

S.E.P

INSTITUTO TECNOLÓGICO DE ORIZABA

DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN MAESTRIA EN
INGENIERÍA ADMINISTRATIVA

“Infomulticulturalidad”

PRESENTA:

Paul Itai Gómez Palestino

Catedrático

Dr. Fernando Aguirre y Hernández

Orizaba, Ver.

Febrero de 2018

Índice

Introducción.....	3
Definición.....	4
Información.....	6
Cultura.....	6
Pluricultural.....	7
Multiculturalismo.....	7
Globalización.....	8
Globalización cultural.....	8
Influencias.....	9
Medios de Comunicación.....	9
Afectación A Los Procesos de Comportamiento	10
En las organizaciones	11
Objetivos	13
Propuesta de tesis.....	14
Agradecimientos.....	15
Fuentes de Consulta	16

Introducción

La cultura forma parte de nuestras decisiones tanto de manera consciente como inconsciente, esto debido a la constante exposición que tenemos hacia cierto tipo de vidas estandarizadas.

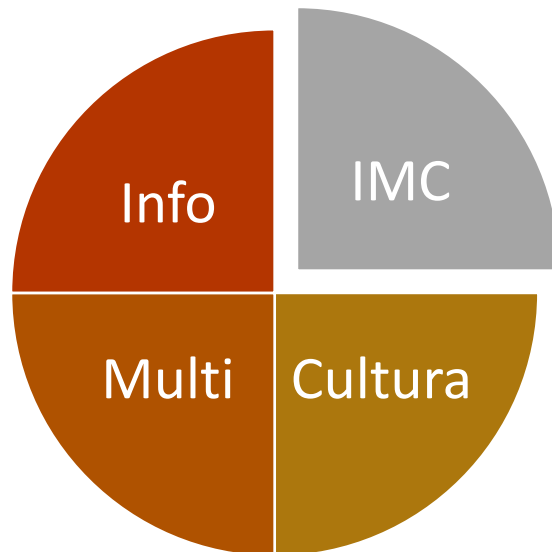
Tomamos una decisión basada en criterios de selección establecidos por nuestra familia o sociedad, por lo que muchas organizaciones pueden aprovechar esto para utilizar la herramienta de la cultura con la finalidad de que los consumidores piensen que se les está vendiendo es lo que necesitan.

La pérdida de la identidad se ha mostrado como un problema, sin embargo, para las organizaciones supone un gran avance en materia de estandarización de sus políticas, proyectos y productos, pues de esta manera todos los consumidores tendrán características similares.

Definición

No existe una decisión consensuada de la palabra Infomulticulturalidad, sin embargo, se puede decir que es el intercambio de información y la influencia que existe entre culturas que convienen entre si y que tienen un margen aceptable de tolerancia en una sociedad.

Para poder comprenderla se debe desglosar en tres conceptos bien definidos:



Información

Es un conjunto de datos con un determinado orden y significado que se estructura en el pensamiento de las personas. Tiene la particularidad de poseer instrucciones específicas que aportan conocimiento y raciocinio. Posee importancia en la forma en que se perciben y entienden las cosas e influye en las decisiones de las personas tanto en ámbitos laborales como personales.

Por consiguiente es el contenido básico de la comunicación, viaja a través de distintos canales para poder procesarse. Entonces la comunicación es un proceso en el que un emisor establece una conexión en un momento y lugar determinado para poder compartir un mensaje compuesto de ideas e información hacia un receptor.

Cultura

Es el conjunto de formas y expresiones que caracterizarán en el tiempo a una sociedad determinada. Este conjunto se entiende e incluye a las costumbres,

creencias, prácticas comunes, reglas, normas, códigos, vestimenta, religión, rituales y maneras de ser que predominan en el común de la gente que la integra. El término cultura tiene un significado muy amplio y con múltiples acepciones (DefiniciónABC, 2013).

Multiculturalidad

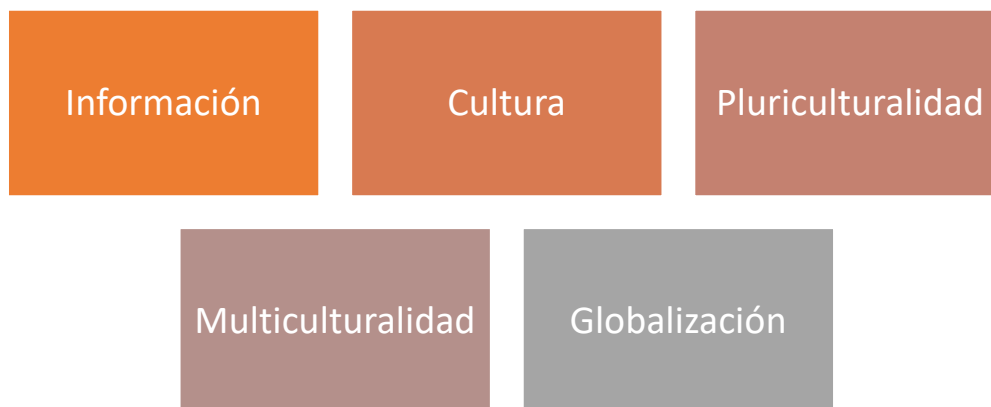
Promueve el reconocimiento de las diferentes culturas y puntualiza en el derecho que toda persona tiene de poseerla.

Esta tiene su origen como un modelo de política pública y como una filosofía social de reacción que pretende volver uniforme la cultura, por lo que es una oposición a la sociedad moderna y la unificación, buscando proteger a la mayor cantidad de culturas existentes, enfocada en las relaciones de desigualdad de las minorías con relación a las grandes culturas que proliferan en un mundo globalizado.

Sin embargo, la diversidad de culturas hace que el proceso de comunicación se vea afectado y para que se tenga una mejor relación con las demás culturas se debe entender los conceptos más esenciales de cada grupo ya que lo que para unas personas puede representar ciertas cosas para otras puede no tener importancia.

Es por eso que cuando un contexto da referencia a la infomulticulturalidad, explica cómo la información desarrolla diferentes fuentes y culturas, donde se fusionan para lograr crear una idea o el firmamento de un caso de tal manera que se pueda comprender en donde quiera que se hable de este mismo, estar en sintonía en todos los sufijos, sin importar la zona geográfica en que se encuentren, a esto se le conoce como diversidad de información cultural.

La Infomulticulturalidad se basa en 5 términos que serán desarrollados más ampliamente



Información

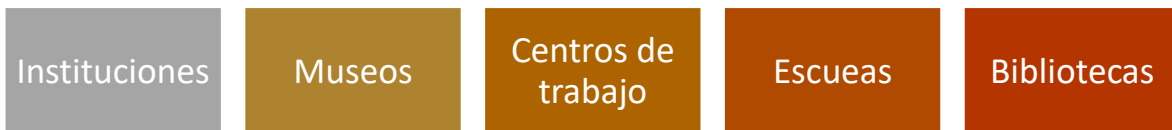
La información dentro de la misma se define como el conjunto de datos y elementos organizados y de un orden jerárquico que puede interpretarse y de obtención de resultados. Tiene el propósito de reducir la incertidumbre o la transferencia de conocimiento de un área o un tópico definido, se requiere de herramientas y deben presentar diferentes características para que la información pueda transferirse de una manera adecuada.

Actualmente, se considera que vivimos la era de la información y que las sociedades de hoy encuentran su principal fundamento en el intercambio, generación y recreación de todo tipo de datos y contenido a nivel global.

Cultura

Es fundamental entender que la cultura no es una realidad definida, sino que es totalmente dinámica y cambiante. En la cultura occidental, el conjunto de sus elementos va modificándose con el paso del tiempo, produciéndose el fenómeno de la fusión entre culturas. Este fenómeno es muy habitual y sucede cuando dos planteamientos o visiones culturales se relacionan (pensemos en oriente y occidente), provocando como resultado final una síntesis entre las dos cosmovisiones.

La cultura tiene sus propios lugares



El valor y la importancia de la cultura son indiscutibles. Hay un consenso global sobre su relevancia. De hecho, cuando un pueblo tiene un índice elevado de analfabetismo o falta de escuelas, hay un evidente problema social. La ausencia de conocimientos o la pobreza de los mismos es lo que se denomina como incultura. La frontera entre ambas es difícil de precisar, al requerir de una valoración subjetiva y sujeta al debate y la discusión.

La cultura tiene un cariz sencillo y cotidiano cuando es de carácter popular. Y adquiere un nivel superior si es una cultura especializada. En cualquier caso, no se puede prescindir de la cultura, vivimos en ella.

Por consiguiente la cultura es aquella forma que hace parte de una sociedad a una persona, y se caracteriza por los valores creencias, actitudes y conductas que rigen a la sociedad. Los valores culturales pueden variar en gran manera de un país a otro y cada uno de esta cuenta con rasgos específicos, es por lo anterior que en una empresa el gerente debe encontrar un equilibrio entre los diferentes valores culturales, los valores culturales locales y los valores de la empresa.

Pluricultural

Es la presencia simultánea de dos o más culturas en un territorio en el que puede o no existir una posible interacción, se establece una sociedad democrática de la convivencia de muchas culturas en un mismo territorio, en las que debe haber un reconocimiento de los elementos que no son parte de la cultura propia, así como su valor e igualdad.

Es importante señalar que los diferentes grupos culturales no necesariamente desarrollan vínculos o relaciones de intercambio.

Sin embargo, para la participación en los asuntos del Estado, las distintas comunidades hacen uso de instrumentos de acción política para luchar y hacer valer sus derechos, tanto políticos como sociales.

La pluriculturalidad es común en países con acentuada presencia indígena y con procesos de dominación colonial por parte de una potencia extranjera en el pasado.

Multiculturalismo

Es algo más que la suma de tradiciones culturales en un mismo espacio geográfico. Implica una valoración positiva de la diversidad humana. Se podría decir que trata de una doctrina que defiende la tolerancia, el respeto y la convivencia entre culturas diferentes. Este planteamiento constituye una defensa de la igualdad de todas las tradiciones culturales, de tal manera que no haya una por encima de las otras, sino que todas sean valoradas en un plano de igualdad.

Se percibe cierto relativismo cultural, es decir, la consideración de que una cultura no es superior a otra y que, en consecuencia, las diferencias en las costumbres deben aceptarse como un signo de tolerancia y convivencia pacífica.

En ocasiones es entendido como una oportunidad, ya que significa que personas con culturas muy distintas pueden conformar una sociedad más rica, más plural y con un espíritu cosmopolita.

La diversidad cultural es una situación deseable, siempre y cuando la multiplicidad de tradiciones vaya acompañada de tolerancia y respeto. Si en un barrio de una

gran ciudad conviven tradiciones religiosas diferentes en un clima cívico y respetuoso estamos hablando de la cara amable y enriquecedora del multiculturalismo.

No obstante, algunos analistas de los fenómenos sociales hacen hincapié en los aspectos problemáticos de este fenómeno de la globalización. En este sentido, hay un problema latente en la pluralidad y lo podríamos expresar con una serie de interrogantes: ¿son compatibles dos tradiciones culturales que valoran de manera diferente el rol de la mujer en la sociedad?, ¿es tolerable que un colectivo humano viva al margen de unas tradiciones de un lugar y que incluso pueda practicar costumbres contrarias a las leyes en vigor?, ¿es razonable ser tolerantes con aquellos que no practican la tolerancia? (Navarro, 2013).

Globalización

Es la interrelación entre las comunidades, pueblos y naciones, de forma económica, social y política en busca de la unificación. El modelo bajo el cual interactúan estos factores ha sido aprovechado por empresas multinacionales y gobiernos.

Un claro ejemplo de ello son las fábricas trasladadas a países en vías de desarrollo, por parte de grandes corporativos multinacionales o de gobiernos con países con legislaciones ambientales estrictas, que buscan beneficios monetarios como único fin, para satisfacer a sus accionistas.

La globalización debería permitir que las distintas culturas compartieran sus riquezas, no solamente de manera económica, extendiendo lazos de solidaridad para producir intercambios comerciales justos, logrando de esta manera un equilibrio.

Se debe tener conciencia de que la precariedad se debe a una serie de injusticias contra las que se puede y debe luchar. Por lo tanto debemos iniciar caminos solidarios para lograr avances en la igualdad y en la justicia social. Algunos se han logrado gracias a la presión social, como la condonación de la deuda Externa por parte de los países ricos.

Globalización cultural

Es la unificación de diversas costumbres pertenecientes a diferentes comunidades. El término hace referencia a las modificaciones experimentadas por diferentes formas de vida de distintos pueblos. Debido a ella, las costumbres, tradiciones y, expresiones artísticas de distintos lugares del mundo se han ido adaptando a los cambios surgidos a partir de la misma.

La base de este fenómeno está asociado a los medios de comunicación, a través de los cuales las culturas y las costumbres de varios países se fusionan. La globalización cultural implica la unificación de diversas identidades culturales, tendiendo al logro de una homogeneidad y siendo su principal contenido subyacente la identidad cultural propia.

Esta internalización incluye la conexión entre territorios, naciones y continentes y, fusiona los elementos del pasado y del presente. A partir de ella se sociabilizan los valores de la cultura universal mediante la inserción de lo global en lo local.

Influencias

Es por medio de la cultura que los individuos toman conciencia de sí mismos y del mundo que lo rodea, permitiendo que el hombre encuentre un modo de expresión para crear obras que trasciendan. La globalización cultural genera una tendencia a la homogeneidad. Un fenómeno por el cual se refleja una normalización de las expresiones culturales de todo el mundo.

Al llegar nuevas costumbres e ideas de diferentes partes del mundo, la cultura característica de una región resulta influenciada. De este modo, las culturas regionales comienzan a adoptar prácticas culturales y de consumo que son correspondientes a otras naciones y generalmente de carácter capitalista.

Aparece entonces en las costumbres regionales el consumo de marcas, de medios, de símbolos que se toman como íconos representativos de una sociedad. Surgiendo de este modo, una cultura de índole global.

Teniendo como resultado de la conjunción de distintos elementos propios de diversas culturas, la expansión de modelos culturales correspondientes a las sociedades capitalistas.

Gracias a los medios de comunicación, los países se encuentran cada vez más conectados, tanto de forma económica, tecnológica y cultural; asemejándose cada vez más entre sí. Esto provoca que la brecha que diferencia a las diversas culturas de cada sociedad se hace cada vez más estrecha. Pero, existe un predominio de las culturas de los países económicamente más poderosos. Como consecuencia, la diversidad cultural es cada vez menor como consecuencia de la globalización cultural. Al mismo tiempo y como consecuencia de ello, determinados grupos sociales que han quedado excluidos del mundo globalizado, se unifican para reaccionar contra la globalización. Con el fin de hacer resurgir los valores propios inherentes a las culturas locales, con el objetivo de revalorizar lo propio.

Medios de Comunicación

La globalización cultural surge como consecuencia del proceso de comunicación entre diversas partes del mundo, y gracias a los diferentes medios de comunicación existentes en la actualidad los diferentes países pueden comunicarse entre sí.

Como resultado de ello, las diferentes regiones logran vincularse a través de variadas redes mundiales de intercambio. Produciéndose de este modo, el contacto y la relación entre diferentes sociedades, con sus peculiares características culturales. De esta forma, los medio de comunicación empiezan a jugar un rol importante para el desarrollo de la globalización.

Los medios audiovisuales, por ejemplo, comienzan a ser una importante fuente de creación y de transformación, volviéndose cada vez más omnipresentes en la vida diaria de las personas en general. En este sentido, los medios de comunicación son una herramienta de homogeneización de la cultura global.

Afectación A Los Procesos de Comportamiento

Las raíces culturales de una persona figuran claramente en la toma de decisiones, en si acepta roles que sobresalen de sus perspectivas, en la toma de nuevos retos, en cómo asimila conceptos y en si encasilla estereotipos.

Un impacto directo de la infomulticulturalidad está enfocada en los consumidores, a lo largo de la historia las corporaciones o empresas han buscado llegar a sus clientes mediante mensajes directos e indirectos, todo con el fin de persuadir, seducir o estimular al posible comprador y manejar su comportamiento para un posible futuro.

Los errores de percepción ocurren por 4 motivos:



Las barreras culturales son subconscientes, se lleva a interpretar hechos ocurridos en otros países como si ocurrieran en el propio.

Como segundo punto, no se entiende del todo la cultura propia, ni tampoco su influencia en nuestro comportamiento.

Las similitudes nos hacen presuponer que las personas se parecen más a nosotros de lo que realmente es.

Por último la falta de visión y de conocimientos por otras culturas es lo que contribuye a una percepción equivocada. (Colmenares, 2012)

En la actualidad la necesidad de correlación entre individuos de diversas raíces culturales va en aumento, se necesita crear un nivel de tolerancia que permita aceptar, aprender y sobre todo sacar el mayor provecho a las costumbres, valores y hábitos de otros individuos y que en conjunto con la aportación, se creó una base de información multicultural que se pueda compartir y sacar provecho.

En las organizaciones

En las empresas la Infomulticulturalidad puede representar un factor importante de éxito o fracaso, pues existen elementos que en conjunto forman la Infomulticulturalidad en una organización, las cuales son: La informalización, la globalización y las tecnologías de información. (Yarto, 2000)

En el mundo actual existe una diversidad cultural amplia debido a la globalización, es muy común poder pensar que algunas culturas influyen sobre otras a la vez debido al intercambio de la información a nivel global , está a la vez puede afectar varios aspectos como el económico, cultural y social.

Los intercambios de la información a nivel mundial provocan que las personas sean ciudadanos del mundo, sin embargo la estandarización global en la cual habitamos es muy independiente de la creencia de cada ciudad y nación, de esta manera la interacción entre sus miembros requiere de líderes que tengan los conocimientos y habilidades, la comprensión y sensibilidad para entender la diversidad de culturas en las que nos movemos y así orienten a su empresa hacia una diversidad cultural.

Sin embargo para que esto sea posible se necesita tener la mente abierta y saber observar , sincronizar y adaptarse en contextos multiculturales y para esto el papel del gerente está determinado porque este sea capaz de asimilar los valores de los miembros del equipo y ver más allá de su capacidad de adaptación con los valores globales de otras organizaciones de carácter multinacional, obtener balances de valores tanto locales como globales y así poder lograr establecer sentimientos de comunidad. La multiculturalidad trae beneficios para una determinada organización ya que la mezcla cultural puede dar pie a la realización de beneficios operativos y de costos. (Amedirh, 2015)

También se puede tener gran impacto en forma externa en una organización esto muchas veces se ve reflejado cuando la empresa se dedica a negocios internacionales, mismo que se da entre dos o más personas de diferentes países y diferentes culturas que necesitan llegar a acuerdos que generalmente se traducen en ventas de productos. Durante estas negociaciones se debe considerar

especialmente él como transmitir mensajes pues es común que lo que para algunos significa cierta cosa puede llegar a ser visto como una ofensa y

puede echar abajo cualquier negociación por eso es importante primero informarse acerca de la cultura de la otra personas cuando se trate con personas de otros países.

Como administradores de una empresa y analistas de fenómeno sociales, podrá conocer más sobre los grupos de interés y sobre cómo los impactarán los esfuerzos de comunicación para promocionar los productos y servicios, así facilitándoles la tarea de la transmisión de información, ya que se cuenta con una variedad de percepciones que podrán aportar nuevas estrategias para la promoción de lo que se ofrece. Es por eso que dentro de las organizaciones debe ser considerado este concepto como un elemento relevante en el momento en el que se lleva a cabo el proceso de comunicación y el intercambio de información entre los trabajadores, gerentes y directivos de la organización, es decir de manera interna. En este caso se puede realizar la gestión multicultural en la organización con la finalidad de fomentar la participación social y facilitar las relaciones entre personas de diferentes culturas.

Las nuevas tecnologías, así como las diversas culturas a través de la información, la globalización y la motivación del líder; permiten la correcta, mejor preparación y aplicación en el trabajo.

Se debe encontrar un equilibrio entre los propios valores culturales, los valores culturales locales y los valores de la empresa. Este equilibrio se logra a través de una actitud abierta que implica la observación, la sincronización y la adaptación. El papel de la empresa deberá de consistir en asimilar los valores de los miembros del equipo más allá de su capacidad de adaptación y flexibilidad para que con los valores globales de organizaciones, se pueda obtener un balance de valores locales/globales y así crear un imprescindible sentimiento de comunidad. (Álvarez, 2013)

En el ámbito laboral, los intereses comunes y las diferencias entre las personas pueden mejorar o empeorar la productividad en una organización, así como las relaciones entre las diferentes personas encargadas de ciertas actividades fundamentales de una empresa.

Para la Infomulticulturalidad en la empresa existen 3 elementos importantes:

Objetivos

La infomulticulturalidad contra tres objetivos principales, los cuales asemeja propósitos benéficos desde la perspectiva que se requiera ver:

- Busca estudiar como un individuo que manda información, la percibe de manera diferente que aquella persona que la recibe; esto debido a las probables raíces culturales.
- Analiza y estudia cómo la información cambia al sujeto que la recibe y cómo influencia sus decisiones, así como la forma en que se comporta dentro de su entorno.
- La forma de crear una cultura de competencia a través de la multicultural, es aquí donde la Infomulticulturalidad toma un papel importante para desarrollar un cambio organizacional y direccionarlo a la Globalización y nuevos mercados.

Propuesta de tesis

Desarrollo de un modelo de identidad regional en el Valle de Orizaba para probar la influencia de la Infomulticulturalidad en los consumidores al seleccionar una marca extranjera y una nacional de productos similares

Objetivo General

Diseñar un análisis de los patrones de comportamiento en el consumo de los habitantes de la ciudad de Rio Blanco sobre productos nacionales y extranjeros.

Agradecimientos

Agradezco a mi familia por su apoyo en todo momento, a mi madre y mi padre por brindarme todo lo que está a su alcance para que pueda lograr mis aspiraciones profesionales y personales.

De la misma forma al personal docente del Instituto Tecnológico de Orizaba, que me ha brindado las herramientas necesarias para ser un profesional competente.

Al CONACYT por la oportunidad de estudiar en una de las carreras certificadas por su calidad que me permitirán el día de mañana poner en alto el nombre de mi nación y mi ciudad.

Fuentes de Consulta

Navarro, J. (Diciembre 09, 2013). Multiculturalismo. Febrero, 2018, de Definición ABC Sitio web: <https://www.definicionabc.com/general/multiculturalismo.php>

Colmenares, J. (Marzo 22, 2012). Infomulticulturalidad, cultura y comunicación organizacionales. Febrero, 2018, de Gestipolis Sitio web: <https://www.gestipolis.com/infomulticulturalidad-cultura-y-comunicacion-organizacionales/>

Álvarez, H. (2013). "Administración y la diversidad cultural" México, D.F. Gestión Joven (11), no. 117-138.

Yarto, L. (2000). Dinámica de Grupos: Desde el punto de vista empresarial, económico y Social. México. Ed. Porrúa.

Arias, I. C. (2013, No. 4). INFOMULTICULTURALIDAD. REVISTA TUKURÚ, <http://www.revistatukuru.com/v04n01ene2013/articulo04.pdf>

Campos, E. M. (2008). DIVERSIDAD CULTURAL Y ACCESO A LA INFORMACIÓN. México: UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO.

Robbins, S. P. (2005 8a. edición). "Administración". México: PEARSON.

Rodríguez, N. (Mayo 31, 2016). Infomulticulturalidad. La nueva forma de comunicación del ser humano. Febrero, 2018, de KAIZEN INSTITUTE Sitio web: <https://mx.kaizen.com/blog/post/2016/05/31/infomulticulturalidad-la-nueva-forma-de-comunicacion-del-ser-humano.html>

Rodríguez, J. (Febrero, 2001). Multiculturalismo. El reconocimiento de la diferencia como mecanismo de marginación social. Febrero, 2018, de Gazeta de Antropología Sitio web: http://www.ugr.es/~pwlac/G17_04JoseLuis_Rodriguez_Regueira.html

Uchua, F. (Abril 11, 2018). Definición de Cultura. Febrero, 2018, de DefiniciónABC Sitio web: <https://www.definicionabc.com/social/cultura.php>

Bembibre, V. (Marzo 02, 2009). Definición de información. Febrero, 2018, de DefiniciónABC Sitio web: <https://www.definicionabc.com/tecnologia/informacion.php>

Yubero, F. (Junio 19, 2010). LA INFLUENCIA DE LA GLOBALIZACIÓN EN LAS SOCIEDADES. Febrero, 2018, de WordPress Sitio web: <https://lanaveva.wordpress.com/2010/06/19/la-influencia-de-la-globalizacion-en-las-sociedades/>

Hidalgo, N. (Noviembre, 2016). ¿Qué es la Globalización Cultural? Febrero, 2018, de lifeder Sitio web: <https://www.lifeder.com/globalizacion-cultural/>