

Los retos de la comunicación en la apropiación social del conocimiento, en algunas experiencias significativas de innovación social en Medellín

The Challenges of Communication in Social Appropriation of Knowledge, in some Significant Experiences of Social Innovation in Medellín

Resumen

La sociedad del conocimiento y la globalización han hecho surgir nuevas lógicas en los procesos sociales de conocimiento. Una de ellas es la valoración creciente del conocimiento construido colaborativamente dentro de procesos de desarrollo e innovación social. Estos conocimientos se asumen incluso como parte del capital cognitivo y del capital social dentro de los esquemas económicos más recientes.

El tema de la innovación social toma preponderancia en un país como el colombiano, donde las brechas sociales son tan diversas como su población y donde las necesidades de cambio social se han comentado desde los albores del siglo XX. Encontrarle sentido a estas nuevas lógicas puede permitirnos ir más allá de los conceptos clásicos del cambio social para generar otras perspectivas alternativas frente al desarrollo. Pero, ¿cuál es el papel de la Comunicación? ¿Cuáles son los retos de la Comunicación Social en la relación entre conocimiento colectivo, capital cognitivo innovación social?

Este texto busca presentar una reflexión sobre las relaciones profundas entre la comunicación y la apropiación social del conocimiento como

Érika Jaillier C.

Investigadora principal (doctora en Ciencias de la Información y de la Comunicación, Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, Universidad Pontificia Bolivariana, erika.jaillier@upb.edu.co) Orcid: orcid.org/0000-0001-6974-0275

Yesenia Carmona Hoyos

Co-investigadora (especialista en Cooperación Internacional, Programa de Innovación Social, Universidad Pontificia Bolivariana, yesenia.carmona@upb.edu.co)

Laura Suárez Díaz

Pasante de investigación, (comunicadora social – periodista, pasante del Grupo de Investigación en Comunicación Urbana, laura.suarezdi@upb.edu.co)

elemento clave en la consolidación de un capital social de trascendencia, en las experiencias concretas de innovación social del área Metropolitana de Medellín, a partir de la primera fase de investigación del proyecto “Apropiación y fomento de la innovación social en el departamento de Antioquia”, realizado entre la Fundación Universitaria Católica del Norte y la Universidad Pontificia Bolivariana.

Abstract

The Society of Knowledge and the globalization have made arise new logics in the social processes of knowledge. One of them is the increasing value of the collaborative constructed knowledge inside development processes and social innovation. This knowledge is assumed even as a part of the cognitive capital and of Relational Capital on most recent economic schemes.

The topic of the social innovation takes prevalence in a country as Colombia, where the social gaps are so diverse as her population and where the needs of social change have been commented from the whiteness of the 20th century. Finding sense to these new logics can allow us to go beyond the classic concepts of social change to generate other alternative perspectives about development. But, which is the role of Social Communication? Which are the challenges of Social Communication in the relation between collective knowledge, Cognitive Capital and social innovation?

This text seeks to present a reflection on the deep relations between communication and social appropriation of knowledge as a key in the consolidation of a share capital, in concrete experiences of social innovation of the Metropolitan area of Medellin, from the first phase of Research project named “Appropriation And Promotion Of The Social Innovation In The Department Of Antioquia”, realized by Catolica del Norte Foundation and Universidad Pontificia Bolivariana.

Palabras clave

Innovación social, Apropiación social, Gestión del conocimiento, Capital social, Capital relacional y Capital cognitivo.

Key words

Social Innovation, Social Appropriation, Management of Knowledge, Share Capital, Relational Capital and Cognitive Capital.

Introducción

Desde algo más de cinco años, la ciudad de Medellín viene trabajando el tema de la innovación social desde iniciativas como Ruta N (cinco años de funcionamiento durante 2015), el Parque E y Cultura E (que nacen en los primeros años del milenio), el banco de las oportunidades, los Cedezos y programas como Medellín ciudad clúster.

Las universidades y la empresa privada han hecho otro tanto por medio de centros, unidades, departamentos, observatorios y laboratorios de innovación, centros de desarrollo empresarial y programas de formación para el emprendimiento social. En estos años, las experiencias de innovación han

cochado visibilidad y valoración nacional e internacional, lo que generó que en 2013 Medellín fuera considerada “ciudad innovadora”. Pero, ¿cuál es el rol de los procesos de comunicación? ¿Cuáles son los retos de la comunicación social en la relación entre conocimiento colectivo e innovación social para poder hablar de un posible capital cognitivo en esos aprendizajes sociales?

El proyecto piloto *Apropiación y fomento de la innovación social en el departamento de Antioquia*, formulado entre la Fundación Universitaria Católica del Norte y la Universidad Pontificia Bolivariana, busca identificar las innovaciones sociales en el departamento de Antioquia, con el fin de generar oportunidades que permitan visibilizar, desarrollar, evaluar, fortalecer y escalar dichas innovaciones para que impacten positivamente en las comunidades donde son aplicadas. En su primera fase, el trabajo se concentró en la conceptualización y selección de experiencias de innovación que pudieran considerarse como significativas y relevantes desde el punto de vista de impactos generados a corto plazo. Pero parte de la valoración se relaciona con el nivel de apropiación logrado por las comunidades frente al tema mismo de la innovación social, por lo que cobra interés el asunto de la comunicación dentro del proceso de gestión del conocimiento.

Para establecer el nivel de apropiación social frente al tema, se diseñaron unos talleres con comunidades en los que participaron estudiantes de ambas instituciones proponentes. Pero además, se efectuó un estado del arte sobre el tema en la ciudad, que sirve de base en esta ocasión para este texto.

En tal sentido, el texto comienza con una breve conceptualización de términos y la presentación de algunas de las experiencias significativas revisadas inicialmente. Luego, se dará paso al análisis desde la relación entre los conceptos planteados y, finalmente, se esbozarán unas conclusiones parciales sobre este tema. Se aclara que estas conclusiones se definen como parciales, en tanto el proceso investigativo en sus diversas fases, aún no ha finalizado.

Contenido

Como se mencionó en la introducción, esta investigación tiene como finalidad hacer un mapeo de iniciativas de innovación social en la ciudad de Medellín y su área metropolitana, pero además, avanzar con la identificación del nivel de apropiación del concepto mismo de innovación social entre las comunidades. Poder clasificar el estado de innovación de estas mismas comunidades, permitirá más adelante, la consolidación de estrategias de medición del impacto.

Como en cualquier proceso de investigación es necesario establecer la situación actual de los conceptos claves. Se busca pues establecer cómo se viene trabajando el tema de la innovación social, su evolución como concepto y su relación con otros conceptos como apropiación social y gestión del conocimiento.

La idea de Innovación social nace como una oportunidad que se instala en las comunidades, donde los entramados comunicacionales se hacen fuertes a la luz de problemáticas latentes, y a partir de una red de construcción simbólica se gestan focos de desarrollo y crecimiento.

Martin Hopenhayn, director de la División de Desarrollo Social de CEPAL, resalta respecto de la Innovación Social los siguientes aspectos:

- Valora la riqueza de un proceso colectivo.
- Genera enriquecimiento de las relaciones interpersonales.
- Genera cohesión de grupo.
- Permite la superación de fatalismos respecto de una realidad circundante.
- Reúne la creatividad y la transformación para mejorar la calidad de vida de una comunidad un grupo y hasta un individuo.
- Implica a individuos, sistemas de gobiernos, comunidades, ONG, organizaciones privadas y no empresariales entre otras (Hopenhayn, 2010).

La innovación como proceso no debe ser confundida con la invención de una nueva herramienta u objeto. Van ligados, en la medida que la innovación “es el resultado de un largo proceso histórico, de un cúmulo de intentos fallidos y pequeñas mejoras, que en un momento específico, cambian el signo de la tendencia, la dirección de un proceso, la calidad de un producto o la técnica de un procedimiento” (Rodríguez Herrera & Alvarado Ugalde, 2008). En este orden de ideas, la innovación precede a la invención y finaliza con la inmersión en una cultura para realizar un cambio específico, sostenible en el tiempo y de alto impacto y aplicabilidad.

El concepto de innovación social para algunos autores, genera unas condiciones (Astorga, 2004, citado en Vernis, 2009, p. 18) para su caracterización:

- Social: beneficia a un grupo significativo de personas, contribuye a la reducción de la pobreza o a una mejor calidad de vida de los grupos en riesgo social reivindicando sus derechos.
- Genuina: emerge de los propios interesados y sus entidades de apoyo, es un proceso verificable.
- Original: no se trata de una experiencia repetida, pero no es necesario que sea un invento.

- Vigente: debe ser reciente y actual.
- Consolidada: ha superado una fase de experimentación.
- Expansiva: podría ser reproducida en otro lugar a mayor escala o ambos.
- Transformadora: impacto en relación con variables de desarrollo social, como costos, cobertura, ingreso, empleo, participación, rendimiento, cultura, calidad de vida, gestión y creación de oportunidades.

En la última década, han surgido además nuevas lecturas del concepto de innovación desde lo social. La innovación social para autores como Manzini se refiere a nuevas ideas que resuelven oportunidades sociales y culturales. Es una acción transformadora concreta, generalmente de carácter colectivo, que ofrece una respuesta a un problema social determinado, mediante procesos, técnicas y formas de organizar la acción de una comunidad (Manzini, 2006; Echavarría, 2008).

La innovación social está impulsada por los cambios en el comportamiento, más que por la tecnología o el mercado y se desprende de iniciativas locales, comunitarias, del ser social, que están dispuestos a participar en la construcción social a partir de la conciencia de una necesidad que no se está cubierta (Echavarría, 2008; Rodríguez & Alvarado, 2008).

En el año 2013, la Universidad Pontificia Bolivariana solicitó a la empresa INNCOM –Innovación y Competitividad, un informe sobre el estado del concepto de innovación social en el mundo. El informe sirve en este caso como un referente para la construcción de este estado del arte en un primer acercamiento al concepto.

Menciona el informe:

El término innovar proviene del latín innovare, que significa cambiar o alterar las cosas introduciendo novedades. El concepto económico del término de innovación tiene sus orígenes en la obra del economista Joseph Schumpeter “Theory of Economic Development” de 1911, en donde el autor caracteriza el desarrollo económico como resultado del espíritu emprendedor de los empresarios. De esta obra se origina un proceso dinámico en el cual las nuevas tecnologías sustituyen a las antiguas, originando grandes cambios en la producción. Schumpeter introdujo en su propuesta el término innovación como causa del desarrollo y el empresario innovador como propiciador de los procesos de innovación.

Durante el siglo XX se originaron otros conceptos que fueron definiendo el término de innovación y otros títulos relacionados. Freeman C. (1982), un intelectual en la innovación, definió lo siguiente: “La innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar

un producto, un proceso o un sistema. Innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso, o sistema mejorado". (INNCOM –Innovación y competitividad, 2013).

El mismo informe retoma las definiciones y variaciones del concepto del Manual de Oslo en sus diferentes ediciones, explicando que "se fue ampliando el término en las sucesivas versiones para incluir otros aspectos como la innovación en mercadotecnia y la innovación organizativa, dejando a un lado aspectos como la "innovación social" por solo considerar únicamente valores económicos y empresariales". Luego de presentar un corto análisis sobre diferentes definiciones, Inncom (2013), decide definir entonces la innovación social así:

Una solución para resolver una problemática social que es más efectiva que las soluciones actuales y es impulsada por actores sociales o los mismos beneficiarios para mejorar la calidad de vida de las comunidades que más lo necesitan, la cual puede surgir de nuevas ideas o soluciones existentes implementadas en otras regiones.

Una vez aclarado el término, cabe plantearse su relación con los procesos de apropiación social y gestión del conocimiento que hemos venido mencionando.

El concepto de Apropiación Social es una construcción que data del siglo XX. Etimológicamente proviene del latín *appropriare*, que es la acción de convertir algo en propiedad, de hacer que algo se vuelva propio, suyo. En sí, la noción de origen se compone de dos lógicas: la de apropiarse de algo desde la perspectiva de darle un uso, una utilidad, y la lógica de volverlo propio, individualizarlo o personalizarlo. Se puede "apropiar" un objeto, una práctica social, una tecnología, un modo de hacer las cosas, un modo de pensarlas. Dicho de otro modo, una persona se apropia de un objeto o idea y, al personalizarla o convertirla en suya, adquiere además unas competencias que le permiten aplicarla.

"La apropiación es un proceso a la vez individual y a la vez social. (...) Su pertinencia científica y social describe el proceso de interiorización progresiva de competencias técnicas y cognitivas entre los individuos y los grupos que manejan cotidianamente estas tecnologías" (Proulx, 2005).

Los primeros en utilizar el concepto en procesos sociales, de aprendizaje o de conocimiento fueron Jean Piaget y Lev Vygotski desde la postura cognitiva y social-constructivista del conocimiento. Se analizó desde la teoría de la actividad y desde el desarrollo cognitivo como construcción al mismo tiempo social e individual.

En sociología, se comprende como la asimilación de conceptos, objetos, ideas o procesos. La connotación no es solo de propiedad en el sentido de gobierno o ejercicio del poder, sino de propiedad en el sentido de estabilidad de generación de significado o de valoración del objeto en relación con otros, desde tres aspectos:

- Los criterios de formación recibidos en el grupo (que permiten individualizar los discursos y los objetos, no por el objeto en sí mismo, sino por las reglas de formación o estructuras sociales del objeto).
- Los criterios de transformación o de umbral (si se pueden definir las condiciones en que se ha generado ese objeto o discurso por sus conceptos, explicaciones, opciones teóricas o prácticas de clasificación social) y si se puede definir de qué umbral de transformación se generan nuevas reglas frente al objeto o discurso.
- Los criterios de correlación, es decir, si es autónomo o hace parte de un conjunto de objetos o discursos que lo sitúan dentro de otros o en relación con otros, según un contexto determinado.

Roger Chartier, retomando los trabajos de Michel Foucault, Paul Ricoeur y Michel de Certeau, le da a la noción de apropiación una fuerza clave en relación con la historia social y cultural. Chartier hace notar que la cuestión de la apropiación nace históricamente con el concepto de “autor”, entendiendo la función – autor como relativa a los derechos sobre algo. Este nacimiento sería entre los siglos XVII y XVIII para la literatura y desde el siglo XV para las artes plásticas (Chartier, 1996).

Entran en juego dos nociones que serán claves para este tema: uso y práctica. Josianne Jouët plantea una primera diferencia: “el uso es más restrictivo y reenvía a la simple utilización elaborada, mientras que la práctica es una noción más profunda que recubre no solo el empleo de los objetos y las técnicas, sino los comportamientos, las actitudes, las representaciones de los individuos que se relacionan directa o indirectamente con el útil en cuestión” (193b, p. 371).

Jouët retoma unos principios que ya había planteado De Certeau sobre el uso y la práctica: para él, los usos sociales implicaban ya una utilización mediada individual y socialmente frente al objeto. El objeto del uso social es un objeto con sentido, con significación, con valor. La práctica es el arte en el uso de ese objeto. Los usos sociales son pues modos de utilización de algo, que conllevan unas habilidades y un *habitus* suficientemente integrado con la cotidianidad como para imponerse en las prácticas culturales preexistentes, reproducirse o eventualmente resistir a otras prácticas específicas ante otras concurrentes o conexas (Lacroix, 1994, p. 147).

Así, los términos de apropiación, uso y práctica se entremezclan necesariamente tanto en las perspectivas educativas como en las sociológicas.

Los procesos de apropiación implican el dominio de un objeto cultural, pero también el reconocimiento de la actividad que condensa ese instrumento y, con ella, los sistemas de motivaciones, el sentido cultural del conjunto. En otros términos, al apropiarnos de un objeto cultural nos apropiamos también del régimen de prácticas específico que conlleva su uso culturalmente organizado. De allí que resulte crucial en los procesos de apropiación, la apropiación de la naturaleza y el sentido de la actividad que encarna el objeto. (Crovi Druetta, 1993).

A lo anterior es preciso agregar que:

La aceptación de una nueva práctica social no se da por acumulación de prácticas individuales o grupales, sino por el cambio de significación que estas tienen dentro de los actores sociales que participan del cambio. Sin embargo, la generalización de las prácticas sociales sí logra impactar la mentalidad colectiva y generar cambios de significación en ciertos momentos históricos. Las teorías de la influencia social de las relaciones interpersonales y de los pequeños grupos demuestran la injerencia de la unas en las otras (Mugny, Quiamzade & Tafani, 2001).

Así pues, debe asumirse como concepto de apropiación social la construcción sociocultural fruto del proceso de comprensión e intervención en las relaciones sociales de objetos innovadores desde la lógica sociotécnica más amplia, construida a partir de la participación activa de los diversos grupos sociales que generan conocimiento desde su quehacer cotidiano, sea profesional o sea como ser humano concreto. La apropiación social es clave para la gestión del conocimiento y para la innovación social. Por esto, cada vez más se asocia con procesos de desarrollo individual y social, y por tanto con procesos de consolidación de lo que se ha llamado "capital cognitivo". Este último término, se utiliza para generar diferencias frente a concepto de capital intelectual entre autores que buscan la relevancia de la construcción colectiva de conocimiento, y se refiere principalmente a la práctica de valoración social y económica del conocimiento apropiado (aprehendido) colectivamente, que junto con los conceptos de capitalismo relacional y capitalismo afectivo, se considera base para nuevas concepciones del capitalismo frente a bienes inmateriales y de desarrollo humano.

Retomando los conceptos claves, debemos enfocarnos ahora en el concepto de gestión. ¿Qué implica hablar de gestión? Según Ortiz Cantú y Pedroza Zapata (2006), la gestión nace del verbo francés *Gérer*, pero aclaran: "Significa una forma más audaz y heterodoxa de administrar, lo cual no

cabe en el idioma inglés, donde sí existen los conceptos de “administration” (administración), “management” (gestión), “leadership” (liderazgo), o “direction” (dirección), con denotados distintos, acercándose el de gestión al de “management” (p.64).

Explican que la traducción al español significaría entonces “hacer diligencias para conseguir una cosa”, por lo que

La gestión podría verse orientada a la acción en redes de participantes donde éstos requieren, en medio de condiciones heterodoxas, ser estimulados para la creatividad conjunta, tal vez con medidas que podrían agredir (como lo señalaba Ospina antes) los cánones propios de la administración superando ciertos paradigmas de la acción. Esos paradigmas seguidos inercialmente de acuerdo con lo consuetudinario, que suele ser inconscientemente respetado, es lo que la gestión tiende a romper, ya que “La gestión implica la capacidad de operar sobre dimensiones clave de distintos sistemas y procesos, modificando sus estados y sus rumbos” (Albomaz & Fernández, 1997, citados en Ortiz Cantú & Pedroza Zapata, 2006 p. 1180).

“La gestión del conocimiento es un proceso lógico, organizado y sistemático para producir, transferir y aplicar en situaciones concretas una combinación armónica de saberes, experiencias, valores, información contextual y apreciaciones expertas que proporcionan un marco para su evaluación e incorporación de nuevas experiencias e información”. (Davenport & Prusak, 2001, citado por Nagles G., Nofal, 2007).

En la gestión del conocimiento, Kim (1993, citado en Nagles, 2007) hace la diferencia entre el aprendizaje “conceptual” y el “operacional”. Este último se refiere al conocimiento del cómo de los cambios y el primero al porqué de los mismos. Ambas nociones son necesarias para lograr la gestión de la innovación en cuanto permiten la consolidación de un conocimiento nuevo o un procedimiento nuevo. “La gestión del conocimiento como fuente de innovación comprende cuatro elementos esenciales: producción de nuevo conocimiento, organización del conocimiento disponible, adaptación del conocimiento nuevo y disponible y, finalmente, innovación (...)” (Nagles, 2007). La gestión del conocimiento es parte de la gestión de la Innovación y al mismo tiempo, es fuente de procesos de innovación, como lo explica más adelante este mismo autor:

En este sentido, la gestión del conocimiento actúa como fuente generadora de acciones y actividades innovadoras en la organización, lo que posibilita la generación de acciones y decisiones orientadas al logro de la sostenibilidad, mediante la utilización, en forma efectiva y productiva, de sus conocimientos, experiencias, capacidades y recursos. Por tanto, la gestión del conocimiento

se constituye en una fuente permanente de innovación para la organización. Sin embargo, para que la innovación sea una fuente de ventajas competitivas sostenibles, es necesario desarrollar la capacidad para innovar en forma sistemática y de manera permanente; esto implica que “las organizaciones innovadoras han desarrollado, retenido y reproducido la innovación y rutinas de creación de conocimiento que dependen de procesos de aprendizaje y rutinas específicas que es difícil imitar y se constituyen en fuentes de ventaja estratégica”. (Lewin & Massini, 2004, citados en Nagles, 2007, p. 210)

El conocimiento pues adquiere valor en su uso social, en la posibilidad de generar rentabilidad social (no únicamente en sentido económico, sino en cuanto a beneficios públicos y colectivos). Esta rentabilidad social permite que se pueda hablar de un “capitalismo cognitivo”, en una relación de capitales que genera valor agregado a los procesos de producción económica, pero que cada vez conecta más con las lógicas de gestión social dentro del marco de una sociedad del conocimiento.

Cabe aclarar frente al capital cognitivo que a veces se le relaciona con el capital intelectual, pero el capital cognitivo se refiere no al manejo de la información, sino a la capacidad de aplicación de los aprendizajes en las organizaciones sociales humanas, a los despliegues de subjetividad que permiten al mismo tiempo el desarrollo de la individualidad, la creatividad y la capacidad de aprendizaje (tanto de actividades cualificadas y profesionales como de actividades no cualificadas, fruto de la experiencia permanente o continua en un mismo tipo de actividad social). El capital cognitivo aprovecha el capital humano y el capital intelectual en términos colaborativos, cooperativos, de producción de nuevo conocimiento a partir de las sinergias entre diversas capacidades o disciplinas puestas en juego.

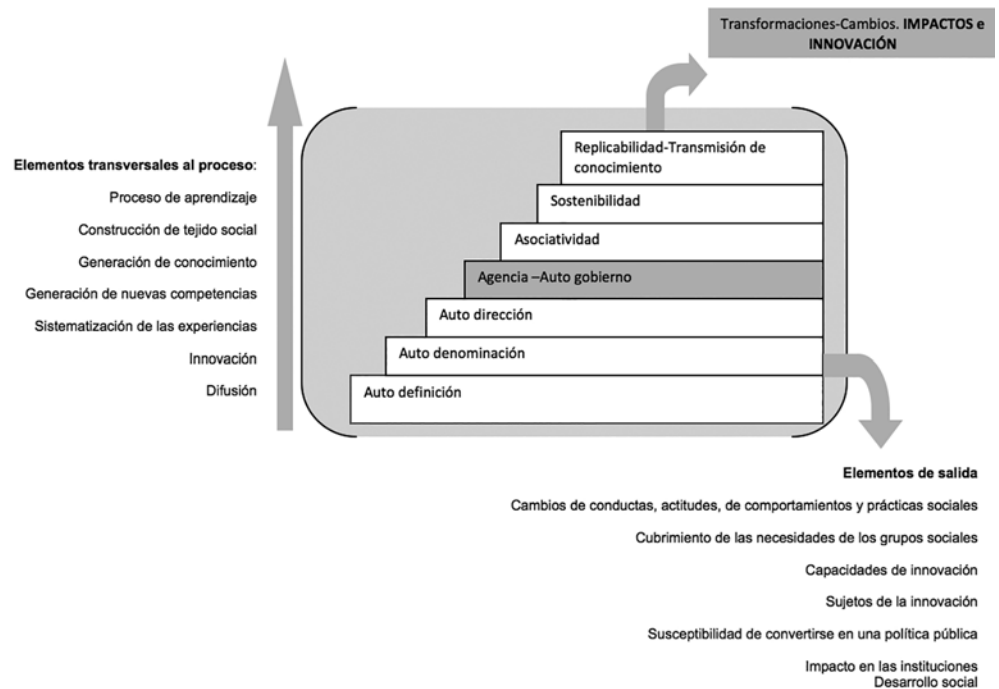
Experiencias significativas y discusión de resultados

La ciudad de Medellín presenta una serie de experiencias que según el gobierno local generan unas condiciones de mejoramiento en la calidad de vida de la ciudadanía y por tanto se consideran innovadoras socialmente. De acuerdo con fuentes de organismos públicos, las obras bandera de innovación social corresponden a proyectos relacionados con infraestructura urbana tales como el cinturón verde para la ciudad, los planes parciales de renovación urbana, el parque vial del río Medellín, las Unidades de Vida Articulada (UVA), las soluciones de movilidad (tranvía de Ayacucho, los cables de La Sierra y El Pinal, el metroplús de la Avenida Oriental y puentes como el de la Madre Laura en las zonas de Castilla y Aranjuez).

Sin embargo, desde visiones más cercanas a las definiciones de innovación social que se vienen presentando en este mismo texto, las anteriores no son realmente procesos de innovación social, sino proyectos de innovación material con impactos sociales. Más bien se tendrían que resaltar experiencias como la del proyecto Medellín Solidaria (iniciativa de la Alcaldía de Medellín, Familias en Acción y el programa Juntos de la Agencia Presidencial para la Acción Social y la Cooperación Internacional, ejecutado por Comfama), el proyecto Fénix (realizado entre FUPAD- USAID, Cámara de Comercio, Sena, Actuar Famiempresas, entre otros socios), la Asociación Conexión Mujeres con Futuro - Manos de mujeres construyendo futuro y paz (de la Asociación conexión Mujeres con Futuro, iniciativa privada que trabaja con procesos de inclusión social y productividad para mujeres cabeza de hogar en situación de desplazamiento), las eco-huertas de la comuna 8 (con apoyo de la Universidad Nacional), la corporación Sonbatá (comuna 13), Nutriamor, la Fundación Un Litro de Luz, Ciudad Comuna (en Villa Hermosa), la corporación Pasolini “arte y cultura para des-armar mentes (en la comuna 9), o SiClas (colectivo de amantes de la bicicleta), entre otras.

Estas experiencias, si bien en su totalidad no se asumen como parte de la muestra del proyecto en desarrollo, sí plantean claramente condiciones para ser clasificadas como innovaciones sociales, no solo porque cumplen con los criterios de nacer de una iniciativa social, genuina, original, vigente, transformadora, sino que resuelven problemas sociales mediante una organización de la acción común, y se convierten en oportunidades de cambio social y cultural. De las experiencias propias del proyecto, entran en revisión la iniciativa de innovación social para la planta de procesamiento de minerales cero mercurio, el proceso de apropiación de innovación técnica, social y ambiental en la agremiación Figuera, el proyecto Train – in, el proyecto de Producción Apícola, el proyecto de Buenas Prácticas en producción agropecuaria, Telemedicina al servicio de la vida materna, Aprender Jugando. En ellas, el aprendizaje obtenido se ha consolidado por procesos internos de gestión social y gestión del conocimiento social, además de tener origen en necesidades de la población y toman forma en el trabajo asociado entre la institución y las comunidades sociales implicadas.

En las experiencias elegidas para esta investigación las universidades participantes han actuado o intervenido directamente y trabajan procesos de innovación social e innovación tecnológica de diversas índoles. Pero, ¿cómo se entrelaza en ellas la comunicación como acción concreta? En principio, se asume como modelo de evolución o desarrollo organizacional y de innovación social para los grupos, el planteado por Margarita Cruz Amaya (2012):



Tomado de: Cruz, M. 2012.

La comunicación es el elemento necesario no solo para la autodefinición de las organizaciones comunitarias, sino para los procesos de autogestión, asociatividad y replicabilidad de las experiencias de conocimiento social aprehendidas en el proceso de la innovación.

La gestión social y económica, la postura política, los medios de trabajo y los recursos naturales son de propiedad comunal y/o colectiva; en la producción y distribución comunitaria priman los principios de reciprocidad, redistribución y complementariedad, promoviendo la conservación y desarrollo de sus propias formas de convivencia y organización social, favoreciendo la realización de acciones colectivas gracias a la presencia y el desarrollo de convenciones y normas de comportamientos, códigos compartidos de inclusión y confianza recíproca (Chiroque & Mutuberry, 2009).

Desde lo anterior, en la auto organización el sujeto trascendental y principal es la comunidad, integrada a partir del trabajo colectivo y de la propiedad comunitaria, desde sus propios recursos como capital. (Cruz, 2012).

Tal como lo plantea la autora más adelante, habrá en la cultura organizativa de las comunidades y colectivos unos elementos tangibles y unos intangibles

mediados por procesos de interacción social y por tanto, de comunicación en sentido amplio:

Los modos de organización para la optimización de recursos, la jerarquización y distribución de roles de los miembros o participantes de la iniciativa de innovación, las acciones comportamentales y patrones de conducta favorables a la organización y la innovación y las condiciones relacionales (vínculos, relación de los actores sociales, generación de redes de acción y de intercambio de conocimiento e información, el clima social y las redes de cooperación intersectoriales e interinstitucionales), los esfuerzos por relacionarse con entidades públicas, y su capacidad de gobernanza interna como grupo o colectivo y como organización, solo pueden asegurarse a través de procesos de comunicación claramente establecidos. Quizás aún el tema de la comunicación estratégica solo funcione en los momentos de autodeterminación y de difusión de productos e impactos, pero la formalización de procesos comunicacionales internos ya está presente en varias de estas iniciativas revisadas.

Conclusiones

Como se enunció en la introducción, no es posible llegar a conclusiones definitivas, dado que muchas de estas experiencias son apenas una preselección dentro de la población de análisis que se está trabajando durante el proceso investigativo. Sin embargo, vale la pena enumerar algunos puntos clave que habrá de servir más adelante como argumentos para las conclusiones definitivas:

1. Dentro de las iniciativas de innovación social revisadas los niveles de desarrollo internos varían. No todas las iniciativas pueden leerse desde esta escala de alistamiento presentada por Cruz Amaya en forma lineal. Muchas de ellas presentan procesos paralelos entre un nivel y otro de alistamiento organizacional. Sin embargo, las herramientas y estrategias comunicacionales sí pueden plantearse como presentes en ellas. En algunos casos de modo más informal que formal.
2. Los procesos de aprendizaje social, por lo menos hasta lo percibido en la gran mayoría de las experiencias, no se han sistematizado como parte del proceso de consolidación organizacional.
3. En algunas iniciativas, la gente tenía experiencias previas de trabajo con la movilización de la comunidad (por ejemplo, a través de grupos religiosos o grupos culturales) y de sensibilización al desarrollo. En otros, las capacidades con respecto a la participación y acción social tuvieron que ser construidas durante el proceso (aprendizaje colectivo que podrá luego aprovecharse como competencias endógenas desarrolladas, y por tanto, como capital cognitivo).

4. La participación de la población local en un proyecto no es tarea fácil, algunas iniciativas puedan encontrarse con barreras que son externas a ellas misma, (grupos al margen de la ley, guerrillas, gobiernos locales o barriales) o barreras internas encontradas en sus propios conflictos reflejados en la falta de confianza y el desencuentro en la toma de decisiones. En este caso, podría comprenderse como reto para la comunicación poder aportar en estrategias de mejoramiento del clima interno de trabajo dentro de los grupos.
En el caso de las experiencias reseñadas, esta observación aún no puede constatarse de forma empírica, por lo que tendría que entrar en revisión en la fase de trabajo directo con las comunidades a partir de talleres diseñados por el proyecto.
5. La evidencia muestra que el capital cognitivo puede ser inducido (construido) a través del proceso propio de aprendizaje de la comunidad e identifica tres escenarios en términos de incentivos y sostenibilidad: aumento de la confianza en sí mismos y en los otros, capacidad de generación de rendimientos gracias a los procesos de organización y a las dinámicas de innovación social obtenidas y aprendidas, autogrecimiento y sentimientos de realización personal en el caso de ver su experiencia como reconocida por otros o como posible de replicar en situaciones afines.
6. El capital social cognitivo a nivel de enlace está altamente relacionado con el funcionamiento de los grupos. Sin embargo, esto no es una regla absoluta, ya otros dos factores también juegan funciones en los pueblos: en primer lugar, la cohesión social y cultural de los miembros de los grupos prevé mejores resultados para la asociación, y en segundo lugar, la existencia o no de incentivos externos coadyuva a la consolidación del grupo y a fortalecer la sostenibilidad a mediano y largo plazo de las iniciativas de innovación. El apoyo de entidades como ANSPE, el PNUD o los presupuestos locales para la innovación pueden contribuir a esto. Pero la no obtención de rendimiento frente al entorno, puede enturbiar los procesos de transmisión de las experiencias por falta de reconocimiento externo.

Las intuiciones hasta aquí presentadas, se reitera, son retos de análisis para la siguiente fase de la investigación en proceso, por lo que solo pueden entenderse como líneas de reflexión que serán validadas en la praxis posterior.

Referencias

- Chartier, R. (1996). *El mundo como representación. Historia cultural: entre práctica y representación*. Barcelona, Gedisa.
- Crovi Druetta, D. (1993) Dimensión social del acceso, uso y apropiación de las TIC, Universidad de Lima, *Contratexto Digital*. Año 5, N° 6 Recuperado de: <http://www.fba.unlp.edu.ar/tic/archivos/M12.pdf>

- Cruz Amaya, M. (2012). *Auto Organización Comunitaria para la Innovación Social y el Desarrollo Local Caso: Comuna 13, ciudad de Medellín*. Tesis para la Maestría en Desarrollo, Escuela de Ciencias Sociales, Universidad Pontificia Bolivariana, Medellín, Colombia.
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien*. Paris: UGE.
- Echevarría, J. (2008). *Manual de Oslo y la innovación social*. Madrid: Arbor Ciencia, Pensamiento y Cultura.
- Hopenhayn, M. (2010). Innovación en los sectores sociales. Recuperado de <http://www.eclac.cl/noticias/paginas/9/20509/hopenhayn.pdf> (consultado el 18 de febrero de 2010)
- Jiménez Saez, F. (2005). Conceptos de Innovación. Universidad de Valencia.
- Jouët, J. (1993a.) Pratiques de communication et figures de la médiation, *Réseaux*, 60, 99-120.
- Jouët, J. (1993b.) *Usages et pratiques des nouveaux outils de communication, dans Dictionnaire critique de la communication, sous la direction de L. Sfez*. Paris : PUF.
- Lacroix, J. (1994). Entrez dans l'univers merveilleux de Vidéoway, dans *De la télématique aux autoroutes électroniques. Le grand projet reconduit*, sous la direction de J.-G. Lacroix et G. Tremblay, Sainte-Foy: Presses de l'Université du Québec, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble, 137-162.
- Manzini, E. (2005). *Distributed systems. Promising models for a sustainable developed*. Milán: Politécnico de Milano.
- Manzini, E. (2005). *Enabling solutions, social innovation, creative communities and strategic desing*. Milán: Politécnico de Milano.
- Manzini, E. (2006). *Creative communités. Collaborative networks and distributed economies. Promising signales for a sustainnable development*. Milán: Politécnico de Milano.
- Manzini, E. (2006). *Desing, ethics and sustainability. Guidelines for a transitions place*. Milán: Politécnico de Milano.
- Manzini, E. (2007). *Systems capable of evolving. Flexibility in the era networks and sustainability*. Milán: Politécnico de Milano.
- Manzini, E. (2007). *Desingning networks and metadesing*. Milán: Politécnico de Milano.
- Nagles, N. (2007) La gestión del conocimiento como fuente de innovación. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (61), pp. 77-87.
- Proulx, S. (2005) Penser les usages des TIC aujourd'hui : enjeux, modèles, tendances. In Lise Vieira et Nathalie Pinède, édés, *Enjeux et usages des TIC: aspects sociaux et culturels*, t. 1, Presses universitaires de Bordeaux, Bordeaux, p. 7-20.
- Proulx, S. (1983). Une lecture de l'oeuvre de Michel de Certeau: l'invention du quotidien, Usages des NTIC: les approches de la diffusion, de l'innovation et de l'a... http://composite.org/v1/98.1/articles/ntic_1.htm of 19 2008-05-28 15:15 paradigme de l'activité des usagers, *Communication*, 15 (2), pp.171-197.
- Rodríguez, A., y Alvarado, H. (2008). *Claves de la innovación social en América Latina y el Caribe*. Santiago de Chile: CEPAL.
- Vernis, A. (2009). Innovación social local a través del mercado en las organizaciones de la Sociedad Civil en Iberoamérica. *Revista Española del Tercer Sector*, (13). Recuperado de file: C:/Users/000002465/Downloads/Dialnet-InnovacionSocialLocalATravesDelMercadoEnLasOrganiz-3102646.pdf

Referencias complementarias

- ASBL – FTU. (2013). Qu'est-ce que l'innovation sociale? Note d'éducation permanente de l'ASBL Fondation Travail-Université (FTU) N° 2013-10, septembre 2013. Recuperado de www.ftu.be/ep.
- Cloutier, J. (2003). *Qu'est-ce que l'innovation sociale? Collection Études Théoriques, ET0314*. Quebec: Centre de Recherche sur les Innovations Sociales – CRISES.
- European Commission. (2013). Guide to Social Innovation. Recuperado de http://ec.europa.eu/regional_policy/newsroom/detail.cfm?id=597
- Fainholc, B. (2008). *De cómo las tics podrían colaborar en la innovación socio-tecnológico-educativa en la formación superior y universitaria presencial*. Buenos Aires: Editorial.
- Ferras, X. (2010) *Innovación 6.0. El fin de la estrategia*. Barcelona, Plataforma Editorial.
- Howaldt, J., y Schawarz. (2010). *Social innovation. Concepts, research fields and international trends*. Dortmund: International Monitoring.
- Jessop, B. (1999). *Crisis del Estado de bienestar*. Santafé de Bogotá: Siglo del Hombre Editores.
- Howaldt, J., Butzin, A., Domanski, D., & Kaletka, C. (2014). *Theoretical Approaches to Social Innovation - A Critical Literature Review. A deliverable of the project: 'Social Innovation: Driving Force of Social Change' (SI-DRIVE)*. Dortmund: Sozialforschungsstelle.
- Mulgan, G. (2009). *Design in public and social innovation. What works and what could work better*. Oxford: Oxford University Press.
- Murray, R., Caulier-Grices, J., y Mulgan, G. (2010). *The open book of social innovation*. Londres: The Young Foundation and the Lab Nesta.
- Preskill, H., y Beer, T. (2012). *Evaluating social innovation*. Washington: Center for Evaluation Innovation, FSG.