



COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL
"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>

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		
Gastos públicos		
Regulaciones estatales		
Empresas públicas		
Determina las condiciones de remuneración del trabajador		
Fija las condiciones básicas del trabajo		

Matriz para el quinto punto:

FOTOGRAFÍA



DETERMINA SI PRODUCE UN BIEN O SERVICIO, ¿CUÁL?

Ej. La profesora no elabora u producto bien, ella presta un servicio

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).	
COMO INTERVIENE EL ESTADO EN EL CAMPO LABORAL DE ESTE MIEMBRO DE TU FAMILIA	

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



COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL
“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>

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	El territorio es fundamental para ejercer esta infraestructura, básicamente el aumento de economía hidroeléctrica es generar mayor estabilidad, económica, educativa, cultural y mejores condiciones de vida. La energía busca el crecimiento económico y el aumento de la población llamado progreso.
2. Distribución de capital	El desvío de las inversiones hace que la economía de las hidroeléctricas no fluya y los costos de una instalación de una presa para generar energía es muy costosa.
3. Recursos naturales	Sin espacio necesario y aguas que abunden las hidroeléctricas no funcionarían. De igual manera tocaría recurrir a otros métodos que son mas contaminantes.
4. Productividad y trabajo	Producción eficiente y buen servicio en un factor que puede impedir el crecimiento económico de la hidroeléctrica seria la dificultad para abastecer la presa.
5. Capital y tecnología	El Crecimiento y el surgimiento de nuevas actividades económicas son necesarias para la transformación de las actividades tradicionales hacia una

	producción sostenible, necesita contar con capital humano con las competencias laborales requeridas para trabajar. En un modelo de innovación debe estar atada a la protección del medio ambiente que financia la economía de la energía y biodiversidad es necesaria.
--	--

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

 COLEGIO CLASS INSTITUCIÓN EDUCATIVA DISTRITAL "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			
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

Este sábado 11 de marzo

SAMSUNG

móvil **éxito**

hasta 30% dcto.
pagando con tu **tarjeta éxito**

hasta 20% dcto.
con cualquier medio de pago

CELULARES marca SAMSUNG

Todos los celulares incluyen la Sim Móvil Éxito
para que salgas hablando y navegando

inventario de cada uno de los almacenes participantes. Los recursos promocionales se consumen después de los recursos tarifcados. Los planes y paquetes entregados no son reembolsables en dinero y tienen una vigencia de 30 días o hasta consumir los recursos. Consulta más información y condiciones de navegación en www.movilexito.com. Oferta muebles válidos el 11 y 12 de marzo de 2017. 8.500 unidades

tuya

éxito

1. A que se refiere García Canclini con la frase: “la omnipotencia de los medios masivos”. Utiliza la anterior imagen para argumentar tu respuesta.

2. ¿Según la lectura, en el lenguaje ordinario que significa consumir?

3. ¿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 apresarian 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.

ACTIVIDAD

4. 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:

5. ¿En la siguiente imagen quien es el receptor y quien el emisor?

5. ¿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 social**: 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

3. 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.