

Unidad III: Escenario socio-cultural

3.1 Sociedad, organización social

El desarrollo sostenible es un proceso de cambio progresivo en la calidad de vida del ser humano, que lo coloca como centro y sujeto primordial del desarrollo, por medio del crecimiento económico con equidad social, la transformación de los métodos de producción y de los patrones de consumo que se sustentan en el equilibrio ecológico y el soporte vital de la región.

Este proceso implica el respeto a la diversidad étnica y cultural regional, nacional y local, así como el fortalecimiento y la plena participación ciudadana en convivencia armónica con la naturaleza, sin comprometer y garantizando la calidad de vida de las generaciones futuras.

El desarrollo local sostenible se centra en la búsqueda del mejoramiento de la calidad de vida humana en el ámbito local. Se construye a partir del protagonismo real de las personas (familias, niños/as, productores, organizaciones e instituciones locales).

La cultura individualista de competencia mercantil, la baja autoestima, la dependencia política y económica de las instituciones centrales y agentes externos, falta de confianza en la capacidad de gestión comunitaria, son entre otros los obstáculos para alcanzar el desarrollo local sostenible.

3.2 Cultura, diversidad socio-cultural

La cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Se divide en:

- Tópica
- Histórica
- Mental
- Estructural Simbólica

Se diferencia según su grado de desarrollo:

- Primitiva
- Civilizada
- Pre-alfabeta
- Alfabeta

Diversidad socio-cultural

3.3 Fenómenos poblacionales

Es un sistema biológico formado por un grupo de individuos de la misma especie que viven en un lugar determinado.

Los temas relacionados con el crecimiento demográfico son altamente polémicos. Hay quienes piensan que la población debe seguir creciendo de acuerdo con el mandato bíblico *Creced y multiplicaos*, mientras que otros sostienen tesis antinatalistas, favoreciendo programas de control de la natalidad, de planificación familiar, de la legalización del aborto, etc. Y estas tesis se han llegado a desarrollar en países enteros. Como señala Masseyeff: *En este tema, más que en ningún otro, los optimistas (que favorecen las tesis pro-natalistas) y los pesimistas (antinatalistas) son irreconciliables.*

3.4 Desarrollo humano

Desarrollo humano, según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), es aquel que sitúa a las personas en el centro del desarrollo, trata de la promoción del desarrollo potencial de las personas, del aumento de sus posibilidades y del disfrute de la libertad para vivir la vida que valoran. La

publicación más importante sobre desarrollo humano es el Informe Anual Mundial sobre el Desarrollo Humano del PNUD.^{1 2}

El PNUD atiende a dos importantes indicadores: uno de desarrollo, el índice de desarrollo humano, y otro de pobreza, el índice de pobreza multidimensional.

3.4.1 Índice de desarrollo humano

El índice de desarrollo humano (IDH) es un indicador del desarrollo humano por país, elaborado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Se basa en un indicador social estadístico compuesto por tres parámetros: vida larga y saludable, educación y nivel de vida digno.

1 - Salud: medida según la esperanza de vida al nacer.

2 - Educación: medida por la tasa de alfabetización de adultos y la tasa bruta combinada de matriculación en educación primaria, secundaria y superior, así como los años de duración de la educación obligatoria.

3 - Riqueza: medida por el PIB per cápita PPA en dólares internacionales.

Otros índices relacionados con el desarrollo humano[editar · editar código]

Además del IDH, el PNUD elabora:

El Índice de pobreza multidimensional (IPM o MPI -*Multidimensional Poverty Index*-), que desde 2010 suplanta a los índices de pobreza humana (IPH e IPH-1/IPH-2).²

El Índice de pobreza (o indicadores de pobreza).

El Índice de pobreza humana para países en desarrollo (IPH-1, elaborado a partir de 1998).

El Índice de pobreza humana para países de la OCDE seleccionados (IPH-2, elaborado a partir de 1998).

3.4.2 Índice de desarrollo social

De acuerdo con James Midgley el desarrollo social es “un proceso de promoción del bienestar de las personas en conjunción con un proceso dinámico de desarrollo económico”.^[1]El desarrollo social es un proceso que, en el transcurso del tiempo, conduce al mejoramiento de las condiciones de vida de toda la población en diferentes ámbitos: salud, educación, nutrición, vivienda, vulnerabilidad, seguridad social, empleo, salarios, principalmente. Implica también la reducción de la pobreza y la desigualdad en el ingreso. En este proceso, es decisivo el papel del Estado como promotor y coordinador del mismo, con la activa participación de actores sociales, públicos y privados.

Para algunos autores, el desarrollo social debe conducir a igualar las condiciones de bienestar prevalecientes en las sociedades industrializadas.^[2] Si bien actualmente se acepta que el desarrollo social debe adecuarse a las condiciones económicas y sociales particulares de cada país, existen estándares internacionales que se consideran “metas sociales deseables”. La Organización de las Naciones Unidas (ONU) y sus diferentes organismos asociados son el referente principal en esta materia.

Para Amartya Sen, “el desarrollo puede concebirse [...] como un proceso de expansión de las libertades reales de que disfrutaban los individuos”.^[3] Esta interpretación del desarrollo, ha llevado a otorgar una importancia fundamental al concepto de *desarrollo humano*, como un proceso paralelo y complementario al desarrollo social. El desarrollo humano “se refiere a la creación de un entorno en el que las personas pueden desplegar su pleno potencial y tener una vida productiva y creativa, de acuerdo a sus intereses y necesidades”.

3.5 Desarrollo urbano y rural

La expresión desarrollo rural hace referencia a acciones e iniciativas llevadas a cabo para mejorar la calidad de vida de las comunidades no urbanas. Estas

comunidades humanas, que abarcan casi la mitad de la población mundial, tienen en común una densidad demográfica baja. Las actividades económicas más generalizadas son las agrícolas y ganaderas aunque hoy pueden encontrarse otras muy diferentes al [sector primario](#).

El desarrollo rural debe tener en cuenta la cultura tradicional local, ya que el medio rural es indisociable de su cultura propia. Las acciones de desarrollo rural se mueven entre el desarrollo social y el económico. Estos programas suelen realizarse por parte de comunidades autogestionadas, autoridades locales o regionales, grupos de desarrollo rural, programas a escala continental (Programa de desarrollo rural de la Unión Europea), ONGs, organizaciones internacionales, etc según el ámbito rural que se tenga en cuenta.

3.6 Estilos de vida y consumo

La globalización de la economía mundial, los mercados y los avances de las tecnologías de la información y comunicación, están propiciando cambios acelerados de todo orden y, en particular, según los resultados de los estudios de AC Nielsen (2006, 2007 y 2008) relacionados con los cambios en los patrones de consumo, en las expectativas, preferencias y decisiones de los consumidores. El desafío del marketing de conocer y entender al cliente tan bien que el producto o servicio se adecúe de manera pertinente a éste y se venda solo, como lo proponían los clásicos del marketing, es una constante que demanda estrategias y metodologías más eficaces para crear y mantener intercambios que satisfagan de manera recíproca objetivos de los consumidores y de las empresas. En este contexto, la segmentación de mercados ha adquirido en los últimos tiempos una gran relevancia en el campo del marketing de las empresas. En tanto, hoy en día, los clientes son más numerosos y diversos en cuanto a sus necesidades de compra. Al parecer, un ingrediente de éxito es buscar e identificar segmentos de mercado cada vez más específicos a los cuales dirigir bienes y servicios de forma más eficaz. No es suficiente la selección de los mercados meta con base en factores geográficos, demográficos y socioeconómicos, sino que requiere basarse

en las características individuales, de personalidad y de sus comportamientos de consumo, para lo cual es indispensable identificar y definir los perfiles de distintos grupos de compradores que podrían requerir determinados bienes o servicios. Se reconoce que aun cuando los compradores de cada segmento son muy similares en cuanto a deseos y necesidades, no hay dos compradores que sean realmente iguales, por lo cual es importante tomar en cuenta tanto los niveles (segmentos, nichos, áreas locales e individuos) como los patrones de segmentación de mercados (segmentos de preferencia: homogéneas, difusas, agrupadas). En la segmentación de mercados de consumo es muy relevante la segmentación psicográfica, relacionada con las características de los consumidores, sobre todo, en lo que se refiere al estilo de vida, personalidad y valores. Entre las estrategias mercadológicas de éxito está el buscar relaciones entre los productos y los estilos de vida. Y es que los estilos de vida definen actitudes diferentes respecto al consumo de las personas. Identificar estilos de vida permite conocer más a fondo al consumidor, entender cómo piensa y cuáles son sus motivaciones en la elección de compra, saber mejor lo que espera de un bien o servicio, tanto emocional como mentalmente y, a partir de ello, formular estrategias mercadológicas específicas y más eficaces.

Estilos de vida

En la segmentación de mercados de consumo, la segmentación psicográfica divide a los compradores en diferentes grupos, con base en su estilo de vida, personalidad y valores (Kotler, 2002). En la conducta de compra de los consumidores se reconoce que influyen factores tales como los culturales, sociales, personales y psicológicos, con los cuales se puede conformar el modelo de conducta del comprador. Entre los factores personales está el llamado estilo de vida. El estilo de vida se define como “el patrón de vida de la persona en el mundo, expresado en sus actividades, intereses y opiniones. El estilo de vida muestra a la persona entera, interactuando con su entorno” (Kotler, 2002, p. 92). Ramírez (2009, p. 21) propone que el concepto de estilo de vida “busca proveer de significado generando patrones de comportamiento, identificando aspiraciones del consumidor y factores de decisión empleados en la elección de los productos”. Por su parte, Arellano (2001, p. 270), define los estilos de vida como “los modos de vivir de los consumidores que se

reflejan en sus actitudes, intereses y opiniones”. En cambio para Assael (2000, p. 409) los estilos de vida se definen por “la manera en que los individuos utilizan su tiempo (actividades), lo que consideran importante en su entorno (intereses) y lo que piensan de sí mismos y el mundo que les rodea (opiniones)”. Los estilos de vida son importantes, en opinión de Cohen (2006, p.102) porque “a los consumidores ya no basta definirlos por su edad, sino por el tipo de vida que llevan y el estilo de vida que los identifica”. En este sentido, por ejemplo, las marcas y los productos son creados para incidir en las opciones de estilo de vida. Los cambios más reconocidos en la actualidad en los estilos de vida de los consumidores, están relacionados con cambios en los roles de compra del hombre y la mujer; la nivelación de intereses en torno al cuidado y preservación de la salud y la condición física; mayor permanencia y tiempo dedicado al trabajo; mayor conocimiento de sí mismo; y mayores presiones de tiempo (estrés). El estudio psicográfico es la técnica que permite medir y clasificar los estilos de vida de los consumidores. Producto de estas mediciones psicográficas han sido las clasificaciones conocidas como Valores y Estilos de Vida (VALS, Values and Lifestyles), desarrolladas por el Stanford Research Institute, que en 1998 tuvo una nueva versión conocida como VALS 2.

3.7 Democracia, equidad, paz, ciudadanía

La legalidad supone, además, en términos democráticos, la igualdad de todos los ciudadanos ante la ley. La ley pretende universalizar derechos y obligaciones y normar, en este caso, la vida política. Esa igualdad ante la ley -que trasciende las diferencias de riqueza, propiedad, sexo, religión, ideología- rompe con los privilegios estamentales y corporativos de las sociedades premodernas y predemocráticas, construyendo una nueva figura: el ciudadano. Esa igualdad jurídica que no acaba con las desigualdades reales (y que algunas corrientes han considerado, por ello, una mera ficción), es el basamento a partir del cual se puede construir un entramado democrático soportado por hombres y mujeres que adquieren su reconocimiento como ciudadanos. Al ser iguales ante la ley y al gozar de los mismos derechos, la competencia equitativa entre las distintas

agrupaciones puede ser posible, pero además garantiza que independientemente del triunfo de unos u otros, el individuo seguirá siendo tratado igualitariamente.

CIUDADANÍA En ese marco, el presupuesto básico es que existen en una sociedad moderna hombres con capacidad de discernir racionalmente entre las ofertas que se les presentan, que pueden contribuir con su opinión a la toma de acuerdos, que ellos mismos pueden agruparse para participar en los asuntos públicos y que como individuos gozan de una serie de derechos. En una palabra, que los individuos son considerados ciudadanos. La familiaridad que esta palabra ha adquirido hace pensar que los ciudadanos siempre han existido. Sin embargo, parece necesario subrayar que la construcción de ciudadanos es un proceso histórico que precisamente se engarza con la modernidad y tiene su cabal expresión en un régimen democrático. El ciudadano, piedra de toque del edificio democrático, tiene una serie de derechos y obligaciones: derechos civiles, políticos y sociales, y obligaciones en esos tres terrenos. Los regímenes autoritarios precisamente suprimen algunos o todos los derechos ciudadanos. Así, no es raro que los golpes militares, asonadas y cuartelazos sean inmediatamente sucedidos por la supresión de algunos de los derechos ciudadanos básicos, por ejemplo, el derecho de reunión, de asociación, de publicación, etcétera. A diferencia de otros regímenes, donde los individuos son considerados simples engranajes para la reproducción del orden imperante, en la democracia éstos gozan de una serie de garantías que son consustanciales a la forma de organización democrática.

www.ife.org.mx/documentos/.../principios_y_valores_de_la_democ.... Equidad f. Calidad que mueve a dar a cada uno lo que merece: trataron con equidad a todos los presentes. Justicia, imparcialidad en un trato o un reparto: el reparto de beneficios se hará con equidad. La equidad (del latín "aequitas", de "aequus", igual; del griego "επιεικεία", virtud de la justicia del caso en concreto), según la definición de la Real Academia Española, la cual posee diferentes definiciones que a continuación se le muestran: es.wikipedia.org/wiki/Equidad
[www.bantaba.ehu.es/obs/ocont/eq/En caché](http://www.bantaba.ehu.es/obs/ocont/eq/En_caché) - Similares Equidad e igualdad son dos principios estrechamente relacionados, pero distintos. La equidad introduce un

principio ético o de justicia en la igualdad. En definitiva, la equidad nos obliga a plantearnos los objetivos que debemos conseguir para avanzar hacia una sociedad más justa. Una sociedad que aplique la igualdad de manera absoluta será una sociedad injusta, ya que no tiene en cuenta las diferencias existentes entre personas y grupos. Y, al mismo tiempo, una sociedad donde las personas no se reconocen como iguales, tampoco podrá ser justa. Hoy en día, el aumento de las desigualdades en nuestro planeta en el acceso de los países y las personas al uso y disfrute de los recursos, lleva a plantear los objetivos de equidad como sustanciales al desarrollo. Similares Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), la igualdad entre los géneros es un pre requisito del desarrollo y un asunto fundamental de derechos humanos y de justicia social. El PNUD considera que la inversión en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres son vitales no sólo para mejorar las condiciones económicas, sociales y políticas de la sociedad en su conjunto sino para lograr una ciudadanía integral y una democracia más sólida. En virtud de su mandato de ayudar a las sociedades a forjar un mundo mejor, la oficina del PNUD en México realizó la actualización de la Estrategia de Igualdad de Género para el período 2010-2012. Este documento es nuestra carta de navegación, tanto en la implementación de los mandatos y políticas sobre género del PNUD, como en la definición de acciones concretas para avanzar en la promoción de la equidad entre mujeres y hombres. Ambos compromisos provienen de nuestra misión de contribuir a la erradicación de la pobreza y al logro del desarrollo humano en México. Estrategia de Género PNUD México 2010-2012 La estrategia se elabora con la finalidad de dar continuidad a los objetivos de promoción de la igualdad de género en los proyectos del PNUD-México, armonizándola con la legislación vigente en el país y con la Estrategia de igualdad de género Empoderadas e Iguales 2008-2011, que rige las acciones del PNUD a nivel global, teniendo como directriz el impulso del desarrollo humano y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM). El objetivo número 3 se retoma como eje conductor de las acciones del PNUD, en materia de la promoción de la igualdad y la motivación al empoderamiento de las mujeres. Objetivo 3: Promover la equidad de

género y la autonomía de la mujer Si bien la meta cuantitativa de este objetivo es eliminar las disparidades en la educación primaria y secundaria para el año 2015, hay otras muchas formas en que puede medirse la autonomía y plena participación de las mujeres en la sociedad. El énfasis en la educación como meta del Objetivo 3 se ve justificado por la evidencia de que la inversión en la educación de las niñas reporta grandes beneficios. Sin embargo, la educación por sí sola es insuficiente para eliminar toda la gama de desigualdades entre los géneros o para promover el empoderamiento de las mujeres permitiéndoles participar en la sociedad, debido a que pasa por alto los otros dos dominios de la desigualdad entre los géneros. La igualdad entre los géneros y el empoderamiento de las mujeres seguirán siendo objetivos esquivos si no existe la oportunidad de utilizar la educación para obtener un empleo digno o para participar plenamente en la toma de las decisiones en el ámbito político. La educación de las mujeres tampoco podrá eliminar, por sí sola, la violencia contra ellas mismas. Para alcanzar el empoderamiento, las mujeres no sólo deben poseer iguales capacidades (tales como educación y salud), acceso a las oportunidades (económicas y políticas) y seguridad (ausencia de violencia), sino que deben tener los medios para utilizar estas capacidades, oportunidades y seguridad para hacer elecciones y tomar decisiones estratégicas de gran impacto sobre sus condiciones de vida. En este sentido, el Proyecto Milenio de las Naciones Unidas, que hace recomendaciones para ayudar a los países a alcanzar los ODM, ha adoptado un marco de referencia respecto al Objetivo 3 con tres dimensiones: mejorar las capacidades de la mujer (medidas por su educación, salud, y nutrición), mejorar el acceso de la mujer a oportunidades económicas y políticas, y garantizar su seguridad (reduciendo su vulnerabilidad a la violencia y el conflicto).

3.8 Intervención en comunidades

El cómo de la intervención

Un proceso de intervención comunitaria tiene como objetivo mejorar las condiciones de vida de la población y que la comunidad sea protagonista

de dicho cambio. Parte y tiene que ver con las necesidades, aspiraciones, problemas o temas de interés para la comunidad.

Se trata de procesos a mediano y largo plazo, de tipo global y centrado en una comunidad concreta, entendida ésta como el conjunto formado por los siguientes elementos y sus interrelaciones: territorio, población, recursos y demandas, dinámica de relaciones de poder (asimetrías).

En todo proceso comunitario se deben tener en cuenta los siguientes aspectos:

- **Conocimiento y comprensión de la realidad:** A través de estudios cuantitativos y de la utilización de técnicas cualitativas (entrevistas, historia de vida, recorridos barriales, grupos focales, talleres, recopilación de relatos, categorizaciones, etc.)
- **Perspectiva global:** Lo que nos permite construir un pasaje del diagnóstico de salud al diagnóstico comunitario; transformar las prioridades centradas en el equipo en prioridades compartidas; abordar los programas sanitarios desde una perspectiva interdisciplinaria; superar el protagonismo del profesional de la salud habilitando el protagonismo de la población.
- **Información:** Sin información no hay participación. La información es pública y un derecho ciudadano. La información desde el ámbito de salud, educación, seguridad, etc. Todos los conocimientos deben ser compartidos para poder saber desde donde partimos y hacia donde vamos. Se debe dar la misma información a todos los implicados, instituciones, técnicos y población, pero con lenguajes adaptados.
- **Coordinación:** Sin coordinación no hay intervención comunitaria. Cada actor social decide su nivel y posibilidades de implicación; integrándose a lo que ya se viene haciendo desde otros ámbitos (públicos, privados, organizaciones no gubernamentales, etc.) evitando de esta manera superposiciones y por lo tanto, un debilitamiento tanto de las estrategias como de los recursos. Para garantizar la continuidad, la implicación es del recurso o institución no de las personas. La

coordinación del personal técnico debe contar con el apoyo de la Institución a la que pertenece.

· **Participación ciudadana, como proceso y como cesión de poder:** El posicionarnos como ciudadanos, con derechos y deberes, es lo que permite la posibilidad de pasar de ser un «consumidor» de prestaciones a un ciudadano agente de su propio desarrollo, del ciudadano individual una población organizada. Esto implica un primer movimiento al interno de los equipos de salud. ¿Defendemos nuestros derechos como trabajadores? ¿Somos capaces de pasar de la queja a la acción?

El proceso comunitario es complejo y difícil, aparecen obstáculos técnicos y metodológicos relacionados con una escasa formación en esta temática por parte de muchos trabajadores del ámbito de salud, y con el que se pretende poner en marcha acciones que van a contracorriente del modelo imperante.

Las dificultades encontradas en cada una de las etapas se pueden ir solucionando a partir del trabajo y colaboración de todas las personas implicadas en el proceso y la convicción de estar desarrollando un trabajo serio y con rigor.

De esta manera se entiende que aquello que es obstáculo o conflicto muchas veces es la oportunidad de repensar acciones y de nuevos posicionamientos que permiten avanzar hacia intervenciones más efectivas.

Intervención

La psicología, y en general otras disciplinas, buscan solucionar problemas u optimizar procesos a partir de una serie de procedimientos llevados a cabo sistemáticamente. Este proceso se puede comprender como 'intervención'. Aunque la noción de "**intervención**" ha sido asociada a formas de construcción relacionales asociadas al modelo experto/destinatario, el término expresa los modelos de estrategias más utilizados en los que la "intervención externa" produce cambios. **Campos de "intervención"**

Proyectos sociales (Desarrollo Social Local, socioeconómico, cultural y psicosocial)

Proyectos de Construcción de Ciudadanía. (Equidad, participación comunitaria, desarrollo de redes sociales y comunitarias)

Proyectos de mejora de la Calidad de Vida (Salud, educación, Habitat, relaciones interpersonales)

Proyectos de Fortalecimiento Cultural (recuperación de Capital Social y Cultural, trabajo sobre procesos de des-colonización y reconocimiento de las identidades socioculturales excluidas)

Los instrumentos más habituales han sido:

- Investigación Acción Participativa (IAP)
- Animación Sociocultural
- Capacitación, fortalecimiento de saberes locales, sistematización de experiencias locales.
- Detección, reconocimiento, creación y movilización de Redes (sociales, comunitarias y familiares)