualquier otro sistema económico en toda la historia. - (2) Hoy en día los individuos no compran únicamente por necesidad o solo cuando van al supermercado. La realidad es que ahora los usuarios están predispuestos a consumir en cuanto ponen un pie en la calle.
- b) (1) Uno de los beneficios del sistema económico capitalista para una población mundial que está creciendo desmesuradamente es el gran escape de la pobreza. - (2) Las superficies físicas también crean un escenario consumista perfecto a través de estrategias de marketing que propician la compra.
- c) (1) Las economías de mercado han contribuido a mejorar las condiciones de vida de la humanidad. - (2) Hoy en día los individuos no compran únicamente por necesidad o solo cuando van al supermercado. La realidad es que ahora los usuarios están predispuestos a consumir en cuanto ponen un pie en la calle
- d) (1) El sistema de libre empresa, o capitalista, ha hecho más para mejorar la situación material de la humanidad que cualquier otro sistema económico en toda la historia; (2) [...] los comportamientos de compra más excesivos y descontrolados se deben, pues, a "la insatisfacción y la tristeza vital".

2. Elija cuál de estos conceptos sobre la argumentación es más acertado para describir el uso de los argumentos en el documento 1 **Solo el capitalismo acaba con la pobreza**.

- a) Los argumentos presentan premisas precisas. Estas responden a la postura del autor (tesis) porque desarrollan los conceptos que dicha postura enuncia; se presentan razones pero, por lo menos en uno de los argumentos, estas no tienen una relación clara con las premisas.
- b) Los argumentos presentan premisas precisas. Estas responden a la postura del autor (tesis) porque desarrollan los conceptos que dicha postura enuncia, pero se incurre en falacias argumentativas que no logran demostrar la tesis.
- c) Los argumentos presentan premisas. Estas responden a la postura del autor (tesis), pero (1) es contradictorio el desarrollo de dichas premisas en el texto, (2) no se desarrollan los conceptos que dicha postura enuncia o (3) no se presentan razones que sustentan las premisas o (4) no hay una relación clara entre los argumentos a lo largo del texto.
- d) Los argumentos presentan premisas precisas. Estas responden a la postura del autor (tesis) porque desarrollan los conceptos que dicha premisa enuncia; se presentan razones que sustentan las premisas y hay una relación clara entre los argumentos a lo largo del texto.

3. En el documento 2 **La insatisfacción crónica del consumismo: ¿por qué no nos cansamos de comprar?** cuando el autor dice: [...] Nada más lejos de la realidad ya que, como afirmaba Gille Lipovetsky en su libro La felicidad paradójica, "cuanto más se desatan los apetitos de compras, más aumentan las insatisfacciones individuales" [...]. Según normas APA con qué criterios de citación no se está cumpliendo al momento de realizar la cita.

- a) Hace falta que la cite este en cursiva por qué la letra itálica es exclusiva de las citas textuales
- b) Como es una cita larga debe estar aparte del cuerpo del texto, tenga sangría en el lado izquierdo y el número de letra debe ser inferior con respecto al tamaño de las letras usadas en el cuerpo del texto.
- c) Hace falta año de publicación de la fuente referenciada; número de página donde se encuentra la cita textual
- d) Hace falta año de publicación de la fuente referenciada; número de página donde se encuentra la cita textual y el nombre del libro debe ir en itálica pues es el formato de letra exclusivo para nombres propios de fuentes bibliográficas o audiovisuales que son consultadas.

4. El documento número 3 **Huella Ecológica** corresponde a qué tipología textual:

- a) Texto argumentativo
- b) Texto expositivo
- c) Texto descriptivo
- d) Texto informativo

5. En el documento 1 **Solo el capitalismo acaba con la pobreza**, cuál es el concepto más acertado para definir la estructura de los párrafos.

- a) Cada párrafo desarrolla una sola idea, aunque hay oraciones secundarias que están desarticuladas porque contienen información irrelevante.
- b) Por lo menos en uno de los párrafos el texto no presenta o no desarrolla una sola idea central (las ideas secundarias no responden a la idea central), lo que dificulta la comprensión completa del sentido que se quiere expresar en este.
- c) Un párrafo es un conjunto de oraciones articuladas entre sí temáticamente.
- d) Cada párrafo desarrolla una sola idea por medio de un conjunto de oraciones (ideas secundarias) articuladas entre sí temáticamente.

6. En el documento 2 **La insatisfacción crónica del consumismo: ¿por qué no nos cansamos de comprar?**, cuál concepto sobre la puntuación se adapta más al uso dado por el autor a los signos de puntuación que unen las oraciones.

- a) Hay un uso adecuado de la puntuación a lo largo del texto y esto permite la comprensión completa del sentido.

- b) El texto presenta errores de puntuación aunque estos no afectan la comprensión completa del sentido (ej. Omisión de comas en expresiones de enlace)
- c) El texto presenta errores de puntuación que afectan la comprensión del sentido de por lo menos una sección del texto (ej. Uso del punto y coma como coma o como dos puntos. Uso de la coma como punto seguido).
- d) El texto presenta errores de puntuación que afectan la estructura interna de las oraciones, lo cual afecta la comprensión del sentido (ej. Coma entre sujeto y verbo, coma entre verbo y el resto del predicado). Además, el texto presenta errores en el uso general de la coma o del punto.

7. A cuál de los documentos se aplica el siguiente concepto: **El texto presenta distintos errores de ortografía que afectan la comprensión del sentido a lo largo del texto (ej. No hay una acentuación adecuada de las palabras y/o no hay un uso adecuado de las mayúsculas y/o hay trasposición de las letras en las palabras).**

- a) Documento 1 y 2
 - b) Documento 2
 - c) Documento 3 y 1
 - d) Documento 1
- 8) La infografía del documento 3 **Huella Ecológica** cuando se articula con los otros documentos ayuda a:
- a) Plantear un escenario probabilístico que favorece a la tesis del documento 1
 - b) Exponer resultados de investigación aislados de los temas de los otros documentos
 - c) Plantear un escenario estadístico que favorece a la tesis del documento 2
 - d) Exponer resultados de investigación que apoyan a los documentos por igual.