

TRABAJO PRÁCTICO INTEGRADOR 2020/2021

5to 4ta

Áreas de conocimiento: **Política y Ciudadanía- Sociología- Comunicación, Cultura y Sociedad**

Docentes: Prof. Parodi- Prof. Amarilla –Prof. Martilotta.

TEMA TRANSVERSAL A LAS TRES MATERIAS: **“EL HOMBRE COMO SER SOCIAL Y CIUDADANO”**

OBJETIVOS: QUE EL ALUMNO LOGRE:

- REVINCULARSE CON LA ESCUELA.
- REALIZAR PRODUCCIONES ESCRITAS PROPIAS Y FUNDAMENTADAS.
- EJERCITAR PRÁCTICAS DE LECTURA COMPRENSIVA
- APLICAR LOS TEMAS ABORDADOS A EJEMPLOS Y CASOS CONCRETOS.
- UTILIZAR EL LENGUAJE ESPECÍFICO DE CADA MATERIA.

CRITERIOS DE EVALUACIÓN:

- ENTREGA EN TIEMPO Y FORMA (Se informará la fecha en febrero)
- COHERENCIA Y ELABORACIÓN PERSONAL EN LA PRODUCCIÓN ESCRITA.
- CONOCIMIENTO Y UTILIZACIÓN DEL LENGUAJE ESPECÍFICO DE CADA ÁREA
- ADECUACIÓN DE LAS RESPUESTAS A LAS CONSIGNAS PLANTEADAS.

POLÍTICA Y CIUDADANÍA

BIBLIOGRAFÍA: “POLÍTICA Y CIUDADANÍA”, TERESA EGGERS-BRASS, (SE ENCUENTRA EN EL DRIVE DE LA ESCUELA, TRABAJADO DURANTE EL AÑO).

Página 18, 19: Distintas formas de ver la política y al ciudadano.

Luego de la lectura, realizar.

1-A: ¿Cómo concibe Aristóteles la idea del bien común?

1-B: ¿qué opinión te merece?

1-C: En nuestra sociedad contemporánea, ¿se observa esta concepción?

2- Transcribir el pensamiento de John Locke con respecto a la sociedad.

2-A: ¿Cuál es la diferencia con el pensamiento de Aristóteles en referencia a la comunidad-sociedad?

Página 23, 24: Karl Marx

1-Resumir y explicar, en pocas líneas, el pensamiento de Karl Marx.

2-¿Qué grupos sociales se puede observar en la pirámide del sistema capitalista? ¿Representa al pensamiento del autor?, fundamentar.

Página 39, 40: El Estado y la política

1-Transcribir la definición de Estado del autor Raymond Carré De Malberg.

1-A: ¿Estás de acuerdo con esta definición?, Si-No, fundamentar.

1-B: Escribir una definición de Estado.

2-Para que exista Estado, en definición, debe cumplir ciertos requisitos. Transcribe el que te parezca, a tu criterio, el más destacado y argumenta la elección.

Enviar respuestas del trabajo al mail amonti453@yahoo.com.ar, cualquier duda o consulta se comunican por este mail. A trabajar, Profe. Parodi Raquel.

SOCIOLOGIA

BIBLIOGRAFÍA: MANUAL “SOCIOLOGIA”, MACONIS Y PLUMMER, (SE ENCUENTRA EN EL AULA DE CLASSROOM, Y TAMBIÉN SE PUEDE DESCARGAR DESDE INTERNET).

Página 213 A 216: Desigualdad y estratificación social.

Luego de la lectura, realizar.

1-Definir y diferenciar, desigualdad y estratificación social

2- Exponer ejemplos de la vida cotidiana en donde se evidencien estos conceptos trabajados

Página 226 A 230: Enfoques teóricos sobre la desigualdad y estratificación

Luego de la lectura, realizar.

1-Exponer las similitudes y diferencias que puedes visualizar entre el enfoque marxista y el de Weber sobre la estratificación social

2- ¿Estás de acuerdo con alguno? Justificar.

Página 299-302: Razas, etnias y minorías

Luego de la lectura, realizar.

1-Definir los conceptos de raza, etnia y minoría

2-Ofrecer una reflexión personal acerca de cada concepto y su aplicación.

3-Definir los conceptos de estereotipo y prejuicio. Luego ofrecer ejemplos de la vida cotidiana al respecto

Enviar respuestas del trabajo al mail braianamarilla_35@hotmail.com , o número de celular 1153788023. Estamos en contacto, Prof. Amarilla Brian.

COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD

BIBLIOGRAFÍA: el material de consulta y apuntes de clase se encuentran en el classroom y al final del proyecto.

1- ¿Cuáles son las dos visiones de la cultura? ¿Qué visión se acepta actualmente? ¿Aristoteles, Locke y Weber pueden ser considerados hombres cultos? Fundamentar la respuesta aplicando las visiones de la cultura.

2- En la siguiente situación comunicativa: “Gandhi pronuncia un discurso a favor de la no violencia en el Congreso Nacional Indio frente a un numeroso auditorio”

Analizar los 7 elementos del proceso de la comunicación, los modos de comunicación utilizados y determinar el tipo de recepción de su discurso.

3- Los nombres de las etnias son signos lingüísticos, elegir uno y analizar sus elementos.

4-¿Qué tuvo en cuenta Pierce para clasificar los signos? El mapa de una provincia es un signo. ¿En cuáles de las clasificaciones de Pierce podríamos incluirlo? Justificar por qué pertenece a esa clase/s.

5 ¿A qué llamamos naturalización de los fenómenos sociales? Analizar la naturalización de los hechos sociales en el ejemplo de la violencia racial y la discriminación en EE.UU. y explicar que acciones podrían realizarse para desnaturalizarlo

6-Explicar brevemente las diferentes etapas que culminan en la llamada mundialización cultural.

7- Decir si es verdadera o falsa la siguiente afirmación: “La Sociedad de la Información no existe” y justificar.

8- Analizar el preámbulo de nuestra Constitución Nacional. ¿Puede afirmarse que tiene una actitud pluralista? Justificar

9- Analizar la llegada de los europeos a América a partir de 1492. ¿Fue un choque o encuentro de culturas? ¿Qué consecuencias, procesos o fenómenos aparecieron? Fundamentar tu respuesta.

Enviar las consultas y respuestas del trabajo al mail nmartilotta@gmail.com o subirlas al classroom. Prof. Norma Martilotta

BIBLIOGRAFIA COMUNICACIÓN, CULTURA Y SOCIEDAD

Apuntes de clase y material de consulta

DEFINICIÓN ANTROPOLÓGICA DE LA CULTURA:

El concepto de cultura ha ido variando a lo largo de la historia de la humanidad. En la actualidad se estudia la cultura desde un enfoque antropológico. Se entiende por cultura el estilo de vida de una comunidad. La cultura no es algo natural, por el contrario es algo histórico, que la comunidad va construyendo. Lo que sucede es que como ciertas prácticas o costumbres las compartimos con la mayoría de las personas que nos rodean, las consideramos como normales o “naturales”. Y esa construcción también se va modificando por eso decimos que la cultura es dinámica y hablamos de cambio cultural. Cuando nacemos encontramos una cultura ya instalada pero nuestra intervención la transforma. La cultura es producto del trabajo del hombre quien gracias a sus características la crea y transmite. El hombre crea cultura y al mismo tiempo es creado y transformado por la cultura de la que forma parte.

El mecanismo por el cual internalizamos la cultura es el proceso de socialización, aprendizaje que comienza con el nacimiento y dura toda la vida. Está a cargo de los agentes socializadores: la familia, la escuela, los grupos de pares, los medios de comunicación, etc.

Podemos distinguir dos visiones respecto del tema de la cultura:

1-VISIÓN ELITISTA considera que la cultura es el resultado de cultivar el conocimiento humano por medio del ejercicio de las facultades intelectuales y artísticas. Se trata de “cultivar el espíritu”. Son cultas las manifestaciones refinadas relacionadas con la literatura, las ciencias y las artes, entre las que se incluyen la música clásica, la pintura, la escultura, etc. Reduce el ámbito de la cultura a un selecto grupo de personas, una “elite”. Sólo algunas personas son cultas, las que producen esos objetos culturales o los que tienen conocimientos sobre ellos.

2-VISIÓN ANTROPOLÓGICA considera que cultura es toda manifestación del quehacer humano. Es el conjunto de prácticas llevadas a cabo por todos los sujetos sociales. Incluye la lengua, los valores, las leyes, la vestimenta, la vivienda, la organización económica y todas las expresiones artísticas, es decir todos los hábitos y las capacidades adquiridas por el hombre en tanto miembro de la sociedad. Todo ser humano es culto y todo ciudadano construye la cultura.

LOS MODOS DE COMUNICACIÓN

Cuando se habla de comunicación se habla de transmitir mensajes y el modo básico de comunicación es el lenguaje. Cuando dos personas entablan un diálogo se comunican, pero ninguna de esas personas inventó ese lenguaje ya que es parte de su cultura, estaba allí antes de esas personas y estará después, el lenguaje es una herramienta social, pertenece a la sociedad.

Pero el lenguaje verbal no es el único modo de comunicarse, otro modo es el lenguaje escrito. El alfabeto es la primitiva codificación generada por los pueblos necesitados de interrelación comercial y logran con la escritura una serie de signos comunes para intercambiar mensajes.

En la comunicación participan no solo los códigos lingüísticos, sino también un tercer modo comunicativo, que es el gesto. Cada gesto es comprendido como un signo poseedor de un significado que debe captarse anticipatoriamente, un significado compartido por personas de una misma cultura, por eso los gestos también son construcciones sociales.

Existe finalmente un cuarto modo básico que se ha convertido en nuestro tiempo y nuestro siglo en el modo de comunicación fundamental y más utilizado que es el de la imagen. El espacio comunicacional de la imagen es tan abarcativo y denso en nuestro tiempo que el ámbito cultural del siglo XXI ha tomado el nombre de videosfera (esfera cultural de la imagen). Este modo de comunicación es seguramente el menos limitado ya que atraviesa todas las culturas al ser una representación comprensible en todas o casi todas las sociedades del mismo modo. Esta universalidad del lenguaje de imágenes se puede verificar en las señales que suelen verse en las ciudades o en las rutas, que pueden ser interpretadas por personas que hablen distintas lenguas.

Elegimos el modo de comunicación teniendo en cuenta la situación, el destinatario y el tipo de mensaje que queremos transmitir. Utilizamos todos los modos. Son 4:

Modo Oral: Es el modo más primitivo. Los humanos ya se comunicaban oralmente aunque de manera no sistematizada. Hoy utilizamos lenguas bien organizadas.

Modo Gestual: Utiliza el cuerpo humano para transmitir sus mensajes. Por ejemplo la posición del cuerpo, los ademanes, el lenguaje de señas, gesticulaciones con la cara, etc.

Modo Escrito: Utiliza signos lingüísticos escritos: Palabras, letras y números

Modo Icónico: Utiliza imágenes de todo tipo, dibujos, fotografías, etc

Estos cuatro modos de comunicación tienen un denominador común: la intencionalidad. La gente se comunica por un fin determinado, por alguna razón prefijada. Si existe una intención cuando se formula una comunicación necesariamente debe existir un objetivo, y para cumplir objetivos se requiere elaborar estrategias para lograrlo. Todos, de manera consciente o no, elaboramos un plan de comunicación antes de comunicarnos, sea a través

de palabras u otro modo, no nos comunicamos de manera súbita, al menos no solemos hacerlo. Toda comunicación tiene objetivos, esencialmente tres: anticipar, modificar e interactuar; y cada uno de estos objetivos requieren de estrategias específicas para alcanzarlos.

CONDICIONES DE PRODUCCIÓN Y DE RECONOCIMIENTO, ENUNCIACIÓN Y RECEPCIÓN

Todo proceso comunicativo implica necesariamente un proceso social. La comunicación es el conjunto de intercambios que constituyen la trama discursiva de la sociedad. Los discursos sociales circulan entrelazados y son producidos e interpretados de acuerdo a determinadas pautas, culturales, sociales e históricas.

La Comunicación es un proceso en el que intervienen siete **elementos: emisor, receptor, mensaje, código, canal, referente y contexto.**

Los actores del proceso de la comunicación son el **emisor** y el **receptor**. El emisor elabora o codifica un mensaje y el receptor decodifica o interpreta ese mensaje.

El **mensaje** es el contenido de la situación comunicativa, aquello que queremos compartir o transmitir y se expresa en un **código** (conjunto de signos más las reglas para combinar esos signos, por ejemplo los idiomas son códigos lingüísticos; el código de colores de las banderas que indican el estado del mar es un código paralingüístico). Ese mensaje circula a través de un medio físico o **canal** (la voz, un teléfono, etc.). Siempre nos comunicamos acerca de algo, el tema de la comunicación es el **referente**. Toda situación comunicativa se da en un determinado **contexto**, un espacio físico y social donde nos comunicamos.

En ese proceso de la Comunicación podemos distinguir dos momentos:

1 **-Enunciación:** el emisor codifica el mensaje. Aparecen allí las **condiciones de producción**. Las condiciones de producción son el conjunto de normas, costumbres, etc. que circulan e indican el campo de acción en el cual se anuncian los mensajes. Son las circunstancias en las que se produce el mensaje.

2 **-Recepción:** el receptor decodifica el mensaje. Aparecen allí las **condiciones de reconocimiento**. Las condiciones de reconocimiento son el conjunto de normas que marcan ciertos límites a la comprensión del mensaje por parte del receptor. Son las condiciones de lectura e interpretación de los mensajes.

La recepción puede tener dos formas:

a-Directa: sin intermediación

b-Indirecta o mediatizada.

Además según el tiempo transcurrido desde la enunciación, la recepción puede ser inmediata (el recibo en el mismo momento de la enunciación) y diferida (transcurre tiempo entre la enunciación y la recepción del mensaje)

La Significación y la teoría del signo.

La capacidad simbólica le permite al hombre crear signos. Un **signo** es algo (un objeto, una imagen, una palabra, etc.) que está en lugar de otra cosa. La ciencia que estudia los signos en las vidas de las sociedades es la **Semiótica** o **Semiología**.

En todo signo podemos distinguir dos elementos. El **significante** (parte material) y el **significado** (parte mental, idea o concepto que tenemos del signo)

Si analizamos el signo “mesa” podemos determinar sus dos elementos:

a) Significante m/e/s/a (es decir la palabra mesa escrita)

b) **Significado** mueble que sirve para apoyar objetos

El signo es un elemento del proceso de significación. Distintos autores se han ocupado de diferentes aspectos relativos a la teoría del signo. Entre ellos se destacan:

Saussure:

Estudió el **signo lingüístico**, es decir las palabras. Estas son signos que forman parte del lenguaje verbal).

Afirma que es un tipo especial de signo porque la relación entre el significante y el significado es arbitraria y convencional. Es arbitraria porque podríamos haber elegido cualquier otro significante para referirnos a ese significado. (¿Por qué la puerta se llama así? Porque sí, porque a alguien se le ocurrió llamarla de esa forma) De hecho los diferentes idiomas utilizan distintos significantes para referirse al mismo objeto, (nosotros en español decimos puerta, en inglés dicen door y en ambos casos nos referimos al elemento que permite pasar de un ambiente a otro).

Pero también es convencional porque en algún momento los hablantes de una lengua acordaron utilizar ése y no otro significante para referirnos a ese significado. Esto permite que nos entendamos al hablar.

Por otro lado también estudió el tema de la **lengua**, es decir la parte social del lenguaje, el sistema organizado de signos o código compartido por la comunidad.

La distinguió del **habla**, es decir del uso de la lengua o de la apropiación que cada uno hace de ella. El habla es un acto individual en determinadas condiciones y circunstancias.

Barthes

Estudió el **signo semiológico**. Afirma que los objetos, las imágenes y los gestos funcionan como significantes o expresión del signo semiológico. En general se trata de objetos de uso.

Algunos ejemplos: un auto Mercedes Benz es el significante que indica determinada posición económica (ese es el significado); las pastas se asocian con la cultura italiana; cualquier abrigo sirve para protegerse del frío pero en nuestra sociedad no significa lo mismo un tapado de piel, un poncho, una campera de cuero o un camperón deportivo. Barthes relaciona los signos con la cultura y los valores.

Otro tema del que se ocupó fue la diferencia entre la denotación y la connotación.

Son dos niveles de significación. La **denotación** es el nivel más simple de significación, es la descripción del signo. La **connotación** es el segundo nivel de significación, es la interpretación del signo, es subjetiva y depende del receptor y del contexto. En este nivel intervienen los valores culturales.

Ejemplo: si observamos una publicidad de artículos para bebés donde aparece la imagen de una mujer acariciando a un niño pequeño, eso es lo denotado. Y lo que interpretamos de esa imagen (ternura) eso es lo connotado.

Peirce.

Elaboró varias clasificaciones de los signos, nos interesa la que estableció tomando en cuenta la relación del signo con el objeto que representa. Distinguió tres clases de signos:

Iconos: Tienen una relación de semejanza, parecido o similitud con el objeto que representan. Ejemplo fotografías, mapas, retratos, etc.

Índices Tienen una relación de proximidad, continuidad o anticipación con el objeto. Ejemplo: el humo nos indica que hay fuego en algún lugar, una huella nos señala que alguien pasó por allí, etc.

Símbolos Tienen una relación convencional con el objeto surgida por ley o por costumbre. Ejemplo las palabras, la paloma blanca para representar la paz, el negro como señal de duelo etc.

Los signos pueden pertenecer a más de una categoría al mismo tiempo porque las relaciones con los objetos se dan mezclados en la vida social. Es difícil encontrar casos puros de iconos o símbolos.

NATURALIZACIÓN DE LOS FENÓMENOS SOCIALES

Todas las experiencias cotidianas son vividas como naturales es decir como únicas e invariables. Consideramos que tienen que ser necesariamente así y no pueden modificarse. Esto nos lleva a justificar nuestra forma de actuar en la tradición (siempre se hizo así), en la analogía (todos lo hacen así), en creencias o se lo adjudicamos a la vida misma. Para actuar cotidianamente no nos detenemos a reflexionar, lo hacemos espontáneamente y consideramos nuestro accionar “como natural”.

Naturalizar es considerar un hecho como natural cuando en realidad no solo lo es. Por ejemplo si desayuno con determinados alimentos, con determinadas personas, a determinada hora y en determinado lugar, lo único natural es la ingesta de alimentos. Todo lo demás es social, es adquirido y depende de nuestra cultura.

Los hechos naturales tienen estas características:

- a- Son necesarios: si no se cumplen corren riesgo la vida.
- b- Son inmodificables: no los puedo cambiar, a lo sumo puedo postergarlos.
- c- Son definitivos: son de determinada forma o manera.

Debemos tener en cuenta que los hechos sociales son producto de las decisiones que tomamos en sociedad o en comunidad. Cuando naturalizamos un hecho social le adjudicamos características de un hecho natural. La naturalización puede considerarse como un discurso dominante en la mayoría de las formas de sociedad actuales. Al atribuir a causas naturales los hechos sociales, los individuos y los grupos se alejan de la comprensión de las reglas sociales que guían los comportamientos en sociedad.

Una de las miradas naturalizadoras que configuran este discurso dominante es la de relacionarlos con lo biológico. Relacionar problemas como la exclusión social con las características genéticas que los individuos o grupos que los sufren poseen, supone un distanciamiento de las causas sociales que pueden generarlos. Así, percibir a los gitanos de Europa como un grupo de personas que tienen en común una tendencia genética hacia la vida nómada supone ignorar los mecanismos de exclusión que durante siglos se han establecido sobre ellos. Entender el éxito desigual que los diferentes individuos tienen en el sistema educativo como meras diferencias genéticas ligadas a la inteligencia humana, sería otra forma de naturalización que desconoce las desigualdades sociales que los diferentes grupos presentan a la hora de enfrentarse a la educación.

Si decimos que es natural que haya pobres estamos afirmando que no hay nada que podamos hacer para cambiar eso. Pero si al observar los hechos cotidianos tomamos

conciencia de esa naturalización, podremos analizarlos críticamente y buscar alguna solución o respuesta que nos permita modificar la sociedad en que vivimos. A eso le llamamos “desnaturalizar”

GLOBALIZACIÓN Y MUNDIALIZACIÓN: ECONOMÍA Y CULTURA EN UN NUEVO MUNDO

Todos los días, cuando nos levantamos a la mañana, tratamos de enterarnos de la temperatura, el pronóstico para ese día y la hora para no llegar tarde a la escuela, al trabajo o a donde sea que tengamos que ir. Puede parecer poco significativo pero, en el momento en que encendemos la radio, la televisión, leemos el diario o prendemos la computadora, estamos conectándonos con redes de información muy grandes.

Pensemos qué haríamos sin televisión, sin radio, sin diarios y sin computadoras. ¿Cómo nos enteraríamos de la información que nos interesa? Sólo a través de nuestra experiencia. Sabríamos, por ejemplo, el resultado de un partido de fútbol únicamente si fuésemos a la cancha y sabríamos a quién podemos votar cuando entrásemos al cuarto oscuro. Difícil imaginarlo, ¿verdad?

Los medios de comunicación funcionan en nuestra vida cotidiana como mediadores: veremos claramente que ellos no reflejan la realidad sino que la construyen. Es por eso que vamos a pensar, a preguntarnos y a tratar de responder qué significa que los medios construyan la realidad y cuáles son los elementos que tenemos que tener en cuenta para hacerlo. La tarea de tratar de ver "con otros ojos", desde otro punto de vista, algo que hacemos todos los días (ver televisión, por ejemplo), es a veces muy necesaria.

'El mundo está globalizado', 'vivimos en épocas de globalización', 'habitamos una aldea global', son algunas de las frases que escuchamos cotidianamente. Pero, ¿qué es la globalización? ¿Qué procesos incluye? ¿Qué implicancias tiene en la vida cotidiana?

Desde una computadora con acceso a Internet podemos ver museos en el mundo, partidos de fútbol en vivo, diarios y revistas que se publican muy lejos de donde vivimos y hasta sesiones de diputados y senadores que discuten temas que pueden interesarnos. Desde un televisor con acceso a la programación de cable o satélite, podemos ver imágenes de noticieros, novelas, dibujos animados y programas de entretenimiento de muchos países más o menos similares al nuestro. Nos llama la atención los parecidos, también las diferencias de tono, de idioma, de expresiones; el mundo parece estar cada vez más cerca nuestro pero, ¿lo está?, ¿qué tipo de cercanía permiten realmente los medios de comunicación a quienes acceden a ellos?

Tres procesos para entender la globalización

En *La globalización imaginada*, Néstor García Canclini recurre a la explicación de tres procesos para dar cuenta de la globalización: *internacionalización*, *transnacionalización* y *globalización*.

- El primer proceso, la *internacionalización* de la economía y la cultura, se inicia con las navegaciones y la apertura comercial de las sociedades europeas y la colonización de América Latina y el Lejano Oriente. Este primer proceso comenzó en los siglos XV y XVI, y por decirlo sencillamente, se caracterizó por la apertura comercial y la llegada a diferentes puertos no sólo de productos y bienes sino de hábitos, rutinas y prácticas cotidianas. La expansión colonial de las potencias europeas se incrementó a lo largo del siglo XIX, con las mismas consecuencias. La internacionalización incluyó los contactos comerciales pero, también, los intercambios culturales entre los pueblos que comienzan a ponerse en contacto. Llegar a otros puertos no es un sencillo arribo sino que tiene sus implicancias más profundas: así se vinculan tipos de culturas diversos y no siempre en igualdad de condiciones, resultando que alguna de ellas se imponen sobre otras. Claro que en procesos de colonización, hay una parte de la relación en la que se encuentra el poder de "colonizar" económica y culturalmente a otro.

■ El segundo proceso, la *transnacionalización*, se va formando con la internacionalización de la economía y la cultura, pero avanza desde la primera mitad del siglo XX al construir organismos, empresas y movimientos cuya sede no está ni exclusiva ni principalmente en una nación. La transnacionalización supone, en este punto ya no sólo una relación entre dos naciones ni tampoco un intercambio simple y común: comienza a configurarse un tipo de relación entre los países del mundo que se organiza de una manera hasta entonces novedosa. Grandes empresas se instalan en diferentes lugares y esto modifica las relaciones comerciales como eran entendidas: no es lo mismo comerciar con una empresa a que dicha empresa se instale y tenga sedes "oficiales" en más de un país. Esto aumenta su poder de negociación y de imposición de precios en el mercado en el que está instalado.

La *internacionalización* y la *transnacionalización* son los dos procesos que García Canclini identifica como previos y necesarios para comprender el tercer proceso: la *globalización*. La navegabilidad de los ríos y la apertura de las rutas comerciales junto con la instalación de grandes empresas en diferentes regiones del mapa mundial, son los elementos principales de estos procesos. Para el autor, la globalización se fue preparando, sobre la base de estos dos cambios inter y transnacionales.

La globalización

Ha escrito Daniel Mato:

"La globalización, más que un orden social o un único proceso, es resultado de múltiples movimientos, en parte contradictorios, con resultados abiertos que implican diversas conexiones 'local-global y local-local'".

Analicemos por partes la cita de Mato. La globalización no es un orden social o un único proceso. Esto significa que la globalización es una suma de procesos a lo largo del tiempo y del espacio que se unen, que se articulan en lo que conocemos como 'globalización'. Por eso identifica los múltiples movimientos que se juntan en la globalización, que es más una consecuencia que un "estado" de situación. La globalización es el resultado de casi un siglo de transformación de los intercambios económicos y culturales. Esa es la clave de la cita de Mato. Estos múltiples movimientos pueden ser, en algunos casos contradictorios, es decir, que no siempre son sencillos ni armónicos los procesos que confluyen en lo que conocemos como globalización.

Hay conflictos, tensiones, diferencias entre las partes involucradas. Debemos ir paso a paso, para comprender la complejidad de lo que intentamos definir bajo la noción de globalización. El autor menciona los "resultados abiertos", lo cual vuelve a indicar que no siempre los resultados son los esperados o los previstos por quienes se ocupan de llevar adelante los procesos. Estos resultados implican diversas conexiones entre lo global y lo local en función del tipo de comunicación o intercambio que se puede o quiere llevar adelante. Y por último, una puntualización clave para entender el impacto de la globalización en América Latina: la modificación del tipo de conexión 'local-local'.

¿Qué implica esta última puntualización? Que la globalización como proceso modifica la vida cotidiana, que cambia las maneras que tenemos de ver, analizar y percibir nuestros hábitos y costumbres más "comunes". Una de las claves de la globalización es que es un proceso que puede parecer "invisible" por el nivel de impacto que tiene en nuestra vida cotidiana. Pensemos en grandes marcas como McDonald's o Burger King. Puede parecernos que *siempre* han estado en nuestras ciudades o cerca de ellas; que *siempre* hemos podido ir a comer a sus locales la misma comida. Esto es lo que identificamos como "invisible": nos olvidamos y nos parece "natural" que haya un McDonald's en todas las grandes ciudades del mundo. Comer en un McDonald's o en un local de Burger King es participar en una cultura globalizada cuya principal función es aumentar

las ganancias de las respectivas empresas. Es decir, comemos y *compramos* sus alimentos y, de ese modo, le brindamos una ganancia a una empresa multinacional. Pero también adquirimos hábitos, reconocemos los menús que ofrecen, hacemos la fila como nos indican. Participar es saber qué hacer, qué pedir y cómo comportarse en espacios que se ubican en nuestras ciudades pero que son, en verdad, pequeños espacios globalizados. Podemos pensar a estos espacios como pequeñas embajadas de las grandes empresas transnacionales: las reglas que allí rigen no son las locales sino las globales.

La mundialización

Renato Ortiz describe una dimensión particular del proceso de la globalización: él llama *mundialización* a la dimensión cultural de la globalización. El fenómeno de mundialización impregna todas las manifestaciones culturales y, para existir, debe enraizarse en la vida cotidiana. En otras palabras, la mundialización es el proceso cultural que aparece junto con la globalización y que modifica las prácticas culturales locales.

Internacionalización, transnacionalización, globalización y mundialización son cuatro dimensiones de un proceso complejo. No se trata de llegar a *una* definición tajante sino de pensar las partes que nos ayudan a analizar la manera en que el mundo se está organizando. "El mundo está globalizado", dijimos al comienzo de este apartado: ahora sabemos un poco más lo que esto significa y lo que implica vivir, trabajar y estudiar en él.

Sociedad de la información y avances en las nuevas tecnologías de la información

Volvamos a la primera escena del capítulo: todos los días nos despertamos y, para informarnos, encendemos la radio, el televisor, la computadora o leemos el diario. Ahora, en vez de pensar en procesos de globalización, vamos a orientarnos a lo que recibimos como lectores o espectadores. ¿Qué recibimos? ¿De qué manera se organiza lo que sabemos del mundo a través de los medios de comunicación? Para comenzar a analizar los ejes que nos ocupan en este apartado vamos a retomar algunos elementos que trabajamos en otros capítulos pero a la luz de dos grandes áreas de reflexión: la así llamada "sociedad de la información" y las nuevas tecnologías de la información.

¿Qué es la información?, ¿cuál es el rol de ella en nuestra vida cotidiana? La información es una serie organizada de elementos cuyo objetivo es transmitir una idea, un concepto o un hecho. Ahora pensemos un poco en el lugar de la información: encontramos información en los medios, en las conversaciones con un vecino en el ascensor, en interacciones en la escuela, en el trabajo, en el gimnasio, donde sea que intercambiamos con otras personas. La información se intercambia y recibe con diferentes objetivos.

Uno de los cambios más importantes que hemos atravesado en los últimos veinte años es la posibilidad de acceder a múltiples espacios en los que se construye y transmite la información. Las nuevas tecnologías de la información nos ponen "más cerca" del mundo que nos rodea a través de Internet, de la televisión y las múltiples posibilidades que ellas nos brindan para saber qué pasa a nuestro alrededor. Los avances en las tecnologías de la información han suscitado, para algunos investigadores, un nuevo escenario comunicativo en los que se desarrolla nuestra vida cotidiana.

La formulación de la 'sociedad de la información', como un intento de descripción de las sociedades contemporáneas, ha sido objeto de muchos debates. La clave no la encontraremos en la definición de dicha formulación sino en sus implicancias. Esta formulación tiene dos supuestos implícitos, como sostiene De Charras en *Redes, burbujas y promesas*:

■ Por un lado, la potencialidad de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación para modificar tanto los procesos productivos como la vida doméstica; por otro, la posibilidad de almacenar y transmitir grandes volúmenes de información a partir de la digitalización de las señales. Para decirlo más sencillamente, las nuevas tecnologías han permitido una organización de la información que facilita su transmisión a grandes cantidades de receptores.

■ Pero, también, las modificaciones tecnológicas han impactado en la organización de la producción y de la vida cotidiana. Cuando nos relacionamos con la tecnología, desde diferentes posibilidades de uso y acceso, estamos negociando nuestras acciones permanentemente con los dispositivos. Por ejemplo, podemos cambiar de canal a través del control remoto "libremente"; pero la oferta de canales no la decidimos nosotros; hay una serie de elecciones que escapan a nuestra posibilidad de discusión y que van a limitar nuestras posibilidades de acción con ese dispositivo. Nos adaptamos a lo que el dispositivo nos presenta y lo utilizamos dentro de las funciones predeterminadas (que pueden ser más o menos amplias).

Todo lo mencionado nos permite hacer preguntas organizadoras: ¿de qué manera impactan las nuevas tecnologías en nuestras prácticas cotidianas?, ¿qué entendemos por 'sociedad de la información' en este contexto?

Convergencia y sociedad de la información

La formulación de la sociedad de la información es ambigua y su significado no puede precisarse 'de una vez y para siempre'. Más allá de esto, la *convergencia* es uno de sus puntos nodales. Así lo explica el investigador argentino Martín Becerra:

"El proyecto de la sociedad de la información aparece sustentado por la necesidad de profundizar los procesos de convergencia inicialmente tecnológica y, en última instancia, social, política y económica. La idea de la convergencia es acuñada, por su parte, como corolario del salto tecnológico que permite integrar progresivamente algunos aspectos de los circuitos productivos de las industrias info-comunicacionales".

La convergencia es integración de los circuitos productivos de las industrias comunicacionales, pero supone también modificaciones sociales, políticas y económicas. Poder acceder a los diarios o poder hablar por teléfono a través de la computadora son dos pequeños ejemplos de lo que podemos entender por convergencia. Este proceso se relaciona con la sociedad de la información dado que, gracias a los avances tecnológicos, la convergencia aparece como un escenario en el que la información se posiciona como actor principal de un mundo globalizado. Dijimos que la información es una mercancía y que el mundo se ordena en función de las informaciones que circulan de y sobre él. La sociedad de la información es una formulación tan conflictiva como interesante, para discutir qué países o empresas multinacionales tienen el poder económico de producir avances para favorecer no sólo la convergencia tecnológica sino también la cultural.

Pensar en la sociedad de la información y en la convergencia nos exige reflexionar sobre el poder y la distribución de las ganancias. Es en este punto en el que vemos claramente por qué los avances tecnológicos y la formulación de la sociedad de la información pueden ser ambiguos: no se trata de ver quién realiza el avance tecnológico sino quién tiene el poder de vender las innovaciones y de construir los mensajes. Nuevamente, y para cerrar este apartado, nos vemos exigidos a reflexionar sobre el poder de los países y de las empresas multinacionales para imponer necesidades y deseos. Es aquí donde nos encontramos con el rol crucial de los medios de comunicación para llevar adelante esta tarea.

LA IDENTIDAD COMO CONSTRUCCIÓN SOCIAL.

La identidad se asocia a un conjunto de características que diferencian a una persona de otras con las cuales se las compara. Cada persona es un sujeto único e irrepetible que recibe una identidad individual que se relaciona con la identidad de un grupo determinado que a su vez se diferencia de otros grupos.

El hombre como ser social se va conformando como sujeto a partir de las relaciones sociales en las que interviene. Su identidad implica una forma de ser y ver el mundo que se va modelando y puede ir cambiando. La identidad es histórica, existe en un tiempo y un espacio determinados, es una construcción producto de la cultura.

Con respecto al tema de la cultura hay dos posturas:

1-Universalista: Afirma que existe una sola cultura humana

2-Particularista: Afirma que cada comunidad tiene su propia cultura, por ello hablamos de “culturas” en plural. En la actualidad no hay duda de la existencia de la diversidad cultural.

CHOQUE Y ENCUENTRO DE CULTURAS, CONSECUENCIAS

Cuando dos culturas entran en contacto pueden aceptarse o rechazarse y ello tendrá diferentes consecuencias. Según la forma del contacto entre culturas distinguimos:

A- **Choque de culturas**: Cuando hay desprecio e intención de someter a la otra cultura.

B- **Encuentro de culturas**: Cuando se valora y se respeta a la otra.

En todos los tiempos las diferentes comunidades o pueblos se vincularon entre sí. Ese intercambio era mínimo durante la Antigüedad y la Edad Media debido al aislamiento. A partir de fines del siglo XV y XVI los contactos empezaron a hacerse más frecuentes gracias al desarrollo de los medios de transporte. Cuando los europeos intensifican sus viajes de exploración en búsqueda de nuevas rutas comerciales, descubrieron pueblos y lugares cuya existencia desconocían. Al observar las prácticas y estilo de vida de esos nuevos pueblos, consideraron que sus propias costumbre y creencias eran más adecuadas y debían ser transmitidas y aceptadas por las demás sociedades. De esa manera justificaron la dominación de los pueblos “barbaros” (África, Asia, América y Oceanía).

Entre las **consecuencias** del contacto entre culturas podemos distinguir diferentes procesos y fenómenos, esto dependerá de si el contacto tiene la forma de choque o de encuentro. Entre ellos:

Etnocentrismo: es la tendencia a afirmar que la organización social, política y económica propia es la mejor y la más apropiada frente a lo ajeno que se subestima y rechaza. Es un obstáculo para la comunicación y la comprensión de las culturas. Sus consecuencias son la intolerancia y el desprecio que se manifiesta a través de la discriminación en todas las formas y la xenofobia. Las demás culturas son consideradas como una amenaza.

Pluralismo: Afirma que existen múltiples culturas y todas son válidas por igual. Favorece la integración entre los pueblos y sus consecuencias son el respeto y la tolerancia. Las demás culturas son consideradas un aporte.

Transculturación: Proceso por el cual se intercambian elementos de diferentes culturas y ello puede provocar transformaciones en ambos.

Hibridez: Es la mezcla o fusión de elementos culturales de diferentes comunidades.

Sincretismo: Es la mezcla o fusión de elementos religiosos o creencias.

Deculturación: Proceso por el cual se pierden las características específicas de la propia cultura como consecuencia de la imposición de un pueblo sobre otro ya sea por la fuerza o por motivos económicos. Nunca es absoluta, siempre hay elementos que subsisten frente a la cultura dominante.

Aculturación: proceso por el cual se sustituye la cultura del pueblo dominado por la cultura del pueblo conquistador. Este último una vez que vació de contenido la cultura del pueblo dominado, impone su propia cultura. En algunos casos el pueblo conquistado se convence de la superioridad de la cultura del conquistador.

Multiculturalismo: Es un fenómeno nuevo producto de las migraciones y el proceso de globalización. Es la coexistencia de múltiples culturas en un mismo espacio geográfico, Es un fenómeno complejo que acompaña al crecimiento de las grandes ciudades, estas actualmente son mosaicos multiculturales donde cada comunidad mantiene su propia cultura en convivencia con las demás allí asentadas.

LA DISCRIMINACIÓN

Discriminar es distinguir y diferenciar o simplificar. Implica jerarquizar y valorizar o desvalorizar las diferencias. La discriminación tiene múltiples consecuencias económicas y sociales y sus causas pueden ser la apariencia física, las ideas políticas, las creencias religiosas, la edad, el sexo, etc. Atenta contra la libertad y la igualdad, genera la constitución de estereotipos y prejuicios

Los estereotipos son construcciones sociales por las cuales se le asignan determinadas características, cualidades o conductas a ciertos tipos de personas. Por ejemplo: se asocia la nacionalidad o el origen con un determinado trabajo, si es chino trabaja en un supermercado. Los prejuicios son juicios previos que se hace sobre individuos o grupos acerca de lo que se cree que debería ser. Por ejemplo: ver a un brasilero y presumir que juega bien al fútbol. Los jóvenes son uno de los grupos más discriminados.

EL RELATIVISMO CULTURAL

El relativismo cultural afirma que todos los sistemas culturales son iguales en valor y que sus características deben ser examinadas y explicadas dentro del contexto en el que aparecen. La perspectiva intercultural afirma que todas las culturas existen en relación con otras y que ello genera transformaciones porque esos grupos distintos se relacionan e intercambian elementos. Aparecen así nuevos lenguajes, nuevos conocimientos, nuevas artísticas.

El multiculturalismo es la yuxtaposición de culturas diferentes en una misma ciudad, subraya las diferencias y propone políticas de respeto que muchas veces refuerzan la separación La interculturalidad propone el establecimiento de vínculos y estrategias que buscan el

reconocimiento mutuo y el respeto como punto de partida para el intercambio y el desarrollo de proyectos en común.