INSTITUCIÓN EDUCATIVA MANOS UNIDAS – 3011

DESARROLLO HUMANO CICLO III

TEMA: **CRITERIOS ÉTICOS**

Lee cuidadosamente el siguiente texto, teniendo en cuenta los signos de puntuación y las pausas que deben hacerse en ellos. Luego responde el cuestionario, encerrando en un círculo la letra de la respuesta correcta.

"Ya hemos estudiado que la ética trata de aprender a vivir bien o de no ser imbéciles. A lo largo de su vida el hombre puede utilizar una enorme variedad de criterios orientadores para elegir su propia conducta, aunque muchos de ellos no tengan que ver con la ética y la moral. Pueden distinguirse algunos niveles o tipos de criterio:

A. **El Criterio basado en el placer y los instintos**. Con este criterio el hombre, desde niño, busca lo agradable y evita lo desagradable, o sea, buscar placer y evitar dolor. Este nivel de placer instintivo, es el normal entre niños y adultos que no han recibido una educación que les haya mostrado una apertura hacia otros valores superiores. Pero tampoco hay que desechar por completo este criterio cuando se trata de escoger una diversión, pasatiempo o un tema de conversación, ya que este nivel es un auténtico criterio que sirve como orientación en muchos casos de forma legítima. El problema o el error por así decirlo es cuando se va a los dos extremos, es decir, 1) el uso exclusivo de este nivel en cualquier situación de la vida, o 2) la eliminación absoluta de este criterio, como si el placer fuera algo malo. Por el contrario, el placer es un valor sin duda alguna ya que busca la satisfacción de las necesidades vitales del ser humano."

(Savater, Fernando. *Ética para Amador* Ejercicios de comprensión lectora por Jorge Eliécer Gómez Arias)

COMPRENSIÓN DE LECTURA

1. **Cuando habla de "criterios orientadores", el autor se refiere a:**

a. Leyes de comportamiento.
b. Razonamientos para discutir.
c. Guías para la acción.
d. Instrucciones para sentir.

2. **Se puede afirmar que el criterio basado en el placer y los instintos:**

a. Es característico de niños y analfabetas.
b. Es aprendido desde la niñez
c. Sólo lo emplean quienes no tienen educación.
d. Es propio de quien no tiene valores.

3. **El principio del placer no es legítimo cuando**:

a. Sólo satisface necesidades vitales.
b. Es el único criterio de acción en la vida.
c. Se usa para escoger una conversación.
d. Actuamos como personas adultas.

4. **En este texto el autor afirma que:**

a. El criterio del placer no tiene que ver con la ética.
b. El criterio del placer es de uso exclusivo de los niños.
c. El criterio del placer debe ser eliminado.
d.El criterio del placer puede ser una equivocación o complicación.

5. Una inferencia o consecuencia que se puede obtener de este texto es:

a. El placer es más bien un estado pasajero de la vida.
b. Hay criterios de la conducta que no tienen que ver con la ética.
c. Quienes no tienen educación no tienen criterios éticos
d. Las necesidades humanas se satisfacen con el placer.

B. "**El Criterio basado en la presión social**. Este reside en la absorción de todas las normas y valores que el medio ambiente o sociedad influyen en el individuo en forma de "presión social". La guía de conducta dentro de una sociedad es pues la moda y la propaganda. La presión social es la principal fuente que orienta y empuja la conducta de muchísimas personas, principalmente las jóvenes. En muchas ocasiones esa conducta no tiene nada de **objetable**, pero en muchas ocasiones la gente se pregunta si un individuo que actuó con cierta conducta, lo hizo por responsabilidad o por simple inercia, y si pudo haber actuado de manera diferente. Normalmente si confundimos la "obligación" como la "presión social"; pero la verdadera obligación es la que da origen a méritos de carácter ético, o sea, no es la obligación que proviene del exterior, si no la que tiene que venir de nuestro interior, la que uno se impone, de una manera autónoma y en función de los valores que hemos asimilado. Es por esto que este criterio es muy generalizado y de escaso valor ético, sin embargo es superior a los otros criterios debido a que se trata de una orientación consciente (aun

que no siempre en su totalidad). Por ejemplo: una persona usa un determinado tipo de ropa porque es lo que ve, está de moda o lo que oye en la propaganda; en cambio, no está consciente del origen de las normas y valores inculcados en su infancia por los cuales puede llegar a ser muy puntual, muy aseado o muy ahorrativo."

(Savater, Fernando. *Ética para Amador.*
Ejercicios de comprensión lectora por Jorge Eliécer Gómez Arias)

COMPRENSIÓN DE LECTURA

1. En este texto, la expresión "absorción de todas las normas y valores" significa que:

a. Las normas y valores se procesa
b. Las normas y valores se transfieren
c. Las normas y valores penetran
d. Las normas y valores se retienen.

2. Cuando el autor habla de "presión social", indica que:

a. Influencia de factores de la sociedad
b. Opresión de aspectos sociales.
c. Amenaza de la sociedad
d. Imposición de conductas sociales.

3. En este contexto, el término **objetable** significa:

a. Incalificable
b. Innoble
c. Deshonroso
d. Censurable.

4. El autor entiende la **obligación** como:

a. Aquello que hay que hacer o se está forzado a hacer.
b. circunstancia que presiona a hacer o a no hacer una cosa.
c. Gratitud que se debe a alguien por algún favor recibido.
d. Actuación independiente según lo que es bueno y correcto.

5. Según el texto, la moda y la propaganda son:

a. Formas de imposición social.
b. Consecuencias de la vida social.
c. Expresiones de progreso de la sociedad.
d. Exigencias de la ética de la sociedad.

6. El autor afirma que:

a. Se puede confundir la "presión social" con la obligación.
b. Todos los jóvenes establecen su comportamiento por la moda.
c. El criterio basado en la presión social es inconsciente.
d. La moda y la propaganda tienen un abundante valor ético.

7. Una conclusión que se puede obtener aquí es:

a. Los méritos de carácter ético no tienen nada que ver con la moda y la propaganda.
b. Los valores dados en la niñez tienen más importancia que la presión social.
c. Quien actúa por la moda o la propaganda no tiene responsabilidad.
d. No se puede situar la responsabilidad de los individuos en la vida social.