

SUBSECRETARÍA DE EDUCACIÓN SUPERIOR
DIRECCIÓN GENERAL DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICA
INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ORIZABA



"60 Años de Excelencia en Educación Tecnológica"

SECRETARÍA DE
EDUCACIÓN PÚBLICA

SEP

Instituto Tecnológico de Orizaba

MAESTRÍA EN INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

TEMA:
CULTURA DIGITAL

MATERIA:
INFOMULTICULTURALIDAD Y SU IMPACTO EN LA TOMA DE
DECISIONES DE LA HUMANIDAD

CATEDRÁTICO:
DR. FERNANDO AGUIRRE Y HERNÁNDEZ

PRESENTA:
LUIS GERARDO RODRÍGUEZ FRANCO

ORIZABA, VER.

16/ MARZO /2016

Avenida Oriente 9 Núm. 852, Colonia Emiliano Zapata, C.P. 94320
Orizaba, Veracruz, México
Teléfonos: (272) 7 24 40 96, (272) 7 24 40 16, (272) 7 24 45 79
Fax: (272) 7 25 17 28

e-mail: orizaba@itorizaba.edu.mx
www.itorizaba.edu.mx

CONTENIDO

OBJETIVO	1
INTRODUCCION	1
¿QUÉ ES LA INFOMULTICULTURALIDAD?	3
INFORMACION	3
COMUNICACIÓN	4
PROCESO BÁSICO DE LA COMUNICACIÓN.....	5
CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN.....	9
CULTURA	9
CULTURA ORGANIZACIONAL	11
MULTICULTURAIDAD.....	12
CONCLUSIONES	12
REFERENCIAS	13
AGRADECIMIENTOS.....	14

INFOMULTICULTURALIDAD Y SU IMPACTO EN LA TOMA DE DECISIONES DE LA HUMANIDAD

OBJETIVO

Hacer mención de lo que es la metodología de alcance de procesos y dar una breve descripción de cada uno de los pasos y cuál es el propósito del uso de esta técnica.

INTRODUCCION

En los últimos años se ha podido presenciar a lo largo del globo una creciente diversificación de las sociedades lo que ha traído consigo que las comunidades y sociedades puedan pensar de maneras distintas dependiendo del lugar en el que se encuentren establecidas, además de que hay otros factores los cuales han influenciado que de esta manera se diversifiquen las sociedades como lo son la globalización y las nuevas tecnologías como lo son los medios de comunicación, de transporte, etc.

Las maneras en las que se intercambia la información entre las personas y empresas así como la gran diversificación son un tema de interés para la mayoría de las empresas ya que al poder analizar estos factores, las empresas podrán generar bases de datos con respecto a las necesidades de las personas y mediante la implementación de esto se podrá tener alguna especie de estrategia para atacar de una manera más eficiente a los mercados actuales y futuros.

Además de lo antes mencionado, a las organizaciones les interesa este tipo de aspectos ya que así como es aplicable al entorno externo de la organización se puede usar dentro del entorno interno, con lo cual podrán saber de qué manera se comportan, piensan y cuáles son los intereses de los colaboradores y tener una idea de las metas que tienen personalmente, esto beneficia a las empresas ya que cuando un trabajador busca el logro de sus objetivos y metas dentro de la organización, beneficia a esta misma debido a que se puede conseguir una ruta para poder lograr de alguna manera alcanzar la visión previamente establecida.

Es así como se puede denotar que las metas de los colaboradores están completamente arraigados a la cultura de las personas y a su manera de pensar, es por ello que las organizaciones deben de establecer un cierto interés por estos aspectos ya que de esa manera podrán llegar a conocer las distintas maneras existentes con las cuales un individuo se desempeña dentro de una sociedad tanto familiar como laboral. Cuando un individuo llega a formar parte del equipo de trabajo de una organización aprende distintas cosas que no tendría la oportunidad de ver en la vida cotidiana, es por ello que las empresas llegan a ser una parte fundamental en el desarrollo integral de los colaboradores.

Para poder estudiar y analizar de una mejor manera como es este proceso de interés de las organizaciones por los colaboradores, se debe de establecer de primer término que es la infomulticulturalidad y cuales son todos los aspectos que se ven envueltos en éste término así como sus características lo cual podrá influenciar a la toma de decisiones.

¿QUÉ ES LA INFOMULTICULTURALIDAD?

Antes de poder decir de una manera certera a qué se refiere este concepto de infomulticulturalidad, debemos desmembrar esta palabra, ya que como se puede notar está compuesta por tres términos los cuales son:

- Información
- Cultura
- Multicultura

INFORMACION

“La información es un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirvan como guía de su acción. No es lo mismo que comunicación, aunque la supone. Dos sujetos tienen la misma información, no cuando tienen los mismos datos, sino cuando tienen el mismo modo de orientar su acción. Cuando evocan en común el significado de su acción, se comunican la misma información” (UDLAP, S.F.)

Mediante la definición anterior podemos decir que la información son todos los datos que recopilamos mediante la experiencia o una vivencia, sin embargo, esta

información se puede distribuir o intercambiar entre individuos de manera particular o en equipos, la información que se intercambiará con otras personas debe de contener ciertas características para poder ser transferida de la mejor manera posible, esta manera de la que se hace mención es mediante la comunicación, la cual se enuncia a continuación.

COMUNICACIÓN

Todos los seres vivos tienen la necesidad de mantener algún tipo de relación con sus semejantes, ya sea para buscar alimento o simplemente para no sentirse solo, para que este proceso de interrelación suceda se hace utilización de la comunicación, es así como podemos denotar que las organizaciones también tienen la necesidad de comunicarse con el medio que la rodea y asimismo con los mismos miembro de la organización, con este proceso se podrá asegurar que el desempeño de los colaboradores será de lo mejor y asimismo lo problemas de la organización podrán fluir de una manera más clara y rápida.

Sin embargo, las organizaciones deben de mantener una buena comunicación con las sociedades en las cuales tiene actividades y así debe asegurar de la misma manera que la información que se está proporcionando es la adecuada, esto quiere decir, dar exactamente la información que se necesita y no dar más de lo que nos piden.

Es así como llegamos a un punto en el cual las empresas deben de buscar la trayectoria correcta por la cual se debe dirigir la empresa en el entorno que la rodea ya que con esto se podrá así evitar que la organización pueda crear expectativas que después no podrá satisfacer o cumplir. Dentro de la información que puede ser proporcionada por medio de la comunicación hay un número de factores a considerar como lo son:

- Problema a resolver
- Impacto deseado
- Marco presupuestario
- Empresa
- Descripción de los destinatarios de nuestros mensajes
- Competencia
- Usuarios
- Experiencia de uno
- Punto de venta
- Tecnología (Guía para desarrollar herramientas de comunicación, 2009)

Los aspectos antes mencionados deben ser muy bien cuidados por las organizaciones, ya que estos factores son unos de tantos intereses que tienen la organización para así poder conseguir alguna ventaja competitiva dentro el mercado.

Asimismo para que las organizaciones puedan comunicarse de la mejor manera con el medio tanto interno como externo se debe de tomar en cuenta el proceso básico de la comunicación, el cual a pesar de ser algo que ya se tiene muy arraigado y el cual se realiza de una manera desapercibida por la mayoría de la gente, se debe estudiar y tener una mejor noción de como la comunicación podrá beneficiar a las organizaciones y a las partes culturales afectadas.

PROCESO BÁSICO DE LA COMUNICACIÓN

“El primer intento registrado por entender el proceso comunicativo se remonta a la antigüedad clásica, en la época de los sabios griegos. Fue Aristóteles (384-322 a.C) que en sus tratados filosóficos diferenció al hombre de los animales por la

capacidad de tener un lenguaje y conceptualizó a la comunicación la relación de tres elementos básicos: emisor, mensaje y receptor.” (COEBIOETICA, S.F.)

A partir de la ideología de Aristóteles de diferenciar a los seres humanos como racionales de los animales, se pudo verificar que el proceso de la comunicación constaba de tres partes fundamentales y es así como todas las ideologías modernas de la comunicación parten de éste principio, a continuación se muestran las partes que se ven involucradas en el proceso de comunicación.

- **Emisor.** El emisor es la parte que empieza el proceso de comunicación entre dos individuos o entre dos grupo u organizaciones, el cual se ve a la tarea de realizar un intercambio de información dentro del acto comunicativo, esta persona u organización transmite un mensaje, el cual de igual manera forma parte de éste proceso.
- **Mensaje.** El mensaje no es más que la información que está proporcionando el emisor a la otra parte, este mensaje puede ser tanto creado por el emisor o investigado y analizado por el emisor mediante el uso de muchas fuentes de información, las cuales para que sean altamente confiables deben de ser de alguna manera aprobadas por otros comités que se ven a la tarea del manejo de información, esta información puede ser ya sea libros, revistas indexadas, artículos, etcétera, sin embargo el emisor debe de entender que el mensaje que quiere transmitir debe ser lo más claro y entendible posible.
- **Receptor.** El receptor es la parte que se ve a la tarea de recibir el mensaje que está transmitiendo el emisor, como se mencionó anteriormente el contenido del mensaje debe ser codificado de tal manera que este pueda ser entendible para el receptor, ya que de no hacerlo el proceso de comunicación no tendrá sentido.

A pesar de que Aristóteles proponía solamente estos tres puntos del proceso de comunicación, otros autores proponen que existe aún más como lo puede ser el medio y la respuesta que realiza el emisor.

Según la Real Academia Española el medio es el órgano destinado a la información pública. Como se puede ver en la definición anterior el medio es el cómo se hará que se transmita la información desde el emisor hasta el receptor, el medio puede ser de diferentes maneras, sin embargo a continuación se mencionan las tres formas más utilizadas para realizar el intercambio de información.

- **Aire.** Esta manera es la más habitual entre el intercambio de información cuando las personas se encuentran de manera personal discutiendo alguna situación de interés para ellas mismas o para el bien de una organización, este medio de comunicación hace referencia al lenguaje y el habla.
- **Papel.** En este medio la transmisión de información desde el emisor hasta el receptor se hace de manera escrita la puede ser proporcionada por medio de libros, informes, revistas, artículos, folletos, etc.
- **Por ondas.** Este medio hace referencia a las tecnologías de información, ya que el intercambio de información se hace por medio de aparatos electrónicos como lo pueden ser las señales de radio, la televisión o el teléfono.



Fig. 1.1 Proceso de la comunicación (Instituto Blestgana, S.F.)

A pesar de que estos medios para transmitir información hasta hace unos años eran los más utilizados, actualmente como bien sabemos estamos viviendo en una

cultura digital completamente arraigada a las personas y a las organizaciones, con la cual se está buscando que el intercambio de información ya sea por medios electrónicos, en este caso el intercambio de información ocurre mediante un medio virtual o digitalizado, en el cual la información fluye por medio de las computadoras, smartphones, internet, correo electrónico, etc.

En el caso de la transmisión de información por medio de internet se tiene un esquema o una estructura para que la información pueda llegar a manos de la persona u organización. A continuación se muestra el esquema pertinente.

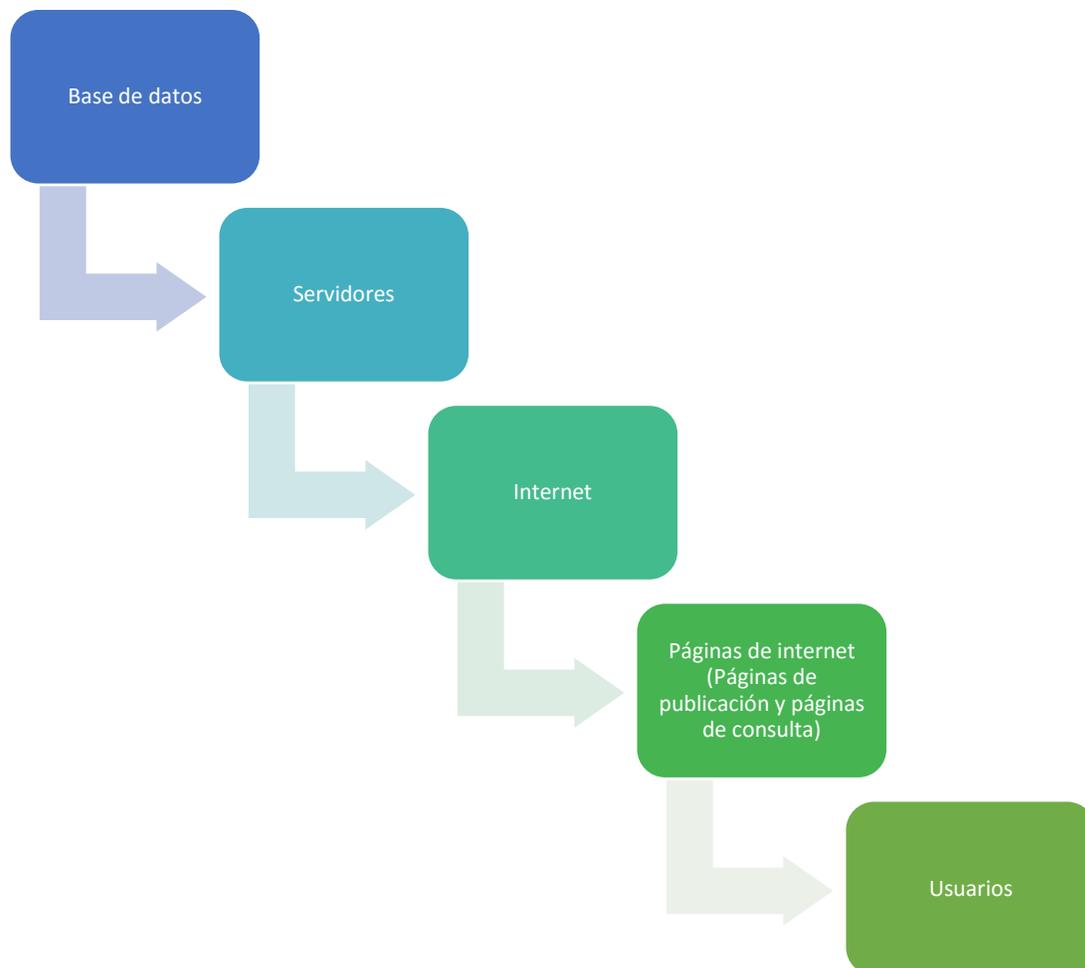


Fig. 1.2 Estructura de las herramientas de comunicación por medio de internet (Hinojosa Alarcón, S.F.)

CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN

Para que la información pueda ser codificada por el emisor para que el receptor la pueda entender, deberá tener una serie de características importantes y fundamentales, los cuales se mencionan en la figura 1.3.

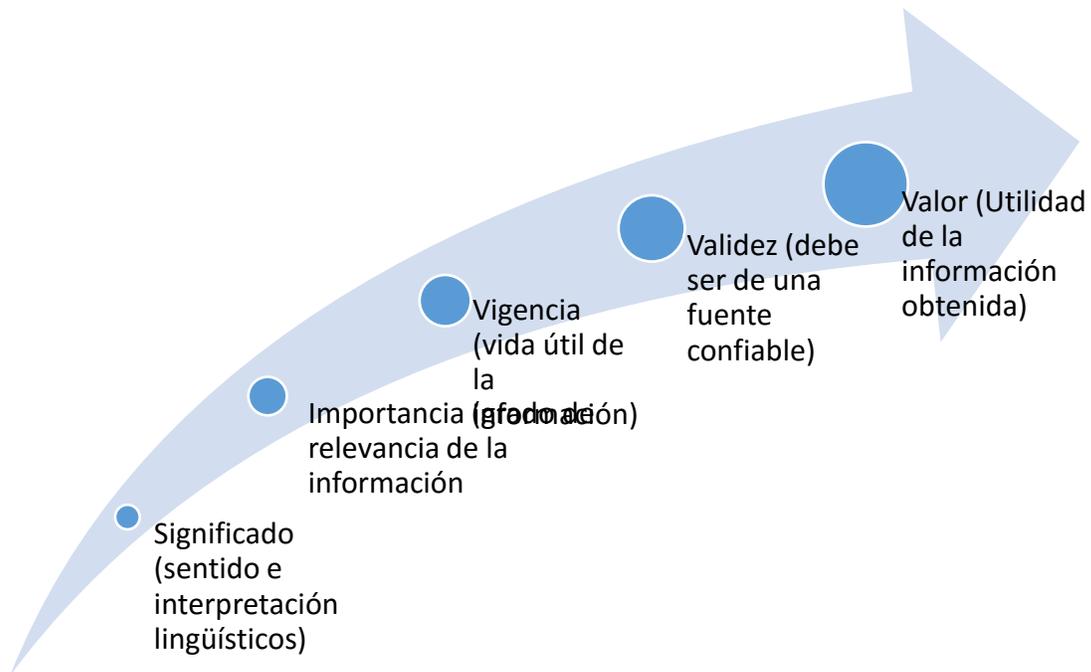


Fig. 1.3 Creación de información (Palma Serrano, 2014)

CULTURA

Primeramente tenemos que definir que es el concepto de cultura, aunque muchos creemos saber a qué se refiere veremos que en parte tenemos conocimiento de lo que es, pero no a profundidad.

“La cultura es el conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico.” (Eagleton, 2001) Sin embargo se dice que la cultura ha sido creada por medio de símbolos, así como de igual manera el origen de la palabra cultura proviene del latín “colere” la cual hacía referencia a las actividades de labranza y uso de la tierra.

Ahora bien se puede decir que la cultura no es creada por obligación, sino que nace de la necesidad de los seres humanos así como buscar un beneficio a la sociedad.

Dentro de la cultura existe un conjunto de valores, los cuales no nacen de algún tipo de obligatoriedad. Dentro de los diferentes tipos de cultura que existen alrededor del mundo se puede verificar que se toman en cuenta distintos valores algunos de ellos son dominantes dentro de las sociedades, los cuales son:

- El compartir el mismo lenguaje
- Las creencias religiosas
- La importancia de tradiciones y rituales
- Arquitectura y el uso de la tierra
- La ciencia
- El arte
- La literatura
- La música (Warren, 2002)

Asimismo dentro de las culturas existen subculturas las cuales se presentan por medio de grupos de personas que tienen intereses diferentes dentro de una cultura, así como costumbres e ideales. Un claro ejemplo de esto son los países como Estados Unidos, ya que gracias a la cantidad de personas de distintas nacionalidades que existen en él se crean subculturas, sin embargo las subculturas no solo se pueden denotar por medio de las nacionalidades sino que también puede ser por los gustos que tengan las personas como lo pueden ser

preferencias en la compra de algunos artículos, deportes, gustos musicales, raza, etc.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Ahora bien una vez entendido lo que es cultura y cuáles son los factores que se ven influenciados para la creación de subculturas podemos llegar a analizar lo que es la cultura organizacional.

Según Chiavenato 2006, la cultura organizacional “es un proceso planificado de modificaciones culturales y estructurales, que visualiza la institucionalización de una serie de tecnologías sociales, de tal forma que la organización quede habilitada para diagnosticar, planificar e implementar esas modificaciones con asistencia de un consultor. Es un esfuerzo educacional muy complejo, destinado a cambiar las actitudes, valores, los comportamientos y la estructura de la organización, de modo que ésta pueda adaptarse mejor a las nuevas conjunturas, mercados, tecnologías, problemas y desafíos”.

Para las empresas es un punto muy importante a considerar dentro de las instalaciones de sus organizaciones, ya que con el estudio e implementación de una cultura, ayudará a la organización a establecer un ambiente confortable de trabajo entre todos los colaboradores sin importar el nivel jerárquico al que pertenezcan, además de que si los colaboradores se sientan cómodos con el ambiente que se presenta en la organización, trabajarán a gusto con lo cual

podrán alcanzar y buscar los objetivos personales que tienen y de ésta manera se beneficia la organización al poder lograr sus objetivos de igual manera.

MULTICULTURALIDAD

Este término hace referencia a que dentro de una nación o comunidad existen diversas culturas, sin embargo muchas veces el término de multiculturalidad puede llegar a ser un tanto complicado de interpretar. Se dice que el movimiento de muticulturalismo nació cerca del año de 1970 en Canadá y Australia, consiguientemente en países como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania y Francia.

Sin embargo lo que busca la multiculturalidad es que dentro del espacio territorial de los países pueda haber una serie de factores, como lo son:

- Que tanto el gobierno y todas las personas acepten la variedad de culturas
- Que se permita que puedan existir distintos tipos de organización dentro de la sociedad del país en cuestión
- Que todas las culturas puedan tener las mismas oportunidades y sean respetadas por igual
- Evitar a toda costa la existencia de discriminación y rechazo a culturas diferentes a la nuestra

Es por ello que se puede entender entonces que la multiculturalidad es la oportunidad que se le otorga a multiples culturas que se encuentran dentro de un territorio determinado de poder coexistir y tener las mismas oportunidades que todas las demás sin importar las creencias, religiones, etc.

CONCLUSIONES

Es importante tomar el concepto de la infomulticulturalidad para la toma de decisiones dentro de una organización, ya que al realizarlo se podrá tener información más viable acerca de los intereses de las personas que podrían adquirir un producto determinado, asimismo ayuda a que se pueda obtener una estrategia evitando de esta manera el poder lanzar talvez publicidad que podría crear algún efecto de discriminación para las personas que se encuentran en un mercado potencial.

REFERENCIAS

- Chiavenato, I. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración*. Mc Graw Hill.
- COEBIOETICA. (S.F.). *www.coebioetica.salud-oaxaca.gob.mx*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://coebioetica.salud-oaxaca.gob.mx/biblioteca/libros/ceboax-0237.pdf>
- Eagleton, T. (2001). *La idea de cultura*. Barcelona: Ediciones Paidós.
- *Guía para desarrollar herramientas de comunicación*. (2009). Instituto Nacional de tecnología Industrial.
- Hinojosa Alarcón, V. (S.F.). *CONACYT*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://www.conacyt.gob.mx/cibiogem/images/cibiogem/redes/redmexogm/Talleres-monitoreo/3/presentaciones3/6-Herramientas-comunicacion-redes-sociales.pdf>
- Instituto Blestgana. (S.F.). *www.iinstitutoblestgana.cl*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de

http://www.institutoblestgana.cl/virtuales/com_organiz/Unidad3/contenido2.htm

- Palma Serrano, E. M. (25 de noviembre de 2014). *www.gestiopolis.com*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://www.gestiopolis.com/infomulticulturalidad/>
- Real Academia Española. (2014). *www.rae.es*. Recuperado el 15 de marzo de 2016, de <http://lema.rae.es/dpd/srv/search?id=s0yU2agQnD6O6Oo0aB>
- UDLAP. (S.F.). *www.udlap.mx*. Recuperado el 14 de marzo de 2016, de http://caterina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/jimenez_r_mc/capitulo1.pdf
- Warren, K. (2002). *Cultur and Identity*. New York: Palgrave.

AGRADECIMIENTOS

Quiero agradecer de una manera muy especial a la materia de Fundamentos de Ingeniería Administrativa de la Maestría en Ingeniería Administrativa que estudio en el Instituto Tecnológico de Orizaba, pero principalmente a mi profesor el Dr. Fernando Aguirre y Hernandez por incentivar el deseo de investigar y leer acerca de distintos temas tan interesantes.