



TALLER No. 2

ASIGNATURA: ETICA
GRADO: Once
AÑO ESCOLAR: 2021

DOCENTE : HORTENSIA DAZA BRITO - **CELULAR:** 3012792984
CORREOS: hortensiadaza@inealpa.edu.co – hortensia.daza@hotmail.com (1104-1105- 1106)
rodrigomarquez@inealpa.edu.co (1101 -1102 – 1103)

INTERROGANTES

Después de leer y analizar detenidamente el documento adjunto, responda los siguientes interrogantes:

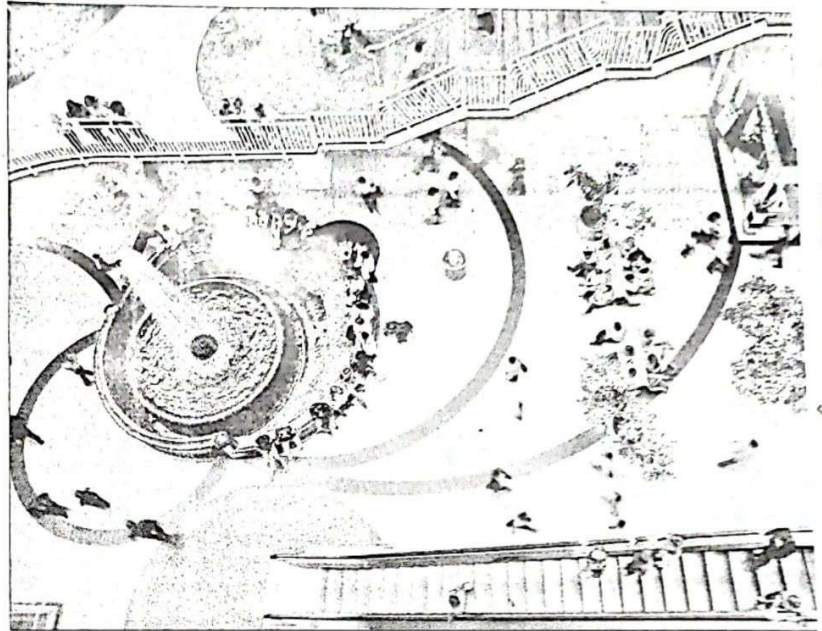
1. Explique mediante mapa conceptual las características de la sociedad actual.
2. Según lo descrito en el texto, los medios de comunicación son un arma de doble filo. Enuncia sus ventajas y desventajas de estos:

TEMA 7

Características de la sociedad actual

CONTENIDO

- 7.1. Urbanismo
- 7.2. Sociedad democrática
- 7.3. Preocupación por la cultura y la educación
- 7.4. El imperio de las comunicaciones
- 7.5. Sociedad iúdico-deportiva
- 7.6. Sociedad maquinista



"El crecimiento de la sociedad urbana facilita el desarrollo de las actividades lúdicas, educativas y culturales: se pueblan los recintos deportivos, se practican multitud de juegos y deportes, se viaja por doquier, aumenta el número de centros de enseñanza y son cada vez más las personas que visitan frecuentemente los museos y las exposiciones artísticas".

7.1. URBANISMO

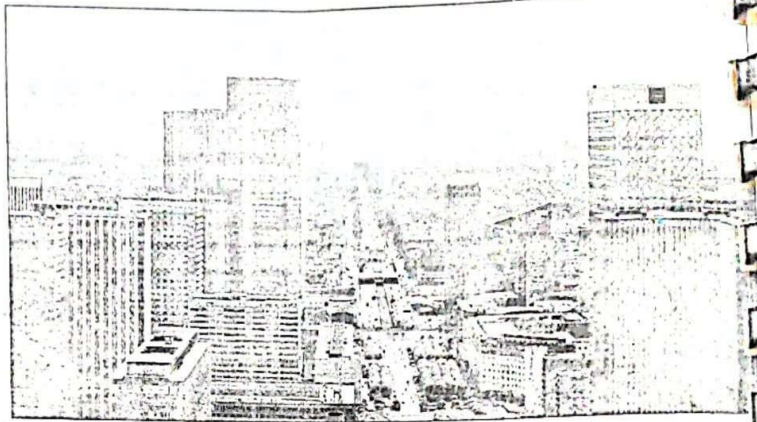
En nuestra sociedad, las ventajas y los inconvenientes del mundo urbano se han extendido casi a la totalidad de la población.

Desde el siglo XIX, con el surgimiento de la *Primera Revolución Industrial* y con la aparición de las "nuevas máquinas" se ha venido produciendo un constante flujo migratorio del campo a la ciudad. Este flujo se intensificó a comienzos del siglo XX, debido, sobre todo, a los cambios socio-políticos, al desarrollo de nuevas formas económicas y al crecimiento de las posibilidades académicas y culturales.

Como ilustración de estas tendencias, y ciñéndonos al ámbito europeo, tenemos que la población rural, a comienzos del presente siglo, significaba casi un 75 % del total, mientras que en la actualidad, casi el 80 % de la población vive en ciudades.

Por otra parte, debido al aumento de los medios de comunicación (*mass media*) (prensa, radio y televisión) y a la accesibilidad a los vehículos de desplazamiento rápido (trenes, automóviles y aviones), tanto las ventajas de la ciudad (organización de bienes y servicios, medicinas y hospitales, educación y espectáculos, industria y maquinaria) como sus inconvenientes (drogadicción y delincuencia, paro y frustración, violencia y marginalidad) tienden a incidir de forma análoga lo mismo en las grandes ciudades que en los pueblos pequeños.

Figura 7.1. La concentración urbana y el gran crecimiento de las ciudades constituyen características propias de nuestro tiempo.



Nuestra sociedad es democrática. Los principios **democráticos** gozan de una vigencia indiscutible en nuestras organizaciones político-sociales.

7.2. SOCIEDAD DEMOCRÁTICA

Nuestra sociedad tiende a aceptar plenamente los principios democráticos de *libertad, igualdad y solidaridad*. En este sentido, podemos decir que con el reconocimiento de estos principios se intenta poner fin a todo género de privilegios particulares, evitar las arbitrariedades de los distintos poderes, promocionar la tolerancia, así como el respeto entre las diversas personas y los diferentes grupos, y establecer las bases fundamentales de una legislación positiva, respetuosa con las diversas opiniones y creencias.

Nuestras sociedades casi han logrado situar los bienes de la **cultura** y de la **educación** al alcance de todas las personas.

7.3. PREOCUPACIÓN POR LA CULTURA Y LA EDUCACIÓN

Mientras que en los siglos pasados, tanto la educación elemental como la media y la universitaria poseían un ámbito enormemente restringido, actualmente, tanto los gobiernos como las distintas instituciones sociales están realizando un ingente esfuerzo para que los bienes culturales puedan llegar a todas las personas.

Con esta finalidad, se ha establecido la escolarización obligatoria y gratuita hasta los 16 años, se han promocionado programas para la igualdad de oportunidades, se han creado numerosas universidades, se ha recurrido a cursos nocturnos, a programas de radio y de televisión, y a la difusión cultural por los más variados medios (bibliotecas, museos, teatro, concursos literarios, cine, clubs, revistas, etc.).

Resulta evidente, pues, que una de las preocupaciones más intensamente vividas por las actuales sociedades europeas consiste en intentar divulgar la cultura, la educación y la enseñanza a todos los niveles.

Pero, debido al surgimiento de distintos medios *comerciales* interesados en el proceso de aculturación, corremos el peligro de desarrollar una **cultura de consumo**, una cultura elemental, mimética y sin consistencia científica. A este respecto, las empresas multinacionales de los medios de comunicación, la publicidad de los *grandes almacenes*, los caprichos y las modas de los *cómicos*, las formas de la *elite deportiva*, etcétera, pueden llegar a ejercer una influencia cultural superior a la de los principales literatos, los artistas más relevantes o los grandes centros universitarios.

El rompecabezas de la LOGSE.

7.4. EL IMPERIO DE LAS COMUNICACIONES

El mundo de las comunicaciones se encuentra presente en todas las actividades del ser humano. El teléfono, la radio, las películas, los discos, etcétera, forman parte integrante de nuestra actividad cotidiana.

Hasta mediados del siglo XIX las comunicaciones se reducían a ámbitos muy limitados y se realizaban por medios de muy corto alcance; por ejemplo, las noticias llegaban en conversaciones con los vecinos, se escuchaban las *homilias* de los sacerdotes o los discursos de algún orador local, y sólo un número ínfimo de personas tenían acceso a la prensa y a unos cuantos libros.

Mas, a partir de aquellas fechas, fueron surgiendo sistemas de comunicaciones de largo alcance: primero se inventó el telégrafo (Morse, 1844), luego el teléfono (Bell, 1875), el cinematógrafo (hermanos Lumière, 1895) y la radio (Marconi, 1896); más tarde la televisión, los sistemas hifi...

En la actualidad, la difusión de estos medios ha sido total: todos tenemos radios, televisores y teléfonos, y podemos disponer de un elevado número de periódicos, revistas y libros.

INFLUIDAS POR CIERTOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, HAY PERSONAS CAPACES DE TODO CON TAL DE LLAMAR LA ATENCIÓN.

Cuadro 7.1. Estadística-tipo de espectadores de TV en España, de 22,00 a 24,00 horas

Cadena	Espectadores	%
TVE-1	4.901.386	23,44
TVE-2	2.000.102	9,56
Antena 3	4.689.221	23,10
Tele 5	4.980.283	24,01
Autonómicas	3.214.600	15,31
Privadas	702.204	3,34
Satélite	508.651	1,24
Total	20.996.447	100%

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SON UN "ARMA DE DOBLE FILO".

La televisión, sobre todo, constituye un poderoso medio de unificación cultural, y al mismo tiempo que nos suministra noticias y entretiene nuestros ocios, tiende a imponernos un determinado modo de vida.

Este hecho convierte a los medios de comunicación en un "arma de doble filo"; por una parte, resultan incalculables las ventajas y beneficios que el ser humano puede obtener de ellos, pero, por otra, pueden ser utilizados como medios de adoctrinamiento y de manipulación. Por un lado, pueden contribuir a la formación de ciudadanos más cultos, mejor informados y más libres, pero, por otro, pueden servir para la difusión de una cultura superficial, rutinaria y consumista; pueden ser utilizados para entretener e ilustrar nuestros ocios; pero pueden ser usados, igualmente, para alienarnos con falsos señuelos, falsos ídolos y falsas doctrinas.

Esquema 7.1. Ventajas y perjuicios de las comunicaciones.

