**Escuela de Comercio “Prof. José A. Casas”**

**Asignatura: Formación Ética y Ciudadana**

**Clase 10**

**Tema: Indagación acerca de las diferentes formas en que las manifestaciones y prácticas adolescentes y juveniles que generan identidades para la comprensión de la influencia de los otros en la construcción de la identidad**

**Clase 10**

**Asignatura: Formación Ética y Ciudadana**

**Cursos: 1eros años (Diurno). Divisiones. 1RA, 2DA, 3RA,4TA, 5TA, 6TA, 7MA, 8VA.**

**Introducción:**

* Recuerda en la carpeta debe estar la teoría. Luego deberá resolver las actividades

Actividad 1 - vemos un video sobre: tema “la Identidad”

<https://youtu.be/jS_Q7QJdDac>

tomar apuntes escribir en la carpeta: el relato y la enseñanza del video

1. Leer el texto (por lo menos dos lecturas, sin distracciones)
2. subraya ideas principales
3. colocar el título: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

\*\*\*Recuerda todas las teorías en las carpetas. Y responder las preguntas o actividades.

La identidad es un conjunto de características propias de una persona o un grupo y que permiten distinguirlos del resto. ... La identidad se puede entender también como la concepción que tiene una persona o un colectivo sobre sí mismo en relación a otros.

En filosofía, la identidad es la relación que toda entidad mantiene solo consigo misma. La adolescencia no es sólo una etapa biológica que se inicia con la pubertad, ya que intervienen otros aspectos que construyen la idea de adolescencia, como su relación con la sociedad, que la imagina y la construye. Es pertinente preguntarnos si la adolescencia en nuestros días es un estadio de transición hacia la etapa de construcción, maduración y consolidación de la identidad, o bien un proyecto inconcluso y postergado. ¿Qué posibilidades de proyección, apropiación y sentido de sí mismos pueden tener los adolescentes para construir un ser y estar en el mundo?

El desarrollo de la identidad va a depender de la superación favorable de los cuatro estadios previos del ciclo vital del ser humano (infancia, niñez temprana, edad del juego, y edad escolar) de la misma manera que el buen desarrollo de la identidad en el adolescente va a influir posteriormente sobre los estadios post.

La adolescencia es un periodo vital entre la pubertad y la edad adulta, su rango de duración varía según las diferentes fuentes y opiniones médicas, científicas y psicológicas, generalmente se enmarca su inicio entre los 10 y 13 años, y su finalización a los 18 años de edad.

Durante la adolescencia, a la persona se le presentan multitud de opciones para construir su propia identidad. Cuando el adolescente se da cuenta de estas alternativas, es cuando empieza a explorar su mundo, sus gustos, sus relaciones íntimas, su género, sus amistades. La conducta del adolescente está fuertemente influenciada por los mecanismos de socialización a los que tenga acceso,**como la familia, la educación formal y los grupos sociales**, de los cuales adquiere su forma de relacionarse con la sociedad y consigo mismo.

En ese sentido, **los medios de comunicación juegan un rol importante** en el modelado de la psique adolescente, dado que ésta usualmente carece de la experiencia y la madurez para lidiar con las presiones y las expectativas de la propaganda y la cultura televisiva.



cabe aquí la influencia de los otros, sus pares

Actividad 2: completar el cuadro

|  |  |
| --- | --- |
| preguntas | respuesta |
| Qué es la identidad |  |
| Por qué la adolescencia es una etapa biológica de gran consumo. Explica  |  |
| ¿En qué etapa de la vida humana se construye la identidad?  |  |
| Cuales son múltiples opciones para construir su propia **identidad**, del adolescente |  |

**Tema: Conocimiento y reflexión crítica acerca de los estereotipos corporales y estéticos presentes en los medios de comunicación, en la publicidad y en las representaciones artísticas mediante el análisis de mecanismos que cooperan en la difusión de prácticas discriminatorias y de sus consecuencias en la salud.**

**Observa las imágenes y piensa**

** **

**Adolescentes de ayer adolescentes de hoy**

El sociólogo Marcelo Urresti sostiene que los adolescentes, cualquiera que sea su clase social o las familias de la provengan, no logran ser independientes del discurso de los medios masivos de la comunicación, la publicidad comercial, el mercado de bienes de consumo masivo y las industrias culturales que los seducen ofreciéndoles variados productos de manera insistente y constante. Estas agencias difunden imágenes y estéticas y construyen estereotipos, es decir, modelos con características fijas, que destacan a cierto de personas según su apariencia y estilo de vida. El mensaje publicitario dirigido a los adolescentes recurre a estos estereotipos para representar un mundo ideal, feliz y pienso de éxitos donde no tienen lugar la pobreza, la realidad, la enfermedad, la lucha de clases o los problemas sociales.

Definiendo al Estereotipo como los modelos o patrones de conducta que definen cómo deben ser, actuar, pensar y sentir las mujeres y los hombres en una sociedad; representan un conjunto de atributos o características que se les asignan idea, expresión o modelo estereotipados de cualidades o de conducta.

El estereotipo se encarga de hacer generalizaciones acerca de los miembros de un grupo. Las generalizaciones pueden ser vistas desde un punto positivo (las mujeres son tiernas) pero en otras ocasiones son vistas negativas y resistentes al cambio (los aborígenes son salvajes).

**Actividad N°3:**

**2.a- Explica la frase de Marcelo Urresti “los adolescentes cualesquiera que sea su clase social o las familias de las que provengan, no logran ser independientes del discursos de los medios masivos de la comunicación.**

**2.b- que le agrada de los medios de comunicación, al adolescente de hoy?**

**3.2. ¿Cuáles son los estereotipos que incorporan los adolescentes, de los medios de comunicación que puedan afectar a la salud? Y ¿Cuáles estimulan fortalezas o virtudes? Dar un ejemplo de cada uno (tomar en cuenta la teoría).**