|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL**  http://1.bp.blogspot.com/-SHNygepL7mo/The-ypdkVaI/AAAAAAAAABI/DGfgJavoSRs/s1600/ESCUDO+VIOLETA.jpg“El Conocimiento y el arte como herramientas para la comunicación, el liderazgo y la convivencia”  Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas Grado 11°  Docente Alexandra Navas  **EDUCACION VIRTUAL** [**https://alexa812008.wixsite.com/alexa**](https://alexa812008.wixsite.com/alexa) | | | |
| **intensidad horaria:** 3 horas semanales | **Grados: Undécimo JM**  Guía N°1 | **Correo docente:** alexa812008@hotmail.es | **Fecha de entrega:**  **19 de Marzo de 2010 – 7:00 am** |

**PROYECTO SINTESIS PRIMER PERIODO**

**Objetivo:** Indagar con la familia sobre documentos oficiales o legales que demuestren la intervención del Estado en la economía de la familia

**Actividad**

1. Presentar un carpeta digital(PDF), debe tener los siguientes documentos
2. Portada con diseño elaborada por el estudiante en relación con la temática abordada
3. Desarrollar el cuadro de evidencias que contiene esta guía
4. Cada uno de los documentos en su respectivo orden: (Anexo 1, Anexo 2…). Cada anexo ira en una hoja por separado y un anexo le puede servir para demostrar varias intervenciones del Estado.
5. Una fotografía de algún miembro de su familia y describe su ubicación en el sistema económico actual. Según la matriz.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **INTERVENCIÓN DEL ESTADO EN EL MERCADO Y LO LABORAL** | **EVIDENCIAS QUE SOPORTEN ESTA INTERVERCION EN EL AMBITO FAMILIAR** | **ANEXO N°** |
| Ingresos públicos | **SMLV** |  |
| Gastos públicos | **PAGO OBLIGATORIO ACUEDUCTO (AGUA)** |  |
| Regulaciones estatales | **Refrigerios** |  |
| Empresas públicas | **CODENSA** |  |
| Determina las condiciones de remuneración del trabajador | **Contrato Del trabajador** |  |
| Fija las condiciones básicas del trabajo | **TODAS LAS PARAFISCALES**  **(EPS-ARL-CESANTIAS-CAJA DE COMPENSACION FAMILIAR)** |  |

**Matriz para el quinto punto:**

|  |  |
| --- | --- |
| **FOTOGRAFÍA**  **YENNY PAOLA IZQUIERDO RAMIRES PARENTESCO: MAMA OCUPACION ASESORA DE SERVICIO EN LINEA DE FAMISANAR**  Resultado de imagen de SEDE CARVAJAL | |
| **DETERMINA SI PRODUCE UN BIEN O SERVICIO, ¿CUÁL?** | **MAMA: ELLA ES ASESORA EN UN CALL DE FAMISANAR ASIGNANDO CITAS MEDICAS , AUTORIZACIONES E INFORMACION GENERAL**  **SI PRODUSE EL SERVICIO DE BRINDAR EL ASESORAMIENTO CORRECTO A LOS USUARIOS DEL SISTEMA** |
| **FACTOR DE PRODUCCION: MANO DE OBRA**  Los factores de producción son los recursos empleados para producir bienes y servicios que satisfagan las necesidades humanas. Así la mano de obra es toda actividad humana que interviene en el proceso de producción. |  |
| **FACTOR DE PRODUCCIÓN: TIERRA**  Debe entenderse como la cantidad de tierras agrícolas o forestales de las que se podía extraer beneficio económico, y también como los recursos naturales o mineros |  |
| **FACTOR DE PRODUCCIÓN: CAPITAL**  Se divide en capital físico (edificios, ordenadores, etc.) y capital financiero (el dinero que posee). | **CAPITAL FÍSICO DONDE LABORA MI MAMA ES LA SEDE DE CARBAJAL JUNTO AL PORTAL DORADO** |
| **COMO INTERVIENE EL ESTADO EN EL CAMPO LABORAL DE ESTE MIEMBRO DE TU FAMILIA** | **CON LA VERIFICACCION DE QUE SE LE CUMPLA A TODOS LOS USUARIOS YA QUE CONSTANTEMENTE ASISTE LA SECRETARIA DE SALUD, SUPERSALUD, LOS LENTES DE CONTROL RESPECTIVO** |

Enviar el archivo en PDF al correo de la profesora y colgarlo en el blog.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL**  http://1.bp.blogspot.com/-SHNygepL7mo/The-ypdkVaI/AAAAAAAAABI/DGfgJavoSRs/s1600/ESCUDO+VIOLETA.jpg“El Conocimiento y el arte como herramientas para la comunicación, el liderazgo y la convivencia”  Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas Grado 11°  Docente Alexandra Navas  **EDUCACION VIRTUAL** [**https://alexa812008.wixsite.com/alexa**](https://alexa812008.wixsite.com/alexa) | | | |
| **intensidad horaria:** 3 horas semanales | **Grados: Undécimo JM**  Guía N°2 | **Correo docente:** alexa812008@hotmail.es | **Fecha de entrega:**  **18 de Marzo de 2010 – 10:00am** |

1. Con base en la lectura de la guía sobre los **FACTORES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO** analiza el siguiente caso y resuelve:

|  |  |
| --- | --- |
| CASO: **HIDROELECTRICAS**  La producción de energía hidroeléctrica se basa en la construcción de represas, de esta manera se aprovecha la energía que se genera con la caída del agua. Cuando el agua cae, pasa por turbinas a gran velocidad, generando energía mecánica que posteriormente por es dirigida a transformadores que se encargan de convertirla en energía eléctrica.  Actualmente la producción de energía hidroeléctrica es considerada como uno de los procesos más eficientes y menos contaminantes. Aunque es considerada como una de las energías más productivas, su crecimiento es más lento en comparación con otras energías, esto se debe principalmente a los elevados costos que representa la instalación de una presa para generar energía.  Por su productividad, la energía hidroeléctrica es considerada como una de las mejores opciones para la generación sustentable de energía, sin embargo, existen algunos factores que pueden detener su crecimiento. | |
| **Factor de crecimiento económico** | **¿De qué manera cada factor puede impedir el crecimiento económico de las hidroeléctricas en Colombia?** |
| 1. **Población** | En que teniendo en cuenta efectos en los ecosistemas y en la salud ambiental afecta a la población que se encuentran a los alrededores del lugar, así que impiden el crecimiento de hidroeléctricas en las zonas. |
| 1. **Distribución de capital** | Al ver que crece la distribución económica con un aumento no abría un gran crecimiento económico de las hidroeléctricas por que no apoyarían el crecimiento de esto. |
| 1. **Recursos naturales** | Una vez construida la central, su impacto en la calidad del aire es nula, porque no hay contaminación atmosférica y tampoco produce ruido que influya en las comunidades aledañas ni en la fauna del sector.  No tiene influencia en la calidad química ni física del agua, y solo una pequeña parte de sus sedimentos quedan en el lago generado. Toda el agua una vez utilizada es devuelta al río original y está en condiciones de ser aprovechada inmediatamente, sin requerir ningún tratamiento.  Así que por los recursos naturales solo afectaría si no |
| 1. **Productividad y trabajo** |  |
| 1. **Capital y tecnología** |  |

Enviar el archivo en PDF al correo de la profesora y colgarlo en el blog.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL**  http://1.bp.blogspot.com/-SHNygepL7mo/The-ypdkVaI/AAAAAAAAABI/DGfgJavoSRs/s1600/ESCUDO+VIOLETA.jpg“El Conocimiento y el arte como herramientas para la comunicación, el liderazgo y la convivencia”  Asignatura: Ciencias Económicas y Políticas Grado 11°  Docente Alexandra Navas  **EDUCACION VIRTUAL** [**https://alexa812008.wixsite.com/alexa**](https://alexa812008.wixsite.com/alexa) | | | |
| intensidad horaria: 3 horas semanales | Grados: Undécimo JM  Guía N°3 | Correo docente: alexa812008@hotmail.es | **Fecha de entrega:**  **26 de Marzo de 2010 – 10:00am** |

**Tema: Procesos de producción, distribución y consumo**

**TALLER CONTROL DE LECTURA**

Fragmentos del texto: **EL CONSUMO SIRVE PARA PENSAR (\*)**

*NESTOR GARCIA CANCLINI*

**PARTE 1**

Una zona propicia para comprobar que el sentido común no coincide con el "buen sentido" es el consumo. En el lenguaje ordinario, consumir suele asociarse a gastos inútiles y compulsiones irracionales. Esta descalificación moral e intelectual se apoya en otros lugares comunes acerca de la omnipotencia de los medios masivos, que incitarían a las masas a avorazarse irreflexivamente sobre los bienes.

**ACTIVIDAD**



|  |
| --- |
| 1. A que se refiere García Canclini con la frase: “la omnipotencia de los medios masivos”. Utiliza la anterior imagen para argumentar tu respuesta. |
| 1. ¿Según la lectura, en el lenguaje ordinario que significa consumir? |
| 1. ¿Consideras que cuando compras algo actúas siempre irreflexivamente? argumenta |

**PARTE 2**

Todavía hay quienes justifican la pobreza porque la gente compra televisores, videocaseteras y, coches mientras le falta casa propia. ¿Cómo se explica que familias a las que no les alcanza para comer y vestirse a lo largo del año, cuando llega Navidad derrochen el aguinaldo en fiestas y regalos? ¿No se dan cuenta los adictos a los medios de que los noticieros mienten y las telenovelas distorsionan la vida real? Más que responder a estas preguntas se puede discutir la manera en que están formuladas. Ahora miramos los procesos de consumo como algo más complejo que la relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles. Se sabe que buen número de estudios sobre comunicación masiva han mostrado que la hegemonía cultural no se realiza mediante acciones verticales en las que los dominadores apresarían a los receptores: entre unos y otros se reconocen mediadores como la familia, el barrio y el grupo de trabajo. (1) En dichos análisis, asimismo, se han dejado de concebir los vínculos entre quienes emiten los mensajes y quienes los reciben únicamente como relaciones de dominación. La comunicación no es eficaz si no incluye también interacciones de colaboración y transacción entre unos y otros.

|  |
| --- |
| 1. Si no siempre compras de manera irreflexiva, ¿se podría decir que los procesos de consumo son algo más complejo que una simple relación entre medios manipuladores y audiencias dóciles? Escribe un ejemplo: |

**ACTIVIDAD**

|  |
| --- |
| 1. ¿En la siguiente imagen quien es el receptor y quien el emisor? |
| 1. ¿Por el grupo de compañeros de estudio o de trabajo sirven como mediadores para el consumo de este producto? |



**PARTE 3**

Propongo partir de una definición: el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado. En la perspectiva de esta definición, el consumo es comprendido, ante todo, por su racionalidad económica.

1. Estudios de diversas corrientes consideran **el consumo como un momento del ciclo de producción y reproducción socia**l: es el lugar en el que se completa el proceso iniciado al generar productos, donde se realiza la expansión del capital y se reproduce la fuerza de trabajo. Desde tal enfoque, no son las necesidades o los gustos individuales los que determinan qué, cómo y quiénes consumen. Depende de las grandes estructuras de administración del capital el modo en que se planifica la distribución de los bienes. Al organizarse para proveer comida, vivienda, traslado y diversión a los miembros de una sociedad, el sistema económico "piensa" cómo reproducir la fuerza de trabajo y aumentar las ganancias de los productos.
2. Una teoría más compleja acerca de la interacción entre productores y consumidores, entre emisores y receptores, tal como la desarrollan algunas corrientes de la antropología y la sociología urbana, revela que en **el consumo se manifiesta también una racionalidad sociopolítica interactiva**. Cuando miramos la proliferación de objetos y de marcas, de redes comunicacionales y de accesos al consumo, desde la perspectiva de los movimientos de consumidores y de sus demandas, advertimos que también intervienen en estos procesos las reglas –móviles de la distinción entre los grupos, de la expansión educacional, las innovaciones tecnológicas y de la moda. "El consumo", dice Manuel Castells, "es un sitio donde los conflictos entre clases, originados por la desigual participación en la estructura productiva, se continúan a propósito de la distribución y apropiación de los bienes". Consumir es participar en un escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo. También se percibe la importancia política del consumo cuando se escucha a políticos que detuvieron la hiperinflación en Argentina, Brasil y México, por ejemplo, centrar su estrategia electoral en la amenaza de que un cambio de orientación económica afectaría a quienes se endeudaron comprando a plazos coches o aparatos electrodomésticos. "Si no quieren que regrese la inflación, aumenten las tasas de interés, y no puedan seguir pagando lo que compraron, deben volver a votarme", dice Carlos Menem al buscar la reelección como presidente de Argentina. Una fórmula empleada en la campaña electoral -"el voto-cuota"- exhibe la complicidad que existe hoy entre consumo y ciudadanía.
3. Una tercera línea de trabajos, los que estudian **el consumo como lugar de diferenciación y distinción entre las clases y los grupos,** ha llevado a reparar en los aspectos simbólicos y estéticos de la racionalidad consumidora. Existe una lógica en la construcción de los signos de status y en las maneras de comunicarlos. Los textos de Pierre Bourdieu, Arjun Appadurai y Stuart Ewen, entre otros, muestran que en las sociedades contemporáneas buena parte de la racionalidad de las relaciones sociales se construye, más que en la lucha por los medios de producción y la satisfacción de necesidades materiales, en la que se efectúa para apropiarse de los medios de distinción simbólica. (4) Hay una coherencia entre los lugares donde los miembros de una clase y hasta de una fracción de clase comen, estudian, habitan, vacacionan, en lo que leen y disfrutan, en cómo se informan y lo que transmiten a otros. Esa coherencia emerge cuando la mirada socioantropológica busca comprender en conjunto dichos escenarios. La lógica que rige la apropiación de los bienes en tanto objetos de distinción no es la de la satisfacción de necesidades, sino la de la escasez de esos bienes y la imposibilidad de que otros los tengan.

**ACTIVIDAD**

1. Recorta y pega en el cuadro tres imágenes que permitan explicar las tres formas de analizar un mismo fenómeno social “el consumo”.
2. Describe en el cuadro en qué consiste cada teoría y como explica las complejas interacciones entre productores y consumidores:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **EL CONSUMO** | | |
| **Como producción y reproducción social** | **Como escenario de disputas por aquello que la sociedad produce y por las maneras de usarlo** | **Como lugar de diferenciación y distinción entre las clases y los grupos** |
| imagen | imagen | imagen |
|  |  |  |

1. Analizar lo que consumimos y como lo hacemos, ¿nos sirve para pensar? ¿En cuál de estas teorías crees que se ubica tu consumo y el consumo de tu familia y por qué? Escribe un párrafo argumentativo.

Enviar el archivo en PDF al correo de la profesora y colgarlo en el blog.