

una **propuesta** para el
desarrollo de los **pueblos**
basada en el **conocimiento**



EDITA :**PROYECTO IBERCOTEC**

Asociación de Universidades Populares de Extremadura (ESPAÑA)

Centro para la Participación y el Desarrollo Humano Sostenible (BOLIVIA)

Asociación de Desarrollo Social de Nicaragua (NICARAGUA)

Factor Solidaridad (URUGUAY)

FINANCIA:

AEXCID (Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo)

Junta de Extremadura

COLABORA:

Consortio IDENTIC.

Emprendedores.

MAQUETACIÓN:

Luisor - Javier Gragera

AGRADECIMIENTOS:

Esta publicación no habría sido posible sin las aportaciones, conocimientos y experiencias de usuarios y personal técnico del Proyecto Ibercotec, que han enriquecido esta publicación y que en lo sucesivo servirá para hacer más fácil el desarrollo de los pueblos, las organizaciones y la mejora de la calidad de vida de las personas.



Reconocimiento - NoComercial (by-nc): Se permite la generación de obras derivadas siempre que no se haga un uso comercial.

Tampoco se puede utilizar la obra original con finalidades comerciales.



iOercotec

Red Iberoamerica para la Cooperación Tecnológica

**UNA PROPUESTA PARA EL
DESARROLLO DE LOS PUEBLOS
BASADA EN EL CONOCIMIENTO**

Guía de fácil comprensión

Índice

INTRODUCCIÓN

El marco estratégico de Ibercotec.	11
CAPÍTULO I. Creando las nuevas organizaciones del futuro a partir de organizaciones diferentes de países diferentes.	17
1.1 Introducción.	17
1.2. Una nueva forma de ver la organización	18
1.3. Trabajar y hacerse cargo de los estados de ánimo de las personas de la organización.	25
1.4. Desarrollo del dominio lingüístico como herramienta para constituir nuevas realidades y producir acción en el seno de la organización.	26
1.5. Creación de alianzas en torno a la organización para el desarrollo de proyectos. Desarrollo de redes de alianzas.	27
1.6. IBERCOTEC la fuerza de una marca y una narrativa seductora.	28
1.7. Un modelo basado en la coordinación efectiva.	29
1.8. Articular oportunidades para la sociedad civil basadas en las TIC y el conocimiento.	30
1.9 Diseñar prototipos con los que podamos experimentar y mostrar las oportunidades de los productos y servicios relacionados con las TIC y el conocimiento.	31
1.10 IBERCOTEC es una fábrica donde se producen nuevos proyectos fruto de un modelo metodológico propio .	33
1.11 Cultivar el liderazgo y producir nuevos líderes para nuestras comunidades.	35



CAPÍTULO 2. LA EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS ECONÓMICOS.

La propuesta de ibercotec como modelo de desarrollo basado en el conocimiento.	39
2.1 Introducción	39
2.2 Las etapas del crecimiento económico.Walter Whitman Rostow versus Ibercotec.	40
2.3 De las sociedades agrarias a las industriales.	43
2.4 La economía del conocimiento.	46
2.5 La economía de la experiencia.	52
2.6 En busca de un modelo de desarrollo económico y social basado en el conocimiento. La propuesta de IBERCOTEC como modelo de desarrollo.	60

CAPITULO 3. ¿QUÉ ES EL CONOCIMIENTO?

3.1 Introducción.	65
3.2 ¿ Por qué trabajar sobre el conocimiento?	65
3.3 Una cosa es información y otro conocimiento	67
3.4 Sensaciones, datos, información, conocimiento, intencionalidad, sentido y criterio para utilizarlos.	69
3.5 Incentivar que el grupo se haga preguntas y busque respuestas.	72
3.6 Las organizaciones necesitan conocer lo que saben.	76
3.7 Una nueva forma de ver organización.	78
3.8 Las TIC nos ayudan a crear, transferir y acceder al conocimiento.	81
3.9 Cambios en la cultura de trabajo de la organización.	83



CAPÍTULO 4. IBERCOTEC. UN MODELO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS BASADO EN EL CONOCIMIENTO: C4	87
4.1 Introducción.	87
4.2 Las fábricas de la economía del conocimiento son las Factorías del conocimiento (Fc).	88
4.3 Los nuevos bienes de la era del conocimiento son los Productos de conocimiento (Pc).	100
CAPÍTULO 5. IBERCOTEC: UNA PROPUESTA DE ACCIÓN EN EL TERRITORIO PARA EL DESARROLLO DE LAS ORGANIZACIONES Y LA CIUDADANÍA.	135
5.1 Visión general del proyecto desde una perspectiva global.	135
5.2 Concepciones básicas para la puesta en marcha de un grupo de trabajo.	141
5.3 La configuración de una propuesta compartida y consensuada.	147
5.4 La instrumentalización del aprendizaje.	154
5.5 La sistematización.	158
5.6 Los contenidos para la Red, las Organizaciones y la ciudadanía.	162
5.7 El marco tecnológico del proyecto.	170
5.8 Las Redes Sociales en Ibercotec.	171
5.9 Los ejes transversales.	184



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

CAPITULO 6. LA PARTICIPACIÓN Y EL VALOR DE LA PROPUESTA IBERCOTEC.	201
6.1 La participación activa como herramientas para el conocimiento.	201
6.2 La autoformación para el conocimiento.	207
6.3 La coordinación en la creación compartida.	210
6.4 Ibercotec una marca de calidad para el desarrollo de los pueblos.	211
6.4 Vectores de trabajo hacia el futuro	231





Introducción

La metodología de actuación y cooperación basada en el intercambio de experiencias concretas, a través de los cursos de formación on-line y presenciales, transferencia de conocimiento a través del fortalecimiento de la plataforma Web 2.0, la sistematización de experiencias exitosas que permitan contar con un banco de buenas prácticas que puedan ser adaptables y multiplicadas a realidades diferentes. La ejecución de actividades dentro de cada territorio de sensibilización y aprovechamiento de las nuevas tecnologías como instrumento que fortalece la sociedad del conocimiento y la innovación, el intercambio de conocimiento y experiencias entre organizaciones bajo el principio de la cooperación sur-sur, generando instrumentos y metodologías que permitan su sostenibilidad, así como la configuración de una red sólida y estructurada que se retroalimente a través de la elaboración de planes estratégicos compartidos y consensuados que faciliten la multifinanciación, estos son los vectores principales del proyecto Ibercotec.

El fomento de la universalización del conocimiento posibilita, un conocimiento libre, donde cada uno obtiene lo que desea y ofrece lo que sabe. Esto es lo que se refleja en los diferentes exponentes del conocimiento universal: la escritura, la imprenta, la universidad, las bibliotecas, en definitiva la palabra, que en los últimos tiempos rompe barreras con el desarrollo tecnológico y digital.

El conocimiento, en su más amplia definición y en sus más diversas formas, como el Software libre, es un bien cuya universalización permite el desarrollo y el avance de nuestra sociedad en todos sus ámbitos.

En el desarrollo de la sociedad del conocimiento para todas las personas, el resultado lógico es llegar al software libre, y a la aplicación de todas aquellas tecnologías y estándares libres que permiten garantizar el acceso universal, en igualdad de condiciones, de toda la ciudadanía a las tecnologías de la Información y la comunicación, al tiempo que fortalece el crecimiento de un lenguaje elaborado por todas las personas definiendo su propia evolución y adaptándose a las necesidades de toda la humanidad.

Actualmente el Software libre es una realidad consolidada, una solución potente, robusta y segura, por la que es aconsejable apostar a la hora de construir los sistemas de información de cualquier organización. El respaldo que se ha venido dando al uso de este tipo de software por parte de diferentes instituciones, destacando el papel de Extremadura como pionera en la adaptación, apoyo y desarrollo del Software libre en la Administración Pública, lo han sacado del ámbito puramente científico y experimental, poniéndolo al alcance de todos los ciudadanos.

Entre otros aspectos, el software libre favorece y agiliza la innovación, puesto que nunca se parte desde cero en su desarrollo, siempre encontraremos un conocimiento generado en torno al cual, su aprovechamiento para generar un nuevo conocimiento mejorando el existente, favoreciendo por lo tanto, el proceso de innovación. Es en esta realidad, donde podemos encontrar los referentes en todos los aspectos que configuran nuestras sociedades y organizaciones, generando nuevas referencias que parten del proceso constructivo de las aportaciones y las respuestas a diferentes realidades.

La innovación, la imaginación y el emprendimiento han supuesto otros vectores de gran importancia para la sociedad Extremeña, enganchándose así a los retos de las principales sociedades de principios de siglo, como garantía para sostener e incrementar el nivel de vida y posibilitar la redistribución de la riqueza. En las políticas de Empleo de la Junta de Extremadura, se propone el fomento de la capacidad emprendedora apoyando la creación de nuevas iniciativas empresariales. Por ello, a partir del año 2004 se pone en marcha el Plan Estratégico de apoyo a la Sociedad de la Imaginación y el Emprendimiento, en el que la Asociación de Universidades Populares participa en varios proyectos, contando con una gran experiencia en el proyecto “Para el desarrollo de la Capacidad Emprendedora”.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

El emprendedor y las sociedades emprendedoras deben considerarse como un agente dinamizador de primer orden, en tanto que su voluntad de llevar ideas a la práctica, posibilita la creación de empresas con la consiguiente generación de empleo y de riqueza. Se hace necesario un impulso del carácter emprendedor de las entidades de la economía social, para que sean cada día más, un factor de vertebración social y de solidario desarrollo. De manera singular, se favorecerán las capacidades emprendedoras en las actividades relacionadas con los nuevos yacimientos de empleo y sectores o actividades emergentes.

Toda esta experiencia se incorpora de forma activa en el proyecto **IBERCOTEC**, con el fin de posibilitar e incentivar las capacidades emprendedoras, a través de métodos y materiales desarrollados y validados desde los fundamentos de nuestra experiencia.

IBERCOTEC aglutina a organizaciones en el seno de la comunidad Latino Americana que parten de una visión compartida acerca del papel de las Tecnologías de la Información y Comunicación, para la profundización en la democracia, la participación ciudadana, el acceso a la información y el conocimiento.

La red **IBERCOTEC** ha logrado generar y consolidar una red de colaboración para acercar las oportunidades de las Tecnologías y sus posibilidades para el desarrollo social y humano de los países que participan de la iniciativa y por extensión al conjunto de Iberoamérica.

Los trabajos realizados suponen un salto cualitativo en la remoción de obstáculos en aras del acercamiento a los códigos de comunicación y el conocimiento como herramientas de progreso. En este sentido, los hitos alcanzados en cuanto a desarrollo metodológico, producción de recursos de software, formación para la generación de nuevos códigos de comunicación, creación de productos de conocimiento (micropíldoras, guías, manuales, portales de Internet ...), procesos para la difusión y transferencia de conocimiento a través de la agitación social (televisión, radio, prensa, redes sociales, herramientas web ...), suponen un importante referente que permite a las organizaciones generar multitud de valores añadidos que a buen seguro, les facilitará la consecución de sus objetivos estratégicos y operativos, fortaleciendo la sostenibilidad de sus estructuras, propiciando la continuidad en los parámetros estratégicos y fortaleciendo la consolidación de sus vectores de trabajo, en base a su retroalimentación permanente.

Todo el trabajo se sustenta en la creación de Factorías de Conocimiento (CEPAD, ASDENIC y FACTOR SOLIDARIDAD), entendiendo por factoría de conocimiento, una fábrica desde donde se elabora y transfiere el conocimiento de **IBERCOTEC**.

La Factoría de Conocimiento, como espacio dotado con medios y recursos técnicos que elaboran los recursos tecnológicos (Productos de Conocimiento) para su transferencia a la sociedad civil constituyen los ejes fundamentales del proyecto.

Es la Sociedad Civil la que constituye la línea de acción de la red **IBERCOTEC**, donde las organizaciones que la componen realizan, dentro de este marco, vectores de trabajo especializados y cooperativos a su vez (actividades diversas dentro de una unidad de acción), enfocados hacia un objetivo común diseñado y establecido por todos sus miembros. De esta manera, se mantienen e incrementan sus señas de identidad dentro de la diversidad y riqueza de las organizaciones que la componen.

Desde el fundamento de estas afianzadas bases, avanzamos en la consolidación y ampliación de las Factorías de Conocimiento, desarrollando un ambicioso plan de creación de Productos de Conocimiento y diseño e implementación de un plan de transferencia del conocimiento a la sociedad civil.

La formación activa, el intercambio de experiencias y de construcción compartida, que profundiza y generaliza la utilización de los nuevos códigos de la comunicación, nos permite responder de una forma personalizada a las demandas de los usuarios, sin limitaciones ni de espacio, ni de tiempo.

La puesta en valor de dinámicas apoyadas en la universalidad de la red y su estructura de publicación abierta, en la que cualquier persona usuaria se converge en protagonista en la mediación de los procesos de comunicación pública, contribuyendo con ello, al desarrollo de modelos de generación de información y conocimiento, multipunto - multidireccional y simétrico, frente a medios convencionales.

La consolidación de la Red activa, permite a las personas e instituciones del proyecto cooperar, compartir información y nuevo conocimiento, así como interactuar para alcanzar fines y objetivos comunes, propiciando de esta forma acuerdos interinstitucionales voluntarios y fortaleciendo los procesos de transmisión de experiencias. Conscientes de la importancia que tiene la comunicación para lograr la sostenibilidad y retroali-



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

mentación en base a las experiencias concretas, como las prácticas en otros campos que permitan nutrirse no sólo a las organizaciones participantes sino también otras que han mostrado su interés en ser agente activos para el desarrollo de aspectos fundamentales para las sociedades y los pueblos.

Con un enfoque no solamente tecnológico, sino humano y social, las organizaciones deben apostar por:

- » El desarrollo de los territorios.
- » La igualdad de oportunidades de todos los países de mundo.
- » La transferencia entre Organizaciones y personas.
- » La calidad de vida de las personas.
- » El fortalecimiento de las democracias.

Nos encontramos ante un momento único en la historia de la humanidad, no sólo por las magníficas herramientas tecnológicas con las que contamos y que son la piedra angular donde se apoyan las distintas estrategias de futuro, definiendo un nuevo orden y una nueva forma de hacer. Sino que además, la pérdida de referencias en los modelos establecidos, que en principio pueden considerarse negativos, se torna como una oportunidad para generar, de forma compartida y ajustada a las necesidades de nuestras sociedades un modelo de vida que refuerce los valores universales y articule formulas para la igualdad de oportunidades entre todas las personas y territorios del mundo, posibilitando un desarrollo equilibrado y sostenible que asegure entornos con optimas condiciones para las generaciones venideras.





I.

Creando las nuevas organizaciones del futuro a partir de organizaciones diferentes de países diferentes.

I.1 | INTRODUCCIÓN.

El desarrollo de proyectos se ha tornado en un fenómeno complejo que lleva aparejado la creación de nuevas formas de trabajo, para cumplir los retos que las organizaciones tienen planteados, en base a las exigencia de una sociedad cada día más cambiante y en constante evolución que obliga a las personas involucradas a mantener un estado de alerta permanente y de reciclaje, para que sus conocimientos y destrezas les permitan dar respuestas a la gran cantidad de retos que se presentan en su cotidianidad. Desde este punto de vista es necesario el desarrollo de nuevas destrezas por parte de las personas involucradas en este tipo de trabajos. Las exigencias actuales para el desarrollo de procesos de intervención en los que la implicación de numerosos agentes conlleva un enrevesado entramado que dificulta enormemente el trabajo aislado de los técnicos especialistas propios de otros momentos, ofrece un campo donde interactúan numerosos agentes, cuya participación y posterior sistematización muestra las opciones para el avance de los objetivos planteados.

En este sentido, IBERCOTEC es una nueva organización que propone soluciones desde la aplicación operativa de los Códigos de Comunicación desarrollados en el marco tecnológico, que permiten a la ciudadanía participar de forma activa para dar respuesta a las necesidades tecnológicas y de conocimiento que hoy en día tienen planteadas nuestras sociedades como herramienta para su desarrollo socioeconómico.

Hemos creado una cultura del trabajo basada en el compromiso, la colaboración, la horizontalidad y las decisiones compartidas; y un conjunto de prácticas que queremos poner al servicio de otras personas y organizaciones.

1.2 | UNA NUEVA FORMA DE VER LA ORGANIZACIÓN: EL CIUDADANO ES EL CENTRO DE LA ACCIÓN.

El ciudadano es el “cliente” y es actor al que atender, no sólo como destino final de sus productos, sino también como elemento activo en la creación y desarrollo de los mismos.

Una mirada somera a lo que está pasando en las organizaciones en el último cuarto de siglo XX y en los inicios del siglo XXI nos permitirá entender que las transformaciones más radicales que se han producido en este tiempo, han venido propiciadas por la redefinición del rol del ciudadano. Hemos pasado del concepto del individuo como actor pasivo, al ciudadano como agente activo.

De hecho, podemos hablar de un auténtico empoderamiento del ciudadano. Este proceso, que ha sido paulatino pero que se ha producido en un período de tiempo relativamente corto, ha propiciado cambios de una intensidad sin precedentes (economía, política, ciencia, cultura...), cuyos efectos benéficos han llegado a amplias capas sociales. Este hecho, que si bien se encuentra aun no desarrollado en su totalidad, propicia una amplia diversidad de opiniones y concepciones que aun generando desconcierto, augura el nacimiento de nuevos modelos basados en la aportación colectiva y en la acción multidireccional, situando a los responsables institucionales como mediadores y articuladores de las propuestas emanadas de la realidad de toda la ciudadanía. De esta forma, las organizaciones necesitarán canales de comunicación fluidos, donde la retroalimentación requerirá un seguimiento y atención constante en la ejecución de los distintos procedimientos.

Hasta ahora las organizaciones podían ser viables en el tiempo sin escuchar a sus ciudadanos, simplemente haciendo lo que sabían y repitiendo clichés. Hoy nadie duda que la entidad que no es sensible y tiene



como aliados a sus ciudadanos tiene sus días contados. Sus parámetros basados en estructuras verticales y unitarias, inmersos en una cotidianidad cada vez más exigente y exenta de referencias culturales, históricas, económicas, sociales y de desarrollo, propicia el aislamiento y su consiguiente alejamiento de las verdaderas necesidades, desencadenando la desconfianza de la ciudadanía. Nacen aquí los posicionamientos radicales, que insisten en la culpabilidad del destinatario, acusándolos de apatía y desmotivación, en lugar de asumir sus propias incapacidades en la escucha, el análisis y la empatía con la realidad de sus propios destinatarios y convirtiéndose en meros gestores de fondos, que lejos de conseguir los objetivos fundacionales aseguran a duras penas su propia subsistencia, sujeta siempre a los avatares y cambios en las estructuras políticas e institucionales.

Las nuevas formas de relación de las organizaciones con los ciudadanos de los que se ocupan, implican mecanismos de escucha permanente y ayuda a la articulación de nuevas necesidades, generan una marea de fondo que acelera de forma permanente los cambios sociales, incorporando productos y/o servicios que rápidamente pasan a ser de uso masivo, de la misma forma que quedan obsoletos, dejando su lugar a otros nuevos.

El reto y el riesgo están asegurados, las organizaciones deben someterse a los rigores de la acción investigativa, entendiendo que si bien los tiempos son más lentos, son portadores de mayores recursos y posibilidades. El error se convierte en un elemento indispensable en la construcción de soluciones y supone una importante fuente de riqueza en el aprendizaje, en contra de aquellas concepciones que lo sitúan en un espacio capaz de impedir el desarrollo de acciones innovadoras con gran proyección por miedo a las consecuencias.

Este nuevo contexto, como una marea de fondo, impulsa la forma de hacer y de actuar de manera conjunta de las organizaciones a un cambio de paradigma, que pone en el centro de la acción al ciudadano, convirtiéndolo en un aliado con el que definir un futuro compartido. Las viejas herramientas tuteladas por mediadores o impulsores, basadas en parámetros de participación poco definidos y en muy pocos casos de beneficios recíprocos, donde la ciudadanía aportaba sus visiones en momentos estancos, bajo los modelos establecidos y vectores marcados por intereses particulares, se muestran como poco interesantes y potencian el alejamiento y la poca implicación. Paralelamente se desarrolla en el entorno tecnológico principalmente, una participación empoderada, basada en los principios de la libertad de aportación, donde el conocimiento

nace del contraste, la diversidad y el enfrentamiento, posibilitando la reflexión y el posicionamiento en base a principios asumidos y no impuestos.

Todo esto implica nuevas prácticas de relación entre las organizaciones y los ciudadanos que las dan sentido. Las organizaciones ya no están formadas por técnicos o responsables únicamente, sino por un número importante de personas que en distintas modalidades aportan sus visiones, opiniones y conceptos de forma permanente, obligando a reinventarse para afrontar la gran amalgama de oportunidades que se les ofrece.

En el contexto actual, el futuro de las personas y las organizaciones pasan por el acceso a las TIC y al conocimiento, como base para su desarrollo. Aportando un espacio que va a transformar totalmente las antiguas concepciones organizacionales, ya que rompen con las fronteras y permiten la creación de modelos compartidos entre agentes que trabajan en entornos muy distintos, tanto desde el punto de vista de su propio desarrollo como desde la concepción de sus modos de dar respuestas a las distintas problemáticas. En este contexto, hemos profundizado de forma sustancial, generando un modelo organizacional muy rico en matices y aunque no exento de dificultades para la concreción de propuestas, extremadamente resolutivas e instructivas, destacando el esfuerzo, entrega y análisis de todos los participantes en la búsqueda de alternativas que se encajen en los intereses de cada organización, al tiempo que respeten los intereses comunes.

La emergencia de las TIC viene acompañada de una modificación en la cultura y las prácticas del trabajo, donde es preciso, desde las organizaciones, alinear a las personas con el cambio, ofrecer herramientas cercanas y de acorde a sus capacidades, para que gracias a instrumentos de fácil comprensión se incorporen a su uso rentable que les permitan ser agentes implicados en el desarrollo de sus organizaciones, posibilitando un mayor acercamiento a la información y al conocimiento. A partir del uso de las TIC la persona, encuentra un mundo de conocimiento que le fortalece y de aporta seguridad para actuar en un escenario que requiere el manejo de muchas destrezas.

Los trabajos sobre el terreno, están orientados a crear pequeños «oasis» (Factorías del conocimiento), desde donde se crean las nuevas herramientas del conocimiento para su transferencia. Espacios donde el proyecto se desarrolla, y que no deben concebirse como un lugar para aprender tecnologías, sino donde se generan productos de participación, incidencia, trabajo grupal y conocimiento. Es decir, un lugar donde no sólo



se aprende, sino donde se produce para incidir y donde se produce para aprender y trascender. Los nombre utilizados hasta la fecha de Nuevos Centros de Conocimiento, no se ajustan a la definición de lo que realmente busca Ibercotec, porque la palabra “Nuevo” implica temporalidad y dejará de tener sentido en el tiempo, al igual que está pasando en Extremadura. Si pensamos en Tele Centro, tampoco es exacta ni válida porque hace referencia a cosas que pasan en un Centro a través de la telemática pero no menciona para nada, la consideración de creación, transferencia, fabricación de contenidos...

Por ello, apostamos por Factorías de Conocimiento, una factoría es una fábrica, una fábrica es un lugar donde se articulan recursos para generar productos manufacturados que faciliten el consumo de la sociedad y se ajusten a sus intereses. En las grandes fábricas, los estudios de mercado, los grados de satisfacción y opinión de sus clientes, y la repercusión en la sociedad de sus productos marcan sus tendencias, desde este proyecto y visión organizacional, tenemos la suerte de que nuestro mercado es quien elabora sus propios productos, por lo que su adaptación es total.

Trabajar sobre las TIC y el conocimiento para su uso por la sociedad civil, implica profundos cambios en la cultura de las personas, en sus formas de ver y entender el mundo. A la vez, el cambio inquieta a las personas porque introduce incertidumbre en sus vidas. Para amortiguar esta sensación, hay que demostrar en la práctica, y si es posible a microescala, la oportunidad que introduce el cambio. Cuando hay cambio el individuo percibe movimiento, y en ese movimiento siente la sensación de quedar excluido de la nueva realidad que aparece, una auténtica amenaza para su existencia, y si no percibe las oportunidades que le proyecta, tratará de impedir que la nueva situación ocurra. Por ello, la intervención nunca debe ser unidireccional, o basada en el ordenador como única herramienta, es necesario incorporar elementos de uso más generalizado, como el teléfono móvil, los medios audio-visuales, la televisión, etc, que faciliten el acercamiento y despierten el interés, al tiempo que muestren el gran potencial que ofrecen para sus vidas. No somos ajenos a esta realidad, por ello, la organización se posiciona en un espacio intermedio, entre los grandes conceptos tecnológicos articulados por los profesionales de este campo y que pertenecen al mundo privilegiado de aquellos que han tenido la suerte de nacer en un momento determinado de la historia o han contado con las oportunidades suficientes como dominar las destrezas necesarias y la población general, haciendo especial hincapié en aquellos sectores que presentan mayores carencias y tienen mayores dificultades de acceso a las TIC. Así mismo,

también focaliza sus esfuerzos en las organizaciones, entendidas como espacios idóneos para que la ciudadanía articule su participación y tome un papel relevante en el desarrollo de los territorios.

Las personas para decantarse por el cambio deben encontrar una respuesta nítida y satisfactoria a la pregunta; «¿Qué gano yo haciendo algo de manera diferente a como lo he hecho siempre?». Para que esto ocurra, alguien tiene que haber hecho una propuesta diferente, mostrando una nueva práctica donde se hagan tangibles las ventajas basadas en trabajar sobre las TIC y el conocimiento. Y esto se ha de traducir en ventajas tangibles para mejorar mi vida, la forma de relacionarme con otras personas, acceder al trabajo. Es en este punto donde toma especial importancia, la empatía de las organizaciones, su flexibilidad, su cercanía, su capacidad de adaptación a los tiempos y a los ritmos y donde el grupo ejerce una de sus funciones principales, las experiencias compartidas y el refuerzo comparativo.

En el seno del grupo, el individuo se siente más protegido y cómodo a la hora de afrontar los grandes cambios que se van a producir y que le van a exigir aprender nuevos métodos de trabajo y de generación de valor. Es desde aquí, desde donde el valor de la comunicación, aporta su verdadera dimensión y construye los refuerzos necesarios para la toma de decisiones necesarias para incorporarse de forma fehaciente a la construcción de nuevas realidades. La TIC, dan igualmente una nueva dimensión, haciéndonos olvidar la concepción tradicional de un grupo que se encuentra en un determinado espacio, en unos determinados tiempo, con una tutela concreta, frente a personas que construyen, que se sienten parte de la creación compartida a través de herramientas como las Redes Sociales, los Blogs, los fotos, entre otros.

» Escucha activa de las necesidades de los ciudadanos.

La intervención surge de la escucha activa de las necesidades y preocupaciones de la ciudadanía y la búsqueda de respuestas que mejoren su calidad de vida y su grado de desarrollo material y humano, a través de las TIC y el conocimiento.

El acceso a las herramientas y los recursos generados por IBERCOTEC, han de estar enfocados a los planteamientos anteriores.



» Articular soluciones

Las soluciones no se idean desde la soledad de los despachos, sino que toman cuerpo en la relación con la ciudadanía, en el trato directo, en el trabajo cotidiano. Las soluciones se proponen, idean, retocan... soportadas en un conversar diferente y propiciadas en relaciones abiertas.

» Desarrollo de proyectos piloto

Una vez detectada una necesidad y articulada una solución, se pasa a la realización de proyectos piloto los cuales permiten, a microescala y en acciones controladas, medir los efectos del proyecto masivo.

» Desarrollo de proyectos masivos

Una vez determinado el alcance del proyecto, se pasa al desarrollo del mismo en su fase ampliada (proyecto masivo).

» Escuchar insatisfacciones y preocupaciones

Detectar mediante la escucha lo que no funciona en la comunidad, lo que produce desazón y descontento, descubrir qué espera la gente del futuro, con qué se sienten alineadas; también los cambios que ocurren alrededor, tanto de prácticas, hábitos, preocupaciones...; articulando alternativas basadas en el acceso ciudadano a las TIC y al conocimiento.

» Llevar a cabo proyectos piloto

La acción puede ser diseñada previamente y aprender así de los errores a microescala. Las técnicas para realizar proyectos piloto y su desarrollo práctico constituyen un dominio de destrezas que cultiva IBERCOTEC entre los miembros de la red.

» Mejorar de forma continua las ofertas

Mejorar las ofertas que realizamos a la ciudadanía para su acceso a las TIC y al conocimiento. Una oferta no es algo estático, las ofertas están fluctuando de forma permanente, igual que lo están haciendo los indicadores y estándares que las regulan, que también son mutantes.

En las insatisfacciones y nuevas expectativas de la ciudadanía está una nueva fuente de innovación y creación de oferta. Aquí se sustancia la relación y los procesos de fidelización cuidando de los estándares de calidad que se ofrecen y velando por el cumplimiento escrupuloso de los compromisos.

Desde **IBERCOTEC** además del compromiso ciudadano con las TIC y el acceso universal a nuevas fuentes de conocimiento, trabajamos otros aspectos relacionados con el fomento de nuevas capacidades de las personas para que puedan abordar su futuro profesional (crear, aprender haciendo, desarrollo de destrezas emprendedoras...).

Así, trabajamos de manera transversal:

- » La gestión de los estados de ánimo como herramienta de trabajo y de acción con otras personas en la que se sustenta el liderazgo (inteligencia emocional).
- » Cultivo de sensibilidades lingüísticas para trabajar las anomalías que están ocurriendo en la sociedad, y que en sí mismas son fuente de oportunidad para hacer nuevas ofertas.
- » Crear ofertas nuevas para la comunidad, que den respuesta a las necesidades emergentes de un mundo en cambio, cultivando la creación, la innovación y la imaginación como fuente de trabajo.
- » Crear organizaciones y redes de personas, como forma colectiva de hacer proyectos. La creación, la innovación y el emprendimiento son un fenómeno social asociado al trabajo, y no un rayo divino que desciende de las elites.



I.3.- TRABAJAR Y HACERSE CARGO DE LOS ESTADOS DE ÁNIMO DE LAS PERSONAS DE LA ORGANIZACIÓN.

Los estados de ánimo son algo que nos pasa, que nos invade y nos habita, es un fenómeno que acompaña a todas las personas y se traslada de unas a otras contagiándose con mayor rapidez y virulencia que las enfermedades, una sensación que nos invade y nos condiciona a la hora de hacer cosas.

Los estados de ánimo afectan a personas individualmente, grupos enteros de personas, comunidades pequeñas y grandes. Así todos sabemos que cada persona de nuestro entorno es triste o alegre, optimista o pesimista en función del estado de ánimo. También identificamos a esas familias alegres y divertidas y a esas otras siempre rodeadas de nostalgia, melancolía. Los andaluces son alegres, los brasileños muy divertidos y amigos de la fiesta y a la vez depresivos cuando ésta termina. La gente del norte es más triste, la del sur extrovertida y divertida. Detrás de todo esto advertimos estados de ánimo y somos plenamente conscientes de la influencia que ejercen sobre las personas en las que se trasladan.

De forma casi inconsciente buscamos alinearnos con las personas de animosidad positiva, pues intuimos que con ellas es mucho más fácil llevar a buen puerto un proyecto.

Un aspecto esencial del trabajo consiste en cuidar el estado de ánimo de las personas que forman parte de la organización, identificando, distinguiendo y vigilando los estados de ánimo por los que pasan las personas (estimulando los positivos y neutralizando los negativos).

I.4.- DESARROLLO DEL DOMINIO LINGÜÍSTICO COMO HERRAMIENTA PARA CONSTITUIR NUEVAS REALIDADES Y PRODUCIR ACCIÓN EN EL SENO DE LA ORGANIZACIÓN.

El hombre es el animal que mayores transformaciones y alteraciones ha producido en el planeta. Desde las primeras civilizaciones, esta tarea ha sido ingente y formidable.

Es evidente que detrás de los avances y los cambios hay un combustible esencial y necesario para que se produzcan. Si al ser humano lo tuviésemos que distinguir en pocas palabras, éstas podían ser: animal que habla. El hombre es un animal que habla, y a partir de esta facultad emprende acciones nuevas y transforma su entorno, su mundo.

Mediante el lenguaje declaramos que queremos hacer cosas nuevas, comprometemos a otras personas en esas acciones, pedimos que alguien haga algo, previa a la acción inventamos, imaginamos y anticipamos esas acciones que tienen que ocurrir...

El hombre es un ser que construye civilización utilizando el lenguaje. Hay un factor común que está presente en todas las civilizaciones, que ha permitido que transformen, que materialicen grandes emprendimientos, y esto ha sido posible porque se han constituido como organizaciones que hablan, de manera preeminente sobre la ideología, la religión o la raza. El eje focal ha sido el lenguaje y la utilización de los actos del habla para emprender nuevas acciones. Ese es el denominador común que permite inventar y concretar nuevos mundos. Para que algo pase donde antes no había nada, para colonizar una parte del futuro inédita y producir una nueva realidad, para abrir nuevas opciones y oportunidades. Para todo ello necesitamos conversaciones.

El lenguaje posibilita la materialización práctica de las capacidades emprendedoras que todos los seres humanos llevamos dentro y que han hecho posible entre otras cosas (buenas) que el hombre sea el animal que ha sido capaz de inventar soluciones para colonizar la tierra y estar presente en aquellas zonas de condiciones extremas, o incluso haber puesto su pie fuera del planeta.



I.5. CREACIÓN DE ALIANZAS EN TORNO A LA ORGANIZACIÓN PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS.

➔ Desarrollo de redes de alianzas.

Construir redes y alianzas por parte de las organizaciones que conforman **IBERCOTEC** para desarrollar proyectos e iniciativas con la ciudadanía y el acceso de la misma a nuevas oportunidades.

IBERCOTEC se centra en la creación de un sólido entramado de personas y organizaciones enfocadas a crear nuevas oportunidades para el ciudadano con el acceso a las TIC y al conocimiento.

En este ámbito sumamos a los objetivos y misión del proyecto a personas que puedan actuar como proveedoras de recursos, financiadoras, prescriptoras de nuestros productos y servicios. Enfocando toda la acción hacia la comunidad y los ciudadanos.

Todas las organizaciones que operan a nuestro alrededor son redes de colaboradores, redes de aliados, que se reúnen para hacer grandes cosas, para la consecución de sus objetivos, de la misión que tienen marcada, trabajan en equipo.

En una red unas personas dependen de otras y trabajando de esta manera la suma del conjunto de sus esfuerzos es muy superior a la suma de sus trabajos tomados individualmente. La suma del todo es muy superior a la adición aislada de las partes.

El foco de trabajo de **IBERCOTEC** se centra en la creación de redes y alianzas con otras personas y organizaciones. Es decir, diseñar un proyecto para todos, donde todos ganan, se abran a nuevas oportunidades y colabore en aras a un fin común con beneficio para todos.

I.6. IBERCOTEC LA FUERZA DE UNA MARCA Y UNA NARRATIVA SEDUCTORA.

Para que una cosa sea, para que un proyecto exista primero tiene que ser imaginado por alguien y luego contado a otras personas.

Para hacer algo, primero tenemos que elaborar unos planos aunque sean elementales. Eso pasa, por ejemplo, cuando alguien quiere construir su casa. Primero se dibujan los planos y luego sobre esos planos se comienza a realizar la obra. Con unos planos iniciales la gente empieza a ver cómo será la obra ya terminada y consecuentemente a imaginar antes de que esté finalizada, cómo quedará la casa.

Este procedimiento además permite focalizar energía en torno a los resultados finales («qué bien estaré en mi casa», «qué cómodo viviré», «cómo disfrutaré mi independencia»). Todo este cúmulo de energía produce un estado de ánimo favorable que nos permite enfrentar con garantías una serie de tareas, de acciones que hemos de tomar que son menos gratificantes y nos suponen riesgo y esfuerzos: pedir un crédito, recurrir a ayuda de la familia, buscar la empresa constructora de mayores garantías, buscar los fontaneros, yesistas, pintores, elegir los muebles, los electrodomésticos...

Algo similar ocurre cuando emprendemos un proyecto, los cimientos del mismo parten de que su promotor invente un cuento, una historia, una narrativa que aún no existe. Para que una cosa sea, para que un proyecto exista primero tiene que ser imaginado por alguien y luego contado a otras personas. Es a esto a lo que llamamos inventar narrativas.

La narrativa de **IBERCOTEC**, como elemento identitario definido por la suma de las organizaciones que forman parte del proyecto, basa su identidad en una nueva narrativa que se concreta en una marca, definida por unos valores singulares. La narrativa en principio es un prototipo rápido, que en un proceso de construcción colectiva se convierte en una oferta atractiva para el conjunto de los clientes, que acaban haciéndola suya. Va cobrando identidad y fuerza a medida que va penetrando en las conversaciones de la gente. Una narrativa con identidad es el embrión de un gran proyecto. Es un conocimiento central para vertebrar un proyecto y sumar adhesiones.



I.7. UN MODELO BASADO EN LA COORDINACIÓN EFECTIVA

IBERCOTEC construye la acción desde una coordinación lingüística efectiva. Para que una cosa ocurra tiene que ser hablado. Pero, ¿dónde hablamos? ¿Dónde producimos los actos del habla? Fundamentalmente cuando nos reunimos para tratar de un tema, en las reuniones. Las reuniones tienen ese fin principal: hablar y producir acción para que una cosa ocurra. Una persona cuando tiene necesidad de hacer algo, convoca una reunión para solicitar, declarar, pedir, comprometer... a otras en acciones concretas.

También podemos tener reuniones para explorar nuevas oportunidades o para cuidar el estado de ánimo de las personas del proyecto.

Dependiendo de las cosas que queremos que ocurran en una reunión y de la importancia de las decisiones a tomar, las reuniones podemos hacerlas presenciales en torno a una mesa de trabajo, a través del teléfono, Internet...

En todo caso, el proyecto del emprendedor se va materializando a lo largo de la concreción de acciones que se han decidido en las reuniones, la importancia de las mismas es capital. Son el laboratorio, el lugar, el acto, donde se diseñan las acciones de futuro.

Para que las reuniones sean efectivas hemos de tener un completo dominio sobre las conversaciones y sobre todo de la concatenación de éstas con los resultados que han de producir.

- ➔ Control del tiempo.
- ➔ Focalización de los objetivos a conseguir.
- ➔ Evitar la dispersión de los temas centrales.

También hay que tener en cuenta que si convocamos una reunión es porque ésta es necesaria y tenemos muy claro lo que se ha de tratar en ella, de lo contrario generaremos desconfianza, desconcierto, sensación de que hacemos perder el tiempo a los demás...

La preparación de una reunión es exhaustiva, pasa por fijar el lugar y la hora, proporcionar información suficiente a los participantes, establecer de antemano los puntos a tratar, los objetivos a conseguir...

El equipo de **IBERCOTEC** ha desarrollado un dominio de conocimiento práctico para producir coordinación y acción, programando y ejecutando las reuniones con maestría, como paso previo a que los hitos claves del proyecto vayan materializándose, utilizando el lenguaje y la comunicación efectiva como herramientas claves en el proceso.

1.8. ARTICULAR OPORTUNIDADES PARA LA SOCIEDAD CIVIL BASADAS EN LAS TIC Y EL CONOCIMIENTO.

La misión del equipo consiste en la búsqueda de nuevas ofertas para mejorar la vida de nuestros países y comunidades. El proyecto arma ofertas de manera permanente (conocimiento, destrezas tecnológicas, formación, creación de nuevos productos...). El objetivo es generar valor añadido para la sociedad al detectar las necesidades que la gente tiene y al articular soluciones que las satisfagan; esto en sí mismo abre perspectivas y espacios inéditos para el desarrollo social y económico, que jamás se hubieran concretado sin este trabajo.

Nuestras ofertas parten de algo tan sencillo como escuchar algo que está ocurriendo mal, e inventar una solución. Al poner una cosa donde antes no existía, renovamos la vida de la comunidad, abrimos un camino nuevo por donde se abren oportunidades para el desarrollo de los individuos y el espacio público.

El dominio central se enfoca en articular ofertas de manera permanente desde nuestras Factorías de conocimiento a la Sociedad civil, poniendo en juego nuestra capacidad para escuchar, relacionarnos, hacer propuestas y crear equipos.



I.9. DISEÑAR PROTOTIPOS CON LOS QUE PODAMOS EXPERIMENTAR Y MOSTRAR LAS OPORTUNIDADES DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LAS TIC Y EL CONOCIMIENTO.

Desde **IBERCOTEC** aplicamos una metodología de trabajo transversal basada en el concepto de aprender / haciendo; sobre cualquiera de los productos sobre los que trabajamos seguimos una lógica de creación / producción basada en la fabricación de prototipos como fase previa a la creación de los productos terminados. Esto supone la participación real de todo el equipo en el proceso.

Un prototipo es susceptible de elaborarse para cualquier tipo de proyecto: una mermelada, una nueva clase de prendas de vestir, un nuevo estilo de moda, tipo de pan, bebida, peluquería, servicio de guardería, novela, herramienta para pintar, piscifactoría, tienda de artesanía, fabricación de cualquier artículo industrial, modelo de organización de un partido político nuevo, forma de asistencia de una ONG... Independientemente de lo que vayamos a fabricar, ofrecer o crear, todo es susceptible de planear sobre un prototipo que ayude a definir y hacer útil el producto final.

¿A qué nos referimos exactamente cuando hablamos de prototipo? A la construcción, representación, modelo inicial, plasmación, reproducción reducida, de un producto o servicio antes de que esté terminado o fabricado.

Dependiendo de la naturaleza del trabajo podemos acudir a las formas siguientes de representación:

- Prototipo: primer ejemplar construido destinado a experimentar en la práctica ante el cliente sus características previa a su producción final o en serie.
- Rudimento: modelo inicial, elemental, poco desarrollado, prototipo inicial.
- Boceto: esbozo de una obra artística o singular, lo aplicamos también a cualquier prototipo que sólo tiene unos trazos elementales.

- ⇒ Bosquejo: plasmación aún vaga de una oferta, traza primera de cualquier producción donde se deja entrever el original.
- ⇒ Maqueta: representación en tres dimensiones de una oferta final, lo más fiel posible en su aspecto y proporciones al resultado final que vamos a ofrecer.
- ⇒ Modelo: reproducción a escala reducida de aquello que se pretende ofrecer, muestra de un artículo exclusivo y original, reproducción a escala reducida de un mecanismo o estructura.
- ⇒ Arquetipo: prototipo ideal donde se puede ver el resultado del proyecto, versión última y definitiva, modelo terminado, modelo artístico ideal.

El prototipo puede fluctuar entre un modelo muy acabado que va a ser casi una réplica fiel del producto y/o servicio final, y un rudimento, es decir, una representación de ese resultado en una fase aún muy inicial.

En la práctica **IBERCOTEC** y sus factorías del conocimiento son un laboratorio donde se elaboran prototipos como paso previo a la producción de productos y servicios basados en las TIC y el conocimiento. En esta senda, entrenamos a nuestros equipos la elaboración de prototipos donde los demás, de una pasada, puedan comprobar las ventajas que les estamos poniendo a su alcance para resolver sus problemas.

Los términos prototipo, prueba, primer ejemplar, modelo, boceto... son sinónimos que hacen mención a ese primer momento donde los resultados del proyecto se pueden tocar.

El prototipo permite:

- ⇒ Que los demás vean anticipadamente los resultados que producirá el trabajo.
- ⇒ Que se descubran oportunidades en el producto.
- ⇒ Adhesiones al proyecto.



- ➔ Explicar y comunicar el proyecto en la práctica.
- ➔ Crear identidad (que los demás hablen bien del proyecto y su marca).

I.10. IBERCOTEC ES UNA FÁBRICA DONDE SE PRODUCEN NUEVOS PROYECTOS FRUTO DE UN MODELO METODOLÓGICO PROPIO.

Con los conocimientos que **IBERCOTEC** cultiva en sus equipos de trabajo basadas en habitar el lenguaje desde una perspectiva diferente, convivir con los estados de ánimo y cuidarlos, mantener reuniones efectivas, crear redes y articular ofertas, elaborar prototipos, reunimos y recapitulamos todos esos conocimientos en forma de destrezas para ponerlos al servicio del proyecto en su conjunto y el desarrollo de nuevos proyectos en torno a éste.

Para idear y materializar el proyecto utilizamos:

- ➔ El lenguaje: que nos ayuda a escuchar las cosas que están ocurriendo mal, los problemas que tiene la gente, además de hacer emerger nuevas opciones y perspectivas de la realidad.
- ➔ El conocimiento sobre los estados de ánimo: que nos permite neutralizar los estados de ánimo negativos, producir estados de ánimo positivos, y el cuidado permanente de los mismos, focalizándolo recurrentemente en la consecución de los resultados.
- ➔ Relacionarnos y trabajar directamente con los ciudadanos.
- ➔ Aprender a tener reuniones efectivas: que nos faculta para ir llevando a cabo las acciones y tareas previstas y el cumplimiento de los hitos claves.

- ⇒ Crear redes: que nos habilita para la creación de un entramado de personas entre los clientes dispuestos a hacer realidad la narrativa inicial.
- ⇒ Articular ofertas: que nos permite definir y elaborar productos y/ o servicios que vamos a producir, convirtiendo a problema y solución en una oportunidad para todos.
- ⇒ Diseñar prototipos: focalizar la energía en la visualización y materialización de los productos finales.

Estamos dando una nueva perspectiva a los proyectos y a su construcción, poniendo a las personas las claves para que los construyan, independientemente de que tengan conocimientos o no, siguiendo un entrenamiento gradual y unos procedimientos sencillos y al alcance de cualquiera (habitamos y nos apropiamos de este fenómeno para que pueda ser compartido por una amplia base social).

Todos los proyectos tienen una estructura similar que está vertebrada básicamente en los conocimientos descritos hasta ahora. Ha llegado el momento de escribirlo y representarlo, para lo cual podemos seguir esta secuencia:

- a) Describimos inicialmente el proyecto: se trata de poner aquí la narrativa con la que hemos venido trabajando.
- b) Identificamos las situaciones y problemas que debe solucionar en función de los trabajos de escucha activa y de las conversaciones.
- c) Identificamos a todas las personas a las que va dirigido.
- d) Creamos la red de personas que ha de llevarlo a cabo en función de las conversaciones y trabajos realizados.
- e) Determinamos la promesa que realiza, con las oportunidades y resultados que producirá, es decir la oferta que lleva aparejada para sus destinatarios.
- f) Determinamos las personas responsables de llevar a cabo las diferentes acciones, así como su respon-



sabilidad en el mismo.

- g) Determinamos las actuaciones y su marco temporal.
- h) Identificamos los recursos materiales que aporta la red de personas para hacerlo posible.

En definitiva un proyecto es algo tan sencillo como escuchar + inventar una solución + realizar una oferta + elaborar un prototipo y mostrárselo a los clientes + identificar a las personas que tienen que intervenir + crear una red determinando los roles de cada persona + definir las fases y acciones y ponerlas en un calendario... Fácil. ¿No? Dicho y hecho, es así de sencillo. La fórmula válida para construir cualquier proyecto serio significativo para nuestra vida. Este saber consiste en diseñar y ejecutar un proyecto, al integrar un conjunto gradual de conocimientos y prácticas aprendidas que eclosionan en este punto.

I. I I. CULTIVAR EL LIDERAZGO Y PRODUCIR NUEVOS LÍDERES PARA NUESTRAS COMUNIDADES.

Como características principales del liderazgo podemos destacar que se aprende, y que además tiene los mismos componentes independientemente del campo en el que se practique y manifieste.

A menudo miramos a los líderes en diversos ámbitos (política, finanzas, cultura, arte...) y los percibimos como unos seres especiales a los que la naturaleza ha dotado de manera diferente frente al resto de los mortales.

No hace muchos siglos, a la gente que aprendía y cultivaba habilidades en los campos de la música, la literatura o la pintura, se entendía que eran de una condición diferente cuyas destrezas estaban muy limitadas para el gran público.

Cuando la educación y la formación se democratizaron y perfeccionaron, pudimos comprobar cómo surgían semilleros de artistas, literatos, ingenieros...; es decir, mediante una formación concienzuda basada en los saberes prácticos se formaba a personas en estos campos sin excesivo problema.

Lo mismo ocurre con el liderazgo, entendido como fenómeno que se aprende y cultiva. Dicho como ejemplo, si a un líder lo identificamos por 10 facetas prácticas de su comportamiento, se trataría pues de sistematizarlas para que la gente pueda adquirirlas a través de la formación, de la misma forma que para formar a un escritor hay que instruirle en la literatura, la lengua y sus recursos, la lectura sistemática, la escritura diaria y su perfeccionamiento paulatino...

Desde estas reflexiones, hay que acercar las prácticas de liderazgo a las personas que quieran emprender proyectos significativos, para que se integren en su dominio de saber. Gran parte de los fundamentos del liderazgo, se hallan desgranados en los apartados anteriores.

Formarnos como líderes nos ayuda a:

- » Transformar.
- » Generar alianzas y adhesiones en torno a nuestro proyecto.

Inventar un futuro como respuesta a una preocupación de la gente, atarnos a esa preocupación y comprometer la acción vital en cumplir esa misión.

Pero conviene tener presente que el principal activo de un líder es la confianza (producir confianza en los demás), y para ello sólo hay un camino: hacer promesas y cumplir compromisos. Este saber implica desarrollar en la práctica las destrezas adquiridas por el entrenamiento de los líderes para conducir un proyecto.



Un **modelo** para el **desarrollo**
de los pueblos basado
en el **conocimiento**





Un **modelo** para el **desarrollo**
de los pueblos basado
en el **conocimiento**

2.

LA EVOLUCIÓN DE LOS MODELOS ECONÓMICOS. LA PROPUESTA DE IBERCOTEC COMO MODELO DE DESARROLLO BASADO EN EL CONOCIMIENTO.

IBERCOTEC como proyecto estratégico de una visión global que trabaja en la búsqueda de nuevas oportunidades para la sociedad civil basadas en el acceso a las TIC y al conocimiento, se centra en el desarrollo de acciones que contribuyan al desarrollo económico de nuestras comunidades proponiendo la creación de productos y servicios para esos fines.

Dentro de este propósito, trabajamos para incorporar a las comunidades Latinoamericanas directamente desde una economía agraria y de subdesarrollo a la economía del conocimiento.

2.2.- LAS ETAPAS DEL CRECIMIENTO ECONÓMICO.

Walter Whitman Rostow versus Ibercotec

La obra de WW Rostow ha tenido una gran influencia en el pensamiento económico americano, por la influencia política y los cargos de responsabilidad que alcanzó a lo largo de su vida política en los Estados Unidos. Su visión de la economía y los procesos del crecimiento económico han condicionado la planificación económica allende las fronteras de EE UU, influenciando la planificación económica de muchos estados americanos y de otros continentes.

En este capítulo ponemos de manifiesto como el pensamiento conservador defensor a ultranza del capitalismo liberal ha condicionado negativamente las políticas de desarrollo de Latinoamérica, ya que las etapas del crecimiento y su linealidad no tienen mucho sentido con la irrupción de las nuevas condiciones que introduce la Sociedad de la Información y el Conocimiento.

El marco **IBERCOTEC** como propuesta de desarrollo económico de los pueblos, viene a plantear la ruptura frontal del modelo del crecimiento económico de WWW Rostow, postulando que las nuevas condiciones que proporcionan las TIC y el conocimiento pueden posibilitar que una sociedad pueda dar un salto adelante desde una economía agraria y de subdesarrollo a una economía basada en la información y el conocimiento.

Si este planteamiento es compartido por la sociedad civil con la connivencia de los poderes públicos, estamos rompiendo uno de los principales frenos al subdesarrollo, caracterizados por la instalación de un sentimiento colectivo en la población fundado en la resignación, derrotismo y falta de esperanza en el futuro. Estado de ánimo que se traduce en una visión de un esfuerzo titánico para quemar las etapas secuenciales que sigue una sociedad hasta alcanzar su desarrollo tal y como las definió Rostow.

El modelo propuesto por **IBERCOTEC** es una propuesta de desarrollo socioeconómico basado en un desarrollo de la información y el conocimiento de la sociedad civil (Sociedad civil), apoyado en un nuevo concepto de industria basada en el conocimiento (Factoría del conocimiento), que fabrica nuevos productos



(Productos de conocimiento) que son utilizados en los procesos de formación, acceso a la información y al conocimiento por parte de toda la ciudadanía, a través de procesos de transferencia basados en las nuevas tecnologías (Transferencia de conocimiento). Además, los productos generados han de servir a las empresas, universidades y a la iniciativa emprendedora de los ciudadanos como un conjunto de nuevos bienes de mercado a producir y distribuir en los mercados mundiales.

A continuación hacemos un repaso sobre la vida y obra de Rostow para recentrarnos en el modelo **IBERCOTEC**.

WW Rostow pertenece a la visión economicista Norteamericana defensora a ultranza del capitalismo y la libre empresa (1916 – 2003).

En 1949 fue profesor de Historia e Instituciones Americanas en la Universidad de Cambridge. Entre 1950 y 1961 fue profesor de Historia de la Economía en el Massachusetts Institute of Technology (MIT), y miembro de la directiva del Center for International Studies. En esos años escribió su libro “Las etapas del crecimiento económico”, que buscaba generalizar el modelo de la historia económica moderna en forma de una serie de etapas de crecimiento económico.

En 1960, colaboró como asesor en la campaña presidencial del Senador John F. Kennedy, destacando por su habilidad para convertir conceptos académicos en términos accesibles para el electorado no instruido. Suyos fueron lemas como “Hagamos que el país se ponga otra vez en marcha”, “la nueva frontera” o “la década del desarrollo.”

Rostow sostenía que el desarrollo económico era un proceso de múltiples estados, estimulado por el deseo de mejorar la vida y lograr beneficios. Decía que la modernización se caracterizaba por un periodo de despegue, de rápido crecimiento estimulado por la expansión de sectores clave.

Rostow, en su obra “Las etapas del crecimiento económico”, desarrolla un modelo de crecimiento estructurado en etapas, desde el estado original de subdesarrollo que considera a la sociedad tradicional, a la etapa de consumo en masa. Este modelo de crecimiento económico es una de las claves de la llamada Teoría del desarrollo.

» Primera etapa: sociedad tradicional

La economía de este período se caracteriza por una actividad de subsistencia, donde la totalidad de la producción está destinada al consumo de los productores, más que para el comercio. Este comercio a pequeña escala se desarrolla gracias a sistemas de intercambio de mercancías y bienes, a modo de trueques, en una sociedad donde la agricultura es la industria más importante. La mano de obra empleada contrasta con la escasa cantidad de capital invertido, a la vez que la localización de los productos está firmemente determinada por los métodos tradicionales de producción.

» Segunda etapa: etapa de transición (condiciones previas para el “despegue económico”)

El incremento de la especialización en el trabajo genera excedentes para el comercio, a la vez que emerge una incipiente infraestructura de transportes para propiciar las relaciones comerciales. Por otra parte, los ingresos hacen que el ahorro y la inversión crezcan, facilitando la aparición de nuevos empresarios. Asimismo, se dan relaciones comerciales con el exterior que se concentran fundamentalmente en productos primarios básicos.

» Tercera etapa: el despegue económico

Aumenta la industrialización, con un número cada vez mayor de trabajadores que se desplazan de la agricultura a la industria. No obstante, este crecimiento se concentra en ciertas regiones del citado país y en una o dos industrias manufactureras; mientras, el nivel de inversión alcanza el 10% del PIB.

Las transiciones económicas están acompañadas por la evolución de nuevas instituciones políticas y sociales que respaldaban la industrialización. El crecimiento es auto-sostenible a la vez que las inversiones conducen a un incremento de los ingresos que genera una mayor cantidad de ahorro para inversiones futuras.

» Cuarta etapa: camino de la madurez

La economía se diversifica en nuevas áreas, gracias a que la innovación tecnológica proporciona un abanico diverso de oportunidades de inversión. Además, la economía produce una gran diversidad de bienes y servicios de los que hay menos dependencia respecto de las importaciones.



» Quinta etapa: consumo a gran escala

La economía está avanzando hacia el consumo masivo, lo que hace que florezcan industrias duraderas de bienes de consumo. El sector servicios se convierte crecientemente en el área dominante de la economía. De acuerdo con Rostow, el desarrollo requiere una inversión sustancial de capital. Para las economías de los LDC (Low Developed Countries), las condiciones necesarias para este crecimiento deberían haber sido creadas en esta etapa, al igual que si se les suministra ayuda o se realiza cualquier inversión extranjera en la tercera etapa, la economía local debería haber alcanzado la segunda etapa, lo que, de haber sido así, debería llevar a un rápido crecimiento.

El modelo propuesto por Rostow está formulado desde una visión “occidentalista” sin tener en cuenta las peculiaridades de otras regiones del mundo, por tanto sus visiones no tiene una aplicabilidad directa a otros contextos económicos y culturales. Sin embargo, su influencia ha sido notoria en la planificación estratégica en todo el mundo.

De otro lado, no detalla las condiciones previas para el crecimiento, a la vez que estas etapas son difícilmente identificables en la realidad según van emergiendo juntas. Así pues, resalta como elemento principal para el crecimiento económico la inversión, no tanto como el desarrollo en un significado amplio.

2.3 DE LAS SOCIEDADES AGRARIAS A LAS INDUSTRIALES.

El modelo económico de las primeras sociedades se caracteriza por su dedicación a obtención de materias primas, un modelo primario centrado en la agricultura, la ganadería y la minería. En sentido amplio estamos haciendo alusión a las dos primeras etapas asimilables al modelo de WW Rostow.

Sin embargo cuando penetramos en las realidades regionales, como es el caso de Latinoamérica, el subdesarrollo es una situación con un gran número de matices y elementos complejos, donde en la realidad conviven gran abanico de circunstancias: el colonialismo, la actuación de las naciones ricas, inestabilidad política y social, la emigración, sobreexplotación de los recursos y riqueza de los países, deterioro medioambiental, desastres naturales, hambrunas, ausencia de industrialización, escasez de inversión tecnológica y de conocimiento. De hecho, en nuestros países conviven realidades superpuestas sociedad tradicional y la etapa de transición con el consumo a gran escala (siguiendo el modelo de Rostow).

Sociedad industrial es el término sociológico con el que se refiere a las sociedades con estructura social moderna. Esa estructura se desarrolló en los países occidentales que desarrollaron la Revolución industrial, a partir de la transformación de la previa sociedad preindustrial o premoderna o agraria. También puede definirse generalmente como una sociedad de masas. La evolución posterior permite a algunos autores hablar de sociedad postindustrial.

La sociedad industrial se caracteriza por el uso de fuentes de energía externas, como los combustibles fósiles (carbón y petróleo), para incrementar la escala de la producción.

La producción de alimentos proviene de una agricultura de mercado, donde los procesos se han industrializado, sustituyendo cultivos, mejorando semillas, incorporando fertilizantes industriales y todo tipo de maquinaria agrícola y mejoras tecnológicas que disminuyen la necesidad de trabajo humano al tiempo que incrementan la producción. El trabajo excedente se traslada a las fábricas industriales, donde la mecanización se utiliza para aumentar aún más la eficiencia. A medida que crece la población, lo hace la mecanización, hasta el nivel de la automatización, que suprime puestos de trabajo en las industrias, que pasan a ser demandados en un sector servicios en expansión (terciarización).

➔ Urbanización

La sociedad industrial es urbana y exige la urbanización, tanto para que los trabajadores estén cercanos a los centros de producción como para que los servicios puedan beneficiarse de esos núcleos de creciente actividad económica. Esos centros urbanos requieren como input fuentes externas de energía que supere



los rendimientos decrecientes http://es.wikipedia.org/wiki/Sociedad_industrial - cite_note-I de la consolidación agrícola, debido parcialmente a la carencia de tierra arable, transporte asociado y costes de almacenamiento, lo que lo haría insostenible. Esto produce la necesidad de priorizar el acceso a la energía en las políticas económicas.

➔ Demografía

La sociedad industrial modifica de forma muy importante el comportamiento demográfico frente al denominado Antiguo Régimen demográfico propio de la sociedad industrial. La tasa de mortalidad desciende de forma considerable al mejorar las condiciones de alimentación y salud (aumento de la esperanza media de vida), seguida más tarde en su descenso por la tasa de natalidad y fecundidad, como consecuencia de la pérdida de la importancia de mantener familias numerosas (de hecho aumentan los costes debidos a los hijos, cuya mano de obra ya no se incorpora automáticamente a las explotaciones familiares como en la sociedad tradicional), y más tarde por la incorporación de la mujer al trabajo. Esos cambios se conocen con el nombre de Transición Demográfica.

➔ La crisis de la sociedad industrial

Algunos teóricos, como Ulrich Beck, Anthony Giddens y Manuel Castells, argumentan que estamos en medio de una transformación o transición entre la sociedad industrial y la sociedad postindustrial. Las tecnologías del cambio de la preindustrial a la industrial fueron la máquina de vapor y la producción en masa, y la reducción de la cantidad necesaria de trabajadores agrícolas. El catalizador de la transición a la sociedad posmoderna o sociedad de la información son las tecnologías de la información aplicadas en el contexto de la economía.

Los procesos de industrialización seguidos en el mundo occidental no coinciden en su linealidad con los fenómenos localizados de desarrollo surgidos de manera inducida por potencias extranjeras en Latinoamérica, respondiendo siempre a unos intereses y a una planificación externa, generando procesos inducidos de corto recorrido. <http://es.wikipedia.org/wiki/Globalizaci%C3%B3n>

2.4 LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO.

La emergencia de la economía del conocimiento, con la irrupción de nuevas oportunidades para el desarrollo, introduce una serie de condiciones y nuevos parámetros para que los pueblos puedan redefinir sus modelos de desarrollo, rompiendo directamente los esquemas y clichés impuestos en la era industrial.

La Economía del conocimiento o Economía Basada en Conocimiento (EBC) se caracteriza por utilizar el conocimiento como elemento fundamental para generar valor y riqueza por medio de su transformación a información. En las últimas décadas, la inversión en capital intangible ha crecido considerablemente en mayor medida que el capital tangible (maquinaria, materias primas, etc).

En realidad, la Economía del Conocimiento no genera valor y riqueza por medio de su transformación en información; sino que crea valor añadido en los productos y servicios en cuyo proceso de creación o transformación participa. El conocimiento es mucho más que mera información. La información son datos procesados con una utilidad general, mientras que el conocimiento significa formas, métodos y maneras de abordar y resolver problemas; significa entre otras muchas cosas, “Know-how”, “Know Who”: herramientas, medios de producción para producir a su vez, más conocimiento, productos y servicios con un valor añadido útil y cuantificable para la sociedad.

La Economía del Conocimiento está estructurada bajo una base material que ha permitido grandes cambios sobre las actividades económicas, sociales y políticas. La nueva base material aplicada a la producción está constituida por la computadora electrónico-digital que ha reconfigurado las relaciones sociales de producción, distribución e intercambio en el mundo.

De esta manera, el capitalismo contemporáneo presenta una economía del conocimiento donde las actividades de creación, adaptación, difusión y depreciación del conocimiento han crecido a un ritmo muy acelerado. En esta Economía del Conocimiento se estructura un nuevo patrón industrial de desarrollo donde surgen nuevas industrias (software y telecomunicaciones) y las viejas se ven rejuvenecidas por la aplicación productiva de las nuevas tecnologías.



En el plano económico-político las relaciones patronales-salariales han sido obligadas a cambiar a las exigencias de estas nuevas condiciones. Las políticas económicas de los países, sobre todo los países desarrollados, han sido orientadas a la inversión en investigación y desarrollo tecnológico, educación, salud y en la constitución de sistemas nacionales de innovación como elemento fundamental para el desarrollo del país.

La llamada globalización ha sido posible gracias a estos logros tecnológicos del sector electrónico-informático que ha permitido una nueva división del trabajo basada en las cadenas globales de producción asignando una cierta actividad -por medio de la subcontratación y similares- entre productores, distribuidores y compradores.

La rentabilidad del conocimiento solo es posible cuando este se ha codificado, transformándose en Conocimiento Codificado (modelo, reglas generales, etc.) y quedando disponible para que otras personas trabajen con ello, en su beneficio individual o colectivo.

⇒ Sociedad de la información y del conocimiento

Una sociedad de la información es aquella en la que la información y el conocimiento tiene un lugar privilegiado en la sociedad y en la cultura, de esta se desprenden apreciaciones laxas en las cuales la creación, distribución y manipulación de la información forman parte importante de las actividades culturales y económicas.

La sociedad de la información es vista como la sucesora de la sociedad industrial. Relativamente similares serían los conceptos de sociedad post-industrial (Daniel Bell), postfordismo, sociedad postmoderna, sociedad del conocimiento, entre otros.

La noción de sociedad del conocimiento fue utilizada por primera vez en 1969 por un autor austríaco de literatura relacionada con el “management” o gestión, llamado Peter Drucker, y en el decenio de 1990 fue profundizada en una serie de estudios detallados publicados por investigadores como Robin Mansel o Nico Stehr.

Las sociedades de la información surgen de la implantación de las tecnologías de información y comunicación (TIC) sobre una comunidad.

La eficacia de esta tecnología que actúa sobre elementos tan básicos de la persona como son el habla, el recuerdo o el estudio, modifica en muchos sentidos la forma en la que es posible desarrollar muchas actividades propias de la sociedad moderna.

Sin embargo, la información no es lo mismo que el conocimiento. La información se compone de hechos y sucesos, mientras que el conocimiento se define como la interpretación de dichos hechos dentro de un contexto, y con alguna finalidad; el conocimiento implica una construcción con sentido y criterio para alcanzar un fin o una meta determinados.

La noción de sociedad del conocimiento (knowledge society) surgió hacia finales de los años 90 y es empleada particularmente en medios académicos, como alternativa de algunos a sociedad de la información.

La UNESCO, en particular, ha adoptado el término sociedad del conocimiento, o su variante sociedades del saber, dentro de sus políticas institucionales. Ha desarrollado una reflexión en torno al tema, que busca incorporar una concepción más integral, no en relación únicamente con la dimensión económica.

Por ejemplo, Abdul Waheed Khan (subdirector general de la UNESCO para la Comunicación y la Información), escribe: La sociedad de la información es la piedra angular de las sociedades del conocimiento.

➔ Saber frente a conocimiento

Un matiz en este debate, que solo concierne a los idiomas latinos es la distinción entre sociedad del conocimiento o del saber (ambos traducen el término inglés knowledge society). La noción de saberes sugiere certezas más precisas, prácticas o de contenido tecnológico y analítico, mientras que conocimiento abarca una comprensión más global u holística.

André Gorz considera que los conocimientos se refieren a contenidos formalizados, objetivados, que no pueden, por definición, pertenecer a las personas...

El saber está hecho de experiencias y de prácticas que se volvieron evidencias intuitivas y costumbres. Para Gorz, la inteligencia cubre toda la gama de capacidades que permite combinar saberes con conocimientos. Sugiere, entonces, que knowledge society se traduzca por sociedad de la inteligencia.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

En todo caso, por lo general, en este contexto se utiliza indistintamente sociedad del conocimiento o del saber, si bien en español conocimiento parece ser más usual, debido al efecto de los medios de comunicación. Peter Drucker y la Sociedad del Conocimiento

En 1993, Peter Drucker escribió su libro *La sociedad post-capitalista*, en el que destacaba la necesidad de generar una teoría económica que colocara al conocimiento en el centro de la producción de riqueza.

Al mismo tiempo, señalaba que lo más importante no era la cantidad de conocimiento, sino su productividad. En este sentido, reclamaba para una futura sociedad, para una sociedad de la información en la que el recurso básico sería el saber, que la voluntad de aplicar conocimiento para generar más conocimiento debía basarse en un elevado esfuerzo de sistematización y organización.

Drucker afirmaba que sería una sociedad en la que la gestión empresarial cambiaría radicalmente su relación con sus trabajadores del conocimiento, pues éstos últimos estarían mucho menos necesitados de instituciones empresariales e incluso de la tradicional gestión del conocimiento, mientras que las empresas si estarían realmente necesitadas de los trabajadores.

Así pues, el discurso de Peter Drucker, al combinar la sociedad del conocimiento y el concepto de Global Shopping Center (el “centro comercial global”), trata de explicar el desarrollo de las empresas de talla mundial y el auge de las industrias.

Las redes de información habrían de generar un mercado perfecto, que se autorregularía per se, en la tradición de la “mano invisible” de Adam Smith, al menos en términos de bienes inmateriales, ya que los bienes físicos seguirían sujetos a las mismas limitaciones de siempre.

No se debería interpretar que el concepto sociedad del conocimiento describe una sociedad como la actual. Este concepto es más bien la formulación de una utopía, descrita como una etapa posterior a la era de la información, y a la que se llegaría utilizando tanto los medios tecnológicos, como la instrucción o educación universal y la humanización de las sociedades actuales.

La instrucción de las sociedades debería realizarse, enfocándose en las técnicas y criterios para tratar la información disponible con discernimiento y espíritu crítico.

El análisis, la selección de fuentes y la capacidad de combinar elementos de información recopilada para construir nuevos hechos o conocimiento útil para el usuario, deberían ser los pilares fundamentales de dicha instrucción social.

Drucker se interesó por la creciente importancia de los empleados que trabajaban con sus mentes más que con sus manos. Le intrigaba el hecho de que determinados trabajadores llegasen a saber más de ciertas materias que sus propios superiores y colegas, aún teniendo que cooperar con otros en una gran organización. Drucker analizó y explicó cómo dicho fenómeno desafiaba la corriente de pensamiento tradicional sobre el modo en que deberían gestionarse las organizaciones.

Conceptos suyos como “privatización” y “emprendimiento” -en su concepción actual-, son hoy en día globalmente usados. En su obra *Las nuevas realidades* Drucker pone de relieve la insuficiencia del Estado como agente de “redención social” y evidencia que sólo la productividad de una nación puede generar equidad entre su pueblo.

A lo largo de su carrera, Drucker se interesó por las organizaciones sin ánimo de lucro y en aportar su pensamiento a la tarea de mejorar la manera en que se administraban hospitales, iglesias, escuelas y organizaciones de la sociedad civil en general.

Drucker, aunó los valores morales de un líder a su eficacia como gestor del desarrollo social sostenible.

Curiosamente siempre se menciona a Drucker como investigador y autor sobre el tema del liderazgo, pero de alguna manera también podría considerarse al propio Drucker como uno de los líderes más influyentes del siglo XX, ya que definió cierta cosmovisión de todos los administradores de empresas, administradores públicos, administradores de organizaciones sin ánimo de lucro y de todos los ejecutivos de marketing del mundo entero.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

Drucker, en su libro más conocido La era de la discontinuidad, donde dedicó una sección del mismo a “la sociedad del conocimiento”, basándose en una serie de datos y proyecciones económicas de Fritz Machlup (uno de los primeros autores en acuñar la expresión “Sociedad de la Información”). Drucker explicó en dicha obra que, a finales de los 70, el sector del conocimiento generaría la mitad del PIB. En 1970, el tema del encuentro anual de la American Society for Information Science era “la Sociedad de la Información-Consciente”, y un artículo presentado trató sobre “el Advenimiento de la Sociedad de la Información”.

Para Drucker, pues, las nuevas tecnologías, que acompañan a la sociedad de la información, están transformando radicalmente las economías, los mercados y la estructura de la industria, los productos y servicios, los puestos de trabajo y los mercados laborales. El impacto es mayor, según él, en la sociedad y la política, y (en conjunto) en la manera en que vemos el mundo y a nosotros mismos. No olvidemos que nos encontramos, en esos momentos, en los albores del modelo de empresa multinacional –y transnacional, que atraviesa fronteras- que se extendería por todo el globo como paradigma de la economía más avanzada. Dicho discurso, el de las empresas de talla mundial, se apoyaba en el auge de las industrias, las redes de información, liberando del peso de las fronteras a los gestores de la producción, consumidores y productos, interconectándolos en un mercado único que se autorregula para decretar la irracionalidad del Estado-nación, y por consiguiente de la caducidad de las políticas públicas.

Como vemos la emergencia del conocimiento y su inicial aparición como la punta de un iceberg, posee un conjunto de connotaciones nuevas, que nos hablan de un nuevo paradigma socioeconómico, donde las relaciones interpersonales, profesionales y laborales apuntan a un nuevo modelo:

- » En lo social: más justo y democrático con el acceso global por parte del conjunto de la sociedad a los nuevos medios de producción (tecnología, información y conocimiento) y a los nuevos bienes (productos de conocimiento).
- » En lo productivo: un cambio en las relaciones de trabajo con la prelación del individuo sobre la empresa en base a su conocimiento y capacidad para actuar y transformar.

Desarrollo del nuevo concepto del emprendedor como modelo humano con capacidad para transformar la sociedad, agente de creación de empleo y riqueza, y pieza clave para generar riqueza y dinamismo social.

Desde el modelo **IBERCOTEC** estamos alineados plenamente con la importancia de los emprendedores en las nuevas organizaciones nacientes en la sociedad del conocimiento, de ahí la necesidad de cultivar esta figura y producir nuevas personas emprendedoras que lideren la nueva economía a través de un conjunto de prácticas y destrezas que definen a los emprendedores (escucha activa y sensibilidad hacia las necesidades y preocupaciones de las personas, articulación de ofertas, creación de redes, impecabilidad en el trabajo...).

En esta visión, algo que no se podrá soslayar como en otros momentos, es la responsabilidad social de los nuevos modelos económicos que han de contemplar en el seno de sus propuestas los aspectos relacionados con la sostenibilidad, el libre acceso a las oportunidades, el bienestar social, la democracia...

La principal apropiación que desde la visión **IBERCOTEC** hacemos de Drucker es su visión acerca de los recursos naturales, la mano de obra y el capital (elementos esenciales en la era industrial y en la visión capitalista tradicional), que pasan a ser elementos secundarios y pueden obtenerse, con cierta facilidad, siempre y cuando haya conocimiento.

Drucker convierte al conocimiento en factor preeminente en el desarrollo de las sociedades sobre los bienes y recursos de valor tradicionales.

2.5 LA ECONOMÍA DE LA EXPERIENCIA.

El modelo **IBERCOTEC** lo hemos venido fundando en el desarrollo de un nuevo tipo de organización sensible a las anomalías existentes en la comunidad, con capacidad de escucha y empatía, capaz de generar nuevas ofertas, expectativas y oportunidades para las personas, flexible, creadora de alianzas.



Hemos visto como el modelo se alinea con las nuevas visiones de la sociedad del conocimiento, y en esta senda incorpora nuevas visiones relacionadas con una nueva forma de economía emergente definida por Joseph Pine II/ James H. Gilmore: La Economía de la Experiencia.

De la economía de la experiencia tomamos un conjunto de valores aplicados para configurar el marco de intervención de **IBERCOTEC**.

La economía agraria se sustentó en los productos primarios, la economía industrial se basó en bienes; apareció luego la economía de servicios, y hoy las experiencias se perfilan como el siguiente paso en lo que Pine y Gilmore denominan la progresión del valor económico, pronosticando que el próximo campo de batalla competitivo de las empresas será la organización de experiencias.

Las compañías tendrán que asimilar y afrontar la transición de la venta de servicios a la venta de experiencias. “La experiencia es una oferta real pues tiene una estructura definida que debe diseñarse deliberadamente para atraer a un consumidor que está dispuesto a pagar un sobreprecio por vivirla.”

Las economías occidentales en los últimos años han experimentado un cambio radical en sus hábitos y pautas de consumo. Los consumidores de nuestro tiempo antes que adquirir productos y/o servicios se inclinan por la compra de emociones en forma de experiencias.

De la economía agraria de principios del siglo XIX, en la que el consumo se centraba en los productos básicos de alimentación, pasamos a la economía de los productos industriales transformados y entramos de lleno en la sociedad del consumo masivo de productos industriales.

A partir de la década de 1970 las sociedades occidentales comienzan a experimentar un cambio económico de gran calado basado en el desarrollo de los servicios, los clientes comienzan a adquirir masivamente servicios, coincidiendo con un proceso agigantado de terciarización de las economías.

En la última década del siglo XX el concepto del consumo y de los negocios sufre una gran transformación en la cual nos hallamos inmersos, se trata de la economía de la experiencia.

Las propensiones de los clientes en este momento se orientan a la compra de emociones nuevas y experiencias memorables. Y este ámbito experiencial implica al conjunto de productos y servicios de consumo (alimentación, cultura, formación, ocio, entretenimiento, comunicación, nuevas tecnologías...).

Dentro de este análisis, no nos interesa entrar en todos los campos de experiencia, nuestro interés se centra en aprovechar desde IBERCOTEC aquellos aspectos que están relacionados con las nuevas tecnologías y los productos de conocimiento sobre los que trabajamos, al objeto de diseñarlos y concebirlos como nuevas y memorables experiencias para las personas a las que van destinados (sociedad civil). Todo esto cobrará sentido al lector cuando se acerque a los productos de fácil comprensión, comprobando como se torna en una experiencia agradable el conocimiento de las oportunidades de las nuevas tecnologías, o cómo resulta una experiencia memorable aprender cosas complejas en formato de videos de 1 minuto (“micropíldoras”), o cómo se accede en un formato novedoso a un curso de formación desde casa, o como los alumnos aprenden en la práctica mientras fabrican productos de conocimiento desde una visión constructivista. Y más allá, como rompemos la visión de alumno / profesor para entrar en la experiencia de personas actoras de su propio conocimiento y sus propios proyectos, transformando la visión de sí mismos y convirtiéndolos en personas emprendedoras.

Entenderemos esta visión con la incorporación a nuestro modelo de intervención de los principales valores de la economía de la experiencia

» Experiencias se pueden crear en todos los ámbitos.

Sentir nuevas experiencias y pagar un precio elevado por ellas, es un hecho que está avalado por las tendencias actuales del consumo, sin embargo el diseño de estrategias y alternativas en este ámbito es algo que presenta grandes dificultades por los actores económicos y en especial por parte de empresarios e inversores. Nos hallamos ante una nueva economía, cuyas claves hemos de conjugar rápidamente para poner en el mercado nuevas ofertas.



» Extrayendo las claves de la economía de la experiencia.

La situación de cambio actual que impulsa las economías mundiales nos dirige al desarrollo de nuevas estrategias en las comunidades Latinoamericanas para hacer frente a una realidad que viene, o mejor dicho que ya está aquí, y que no es otra que la transformación radical de las maneras de consumir, que caminan hacia la llamada economía de la experiencia.

Este trabajo está orientado a impulsar una nueva visión estratégica para el desarrollo de nuestros pueblos, incorporando las últimas tendencias de la economía para liderar nuevos proyectos sin imposiciones ni directrices guiadas de otras esferas de influencia y centros de poder.

» Un momento para repensar las formas de trabajar

Entramos en una fase nueva de la economía en la que los protagonistas han de enfocar sus esfuerzos y dirigir sus estrategias, no hacia los negocios que funcionaron hace unas décadas, sino en los negocios que comienzan a funcionar ahora, y por ende eclosionarán en los próximos años.

En este contexto es obligado repensar las cosas que estamos haciendo en su conjunto (la economía, la creación, la educación, la política, la sociedad...), desde una mirada renovada, permitiendo operar nuevas estrategias en todos los órdenes.

La inercia a la hora de plantear negocios y nuevas actividades hacia el espectro de lo conocido, nos llevan hacia soluciones equivocadas. No podemos abordar el futuro con proyectos que funcionaron hace unas décadas o un siglo atrás. El campo a explorar se expande hacia nuevos diseños de negocio donde el eje central es producir nuevas y singulares experiencias para los clientes. Y claro está, ahí mismo está la dificultad.

Claves.

- ⇒ Cambio en la estrategia del patrón productivista de la agricultura, ganadería, industria hacia otros sectores de actividad emergentes.
- ⇒ Poner en crisis y en tela de juicio los planteamientos económicos tradicionales.
- ⇒ Diseñar nuevas formas de comprar y vender alternativas a las que se han venido realizando siempre.
- ⇒ Focalizar la energía en la fabricación de nuevos productos y servicios.
- ⇒ Los viejos modelos de producir, vender y competir sobre la base del precio (rebajas, descuentos, liquidaciones...) han terminado.
- ⇒ En la nueva economía el cliente (el ciudadano) sigue siendo el foco de la acción.
- ⇒ Las experiencias son un género de producción económica que siempre ha existido, pero nunca como ahora alcanzan un vigor tan grande.
- ⇒ Diseñar productos y servicios en forma de nuevas experiencias es un elemento clave para el éxito.

Estamos en una revolución sin precedentes, en una ascendente económica. En la época preindustrial las ofertas se centraban en torno a los productos primarios, con la Revolución Industrial el consumo se orientó al consumo de productos industriales. Después la propensión del consumo se focalizó en los servicios (productos + servicios). Y en este momento estamos entrando aceleradamente en el consumo de experiencias en todos los ámbitos de la vida, que podemos considerar como una evolución de los servicios hacia el desarrollo de emociones.

Percibir este movimiento es de extraordinario interés antes de plantear las acciones estratégicas y líneas de trabajo desde **IBERCOTEC**, acomodar las nuevas ofertas que se inventen en este nuevo patrón. Y aplicar esto en nuestros países supone identificar claramente los recursos con los que contamos en nuestros



territorios y comunidades para transformarlos en nuevas ofertas en forma de experiencias singulares en los ámbitos de las tecnologías y el conocimiento. Pero también ha de ser un elemento crítico de trabajo para las organizaciones que se preocupan del empleo y las cuestiones sociales (reparto de la riqueza, equilibrio social...).

El fenómeno de la industrialización supuso una pérdida extraordinaria de efectivos en el campo, con un trasvase acelerado de mano de obra hacia la industria. A su vez el desarrollo del sector servicios repercutió en la pérdida de empleos en la industria (menos personas fabricaban más artículos). El futuro del empleo estará en las ofertas de experiencia. Ahora bien, ello no significa que vayan a desaparecer los empleos de la agricultura, la industria o los servicios convencionales. Para todos estos sectores sigue habiendo hueco y nicho de mercado, pero la gran marea de la economía se mueve hacia la oferta de experiencias.

» **Hacia la personalización y las nuevas experiencias.**

Líderes en productos y servicios TIC y de conocimiento basados en nuevas experiencias para los ciudadanos. En la economía convencional de los países desarrollados, la producción está cayendo en la espiral creciente de la personalización. La personalización convierte los bienes en servicios y estos en experiencias.

Aunque la actual crisis económica está suponiendo un freno al consumo, la economía continúa su tendencia a la producción de experiencias en todos los campos (alimentación, formación, productos culturales, ocio...).

Junto a las experiencias virtuales (viajes virtuales, mundo de la animación y multimedia...). Crecen otras con gran fuerza como los deportes extremos, disfrute de la naturaleza, el ala delta.

Podemos empezar a construir valor de experiencia cuando sumamos un escalón más en los procesos de un producto desde su creación hasta el consumo final por el ciudadano

La creación de experiencias sumergen al ciudadano en una nueva forma de aprender y acceder al conocimiento.

Las nuevas formas de aprender y acceder al conocimiento han de ser diseñadas y producidas como experiencias singulares para las personas, con la capacidad suficiente de ejercer atracción y fascinación, como para ser adquiridas por otras personas del mundo con suficiente capacidad de compra.

Esto es, una visión diferente para producir valor a medida que generamos nuevos productos y servicios desde **IBERCOTEC**. Es crear escenarios de aprendizaje donde actúan las personas como actores principales.

A lo largo de la historia, los mercados han ido cambiando. Los mercados comenzaron a trabajar con los productos naturales, llevados directamente desde su extracción del entorno. Con la elaboración y manufactura de estos productos, nos aparecen los bienes, a los que les añadimos valor. No nos quedamos ahí, la distribución especializada de estos bienes nos llevan a la aparición de los servicios, y si trabajamos la venta de ese servicio, en un ambiente y circunstancias determinadas, nos aparecen las experiencias. Las experiencias son la cuarta oferta económica del mercado.

» **Aplicar dominios de experiencia a los productos y servicios de IBERCOTEC.**

Crear experiencias no es generar productos o servicios entretenidos, es involucrar directamente a las personas en las actividades que se proyectan, hacerlas partícipes de los procesos, buscando actividades definidas por la participación activa, absorción e inmersión en las mismas

Para ver la diferencia, tenemos el ejemplo de un estudiante, que interioriza más los conceptos cuando hace un experimento en el laboratorio que si ve los mismos conceptos en una clase convencional, o un espectador, que disfruta más viendo la misma película e un cine con sonido envolvente, que en casa con la película sacada del videoclub.

Desde **IBERCOTEC** desarrollamos de forma aplicada de los dominios de experiencia:



» **El dominio educativo.**

La educación, a diferencia del entretenimiento, implica la participación activa del sujeto.

Para informar a una persona y/o aumentar sus habilidades, los sucesos educativos deben involucrar de forma activa su mente, en la educación intelectual, y/o su cuerpo si es un adiestramiento físico.

“Aprendices interactivos”. Pasamos de un enfoque industrial de la formación donde el maestro es el actor y los alumnos los receptores pasivos, a un nuevo modelo que está surgiendo, el modelo de educación , donde el acto educativo recae en el aprendiz activo, no en el maestro-manager (Stand Davis y Jim Botkin, “The monsters under the bed”).

» **Hacer participar a los cinco sentidos.**

Los estímulos sensoriales que acompañan una experiencia deben sustentar su tema e intensificarlo. Una experiencia es más memorable, cuanto más compromete los sentidos. Los servicios se convierten en experiencias cautivantes cuando están “recubiertos” de fenómenos sensoriales.

» **Personalización masiva.**

La personalización masiva significa servir con eficiencia a las personas de modo particular.

» **En busca de la singularidad.**

» **La experiencia es renovación.**

Cinco años es casi el periodo máximo en el que una experiencia puede estar actuando sin renovarse. Hay que modificar elementos o agregar nuevos, para seguir manteniendo la oferta atractiva y merecedora de que la gente gaste dinero para volver a experimentar todo otra vez.

» Sorprender al cliente.

Generar productos donde el cliente se encuentre ante algo inesperado para elevar su satisfacción. Crear satisfacción y sorpresa en el cliente reduciendo su grado de trabajo y sacrificio.

“Para que una compañía avance en la progresión del valor económico debe ante todo de ocuparse de aumentar la satisfacción del cliente, luego de eliminar su sacrificio, y por último de causarle sorpresa”.

2.6 EN BUSCA DE UN MODELO DE DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL BASADO EN EL CONOCIMIENTO.

LA PROPUESTA DE IBERCOTEC COMO MODELO DE DESARROLLO.

Una breve visión global de **IBERCOTEC** respecto a la historia de la comunicación y el conocimiento.

“Hace mucho tiempo, los hombres transmitían su conocimiento escribiendo en las piedras, dejándonos como huella las pinturas rupestres... después, la seña de identidad de las primeras cultural se caracterizó por el desarrollo de nuevos códigos de comunicación y el gran invento de la escritura, posibilitando la transmisión de lo conocido a otras personas, gestando de esta forma la civilización y el progreso...”

En la Edad Media, el saber quedó restringido a los monasterios, relegando a la humanidad a un período de decadencia y oscuridad. Tan sólo los trovadores y los juglares, a través de los romances y su narración, llevaban la información y la cultura al pueblo llano...

La Era Guttemberg supuso un hito para la historia de la Humanidad, fue el motor del resto de las revoluciones modernas de nuestro tiempo. Supuso la expansión y difusión del conocimiento y las ideas entre mucha gente de forma más rápida y asequible. Una auténtica revolución del conocimiento, basada en una tec-



nología nueva: La imprenta...

El siglo XX, nos trajo inventos revolucionarios para la transmisión de la información y el conocimiento, como la radio o la televisión. Pero no será hasta el final de este último siglo, con el nacimiento de Internet, cuando se gesta la mayor revolución tecnológica conocida por el ser humano. Internet, permitió poner en circulación y compartir todo el conocimiento gestado hasta el momento.

Sin embargo, la revolución tecnológica de Internet, como canal accesible y universal a buena parte de la humanidad, seguía utilizando el mismo código de comunicación de la Antigüedad, la Edad Media y la Era Guttemberg: los textos escritos y las imágenes.

A finales de la primera década del siglo XXI nace MICROPEDIA.tv, como una nueva herramienta de conocimiento y comunicación para la gran comunidad mundial de Internet. Utilizando para ello, la plataforma de la televisión por Internet y el lenguaje de la micropíldoras.

La **MICROPILDORA** es una unidad que encierra un conocimiento o la comunicación de un hecho relevante en un minuto, utilizando para ello un nuevo lenguaje. De la misma manera que en la antigua enciclopedia, las unidades de saber se organizaban en áreas temáticas para su consulta, ahora se estructuran en canales temáticos, y en lugar de texto, se accede a unos vídeos muy originales con un lenguaje nuevo, desenfadado, sencillo, ameno y directo.

Pero la auténtica revolución, llegará con la incorporación y la participación activa de la ciudadanía en la creación de micropíldoras y el uso de las redes sociales. Personas de todo el mundo creando comunicación cooperativa basada en los principios del conocimiento libre y las herramientas del software libre, para producir el saber que genera la evolución de los tiempos.”

En esta época de cambios vertiginosos impulsados por la revolución digital, nadie duda que presente y el futuro pasan por Internet. El mundo digital, lleno de propuestas, está influyendo en la economía, en la política, en la sociedad y en la comunicación.

Internet es el tejido de nuestras vidas y tiene influencia en nuestra forma de pensar. Es la herramienta de comunicación más potente jamás conocida y está trastocando gran parte de los paradigmas que hasta

ahora nos ayudaban a comprender los procesos de comunicación.

- ➔ La interactividad nos permite pasar de un modelo unidireccional a otro bidireccional, en el que el emisor y el receptor intercambian permanentemente sus roles y en el que los sistemas de feedback son más dinámicos, inmediatos, globales y horizontales: la voz de la ciudadanía como protagonista.
- ➔ La personalización de la información, en las versiones electrónicas de los medios, buscadores, portales, etc., nos permite recibirla a la carta y adaptada a cada necesidad.
- ➔ La multimedialidad, la integración de todos los formatos de información (texto, audio, vídeo, gráficos, animaciones) opera como complementariedad.
- ➔ La actualización de la oferta informativa en la Red, hace posible el seguimiento al minuto de la actualidad informativa, anteponiendo en muchas ocasiones veracidad por velocidad e inmediatez.

Se multiplica la oferta de la información en Internet. No hay límites a la cantidad de medios, ni al volumen de información que cada uno puede ofrecer.

Los nuevos escenarios de la comunicación que plantea Internet han de interpretarse como la ocasión para redefinir el perfil y las exigencias profesionales de los comunicadores, así como los contenidos y los procedimientos de su formación académica.

Todos los soportes se funden en la Red, y una vez más emergen los contenidos como factor diferencial de identidad y calidad. Cada vez ganan mayor terreno los materiales multimedia: La evolución del vídeo frente a la imagen y al texto.

Internet ha provocado un efecto paradójico en la comunicación, por una parte se ha desprofesionalizado, y por otra se ha superespecializado fragmentando el conocimiento en infinidad de parcelas.

Es necesario transformar la información en conocimiento, gestionar éste y responder de un modo más efectivo a las demandas de un público que busca en la Red contenidos de fiables de referencia.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

Desde esta retrospectiva global parte el planteamiento de **IBERCOTEC**, planteamiento al que hemos aplicado una visión de enfoque global bajo un prisma socioeconómico para contribuir a transformar la realidad de nuestras comunidades, como un proceso basado en el acceso ciudadano a las TIC y al conocimiento.

Hasta aquí hemos realizado un análisis teórico acerca de la teoría económica aplicada a la transformación de la realidad de nuestras sociedades, partiendo de las visiones económicas que han dominado las políticas occidentales, y especialmente de los Estados Unidos a lo largo del siglo XX y principios del XXI, desde el paradigma capitalista y de la libre empresa de W W Rostow, pasando por el análisis de la sociedad agraria a la industrial, y de ésta a la sociedad del conocimiento, y las aportaciones de la economía de la experiencia.

Hemos llegado a un modelo de intervención que ponemos en práctica desde IBERCOTEC que se sustenta en la visión compartida, la creación de nuevas organizaciones, la incorporación de una cultura del emprendimiento, el desarrollo de una economía basada en el emprendimiento.

Pero aún no hemos llegado al meollo del asunto: cómo llevar esto a la práctica, cómo convertir este discurso en acciones concretas que sirvan para generar un nuevo modelo económico basado en el conocimiento, cómo vamos a producir conocimiento, qué productos de conocimiento vamos a fabricar, cómo estos productos se van a convertir en un medio de vida, en una actividad, en un sector económico para las personas que los hacen, cómo se van a poner en valor, cómo se van a poner en valor y distribuir, y finalmente cómo van a llegar a sus destinatarios, a la sociedad civil, al pueblo.

Estos temas son los que avanzaremos en los siguientes capítulos, después de centrarnos específicamente en el fenómeno del conocimiento como elemento de valor que trataremos en el siguiente capítulo.





3.

¿QUÉ ES EL CONOCIMIENTO?

Cómo convertimos el conocimiento en una fuente de valor.

3.1 INTRODUCCIÓN

En el capítulo anterior analizábamos desde una perspectiva económica la evolución de las sociedades hacia la economía del conocimiento, así como el posicionamiento y la propuesta de IBERCOTEC en estos ámbitos.

En éste capítulo vamos a desgarnar el conocimiento y los procesos en los que se articula para convertirse en fuente de valor.

3.2 | ¿POR QUÉ TRABAJAR SOBRE EL CONOCIMIENTO?

El conocimiento es un factor que incide sobre la producción de resultados en las organizaciones, convirtiéndose en el elemento decisivo para la generación de valor. En el capítulo anterior veíamos como cada vez son más determinantes los activos intangibles (experiencia, procesos, identidad, satisfacción de clientes), sobre los tangibles (medios de producción, recursos financieros, materias primas...). Tradicionalmente el valor se generaba con los activos tangibles, pero en la actualidad esta regla se ha invertido. Para las organizaciones

cada día resulta más determinante conocer claramente qué es lo que sabe, dónde se encuentra el saber y cómo acceder a él. Cuando hablamos de conocimiento, nos estamos refiriendo a dos tipos:

- 1 | **Explícito:** fácilmente procesado, transmitido y almacenado, hace referencia a la ejecución del conjunto de tareas más visibles y cotidianas del trabajo (gestión de expedientes, flujos de trabajo, entrada y salida de documentos...).
- 2 | **Tácito:** subjetivo e instintivo lo que dificulta su procesamiento o transmisión, que puede estar siendo utilizado o no para producir valor.

El conocimiento explícito está almacenado en documentos, bases de datos y otros tipos de información grabada en un determinado contexto, con el objetivo de que pueda servir al proceso de toma de decisiones. El conocimiento tácito lo constituyen las acciones, experiencias, ideales, valores y emociones de los individuos (talento artístico, creatividad, capacidad de relacionarse, comunicación, seducción...); generalmente, como su nombre indica, suele estar oculto.

El trabajo que desde **IBERCOTEC** tenemos planeado en la elaboración de Productos de conocimiento se centra fundamentalmente en convertir el conocimiento tácito en explícito, tomando como referencia el conocimiento focal que se constituye en torno a una serie de fenómenos claves en el marco de las TIC (agitación social, periodismo ciudadano, emprendimiento, redes sociales...).

El objetivo es construir finalmente un conocimiento colectivo producto de la suma del conocimiento de las organizaciones que forman parte de **IBERCOTEC** individual y del intercambio del mismo entre las personas que forman parte de las organizaciones y sus usuarios finales.



Este trabajo está motivado por dos preocupaciones centrales: en primer lugar, crear y estructurar conocimiento para producir acción y transformación; en segundo lugar, difundir este conocimiento.

Habitualmente, no damos el justo valor al conocimiento hasta que no lo necesitamos para solucionar un problema que nos afecta; nadie se podría imaginar lo valioso de pilotar una nave, hasta que no se encuentre en Marte sin otra posibilidad de retorno... Por eso en nuestros días se convierte en vital el hecho de almacenar y de tener disponible el conocimiento para poder utilizarlo cuando sobrevenga la necesidad...

3.3 | UNA COSA ES INFORMACIÓN Y OTRO CONOCIMIENTO

A menudo solemos confundir conocimiento con información. El conocimiento permite transformar la realidad, e implica práctica y experiencia; la información, no. Conocimiento es poder para hacer; información son datos articulados que nos ayudan a tomar decisiones.

“En el sistema de Gestión del Conocimiento se pretende cubrir las necesidades de todas las personas en la organización para la creación, organización y análisis de conocimientos y su difusión en la empresa y el compartirlos con el exterior”

Stanislav Qanquelo.

Podemos decir que datos, información y conocimiento forman una cadena ascendente, donde el último eslabón es el que produce el valor para cambiar las cosas, para poner algo donde antes no lo había.

«La materia prima es la información, el producto es el conocimiento».

Joyanes L.

El conocimiento surge como fruto de la interacción del hombre con el mundo, del ensayo y del error y se transmite a través del aprendizaje. Por eso, nuestra prioridad al elaborar un método de trabajo para enfrentarnos a campos nuevos, en los cuales necesariamente hay que generar experiencia para producir conocimiento, ha sido hacer. En esta situación, la acción no puede ser frenada por la reflexión. La secuencia en nuestro proceder es:

Hacer... hacer... reflexionar... hacer... hacer, frente a reflexionar... reflexionar hacer

Una de las claves en los procesos de trabajo en **IBERCOTEC** que configuran el eje de nuestra metodología a la hora de operar es aprender haciendo.

«Lo importante es hacer, cuando alguien ha hecho una cosa es fácil saber en qué podía haber mejorado, pero si nadie lo hace esto es imposible. Hay que hacer, luego mejorar... Cuando alguien comete un error, aprende mucho de esa experiencia, esto en sí mismo tiene un gran valor para que otros puedan aprender de ello».

Antonia Stone

El conocimiento son los planos (el camino recorrido previamente), que nos permiten hacer operativa la información para la toma de acción. Casi siempre se lo debemos al impulso de pioneros que se atrevieron a adentrarse en un ámbito desconocido, y en el cual no sucumbieron por el miedo a errar. Generar conocimiento es descubrir nuevos claros para los demás, proporcionando los planos para colonizarlos.

Esta es otra de las claves de **IBERCOTEC** aplicada de forma transversal a todo lo que hacemos: fomentar en el equipo la acción, valorando a aquellas personas que se equivocan / haciendo, premiar el error porque cuando éste se produce es un indicador de que la persona está en la acción, está haciendo pruebas. De otro lado, otro punto interesante del error es que marca el camino a otras personas de la organización por el que no se debe seguir.



3.4 | Sensaciones, datos, información, conocimiento. Intencionalidad, sentido y criterio para utilizarlos

El conocimiento implica intencionalidad, persigue un fin, está guiado por un sentido y criterio previamente definidos.

Desde los datos que son fruto de las percepciones que obtenemos de la realidad a partir de nuestros sentidos, realizamos una construcción social cooperativa y acumulativa, que alcanza su proyección en el lenguaje. Estos datos los convertimos en información y a partir de esta información construimos conocimiento, pero para esto debe de existir una intencionalidad en el proceso.

La intencionalidad nace de imaginar un cierto futuro para después canalizar la acción en su materialización, haciendo jugar en su consecución, datos, información y experiencias.

El criterio pasa por separar los datos importantes de los que no lo son, la intencionalidad implica dirigirse premeditadamente en una dirección en pos de una oportunidad...

«El hacer con la información es lo que produce conocimiento».

Alejandra Vilariño

El criterio es el vehículo que nos permite pasar de la información al conocimiento, la información por sí sola no tiene ningún valor a no ser que alguien quiera hacer algo con ella.

«Una cosa es gestión de la información y otra gestión del conocimiento, la primera hace mención a los procesos de catalogación y organización de la información, la segunda involucra los procesos creativos de interacción de las personas con los datos, el conocimiento es la aplicación de cierta información que nos ayuda a modificar una actitud, un comportamiento, unas ideas».

Sonia Flotats

De la sociedad de la información avanzamos lentamente hacia la sociedad del conocimiento, a partir de una senda intermedia «la sociedad del criterio», el criterio nos marca el por qué y el para qué.

El conocimiento permite transformar y producir valor, pero eso sólo será posible si hay un potente criterio que lo oriente. El conocimiento se ha convertido en la mayor riqueza de las naciones por encima de las materias primas o la posición geoestratégica, es el bien máspreciado en la economía, en la política, en las ciencias...

A esto no se pueden sustraer las administraciones, cuyo horizonte de futuro se sitúa en producir valor social y un nuevo marco de oportunidades para el ciudadano.

En uno de los numerosos encuentros internacionales de nuestros equipos de trabajo en Bolivia, al trabajar sobre el proceso de construcción del conocimiento aplicados a la creación de productos TIC que recogieran el conocimiento emergente sobre las posibilidades de uso de las redes sociales y el periodismo ciudadano, planteábamos abiertamente la oportunidad de crear conocimiento en torno a éstos fenómenos nuevos, porque realmente este conocimiento no se halla cifrado ni codificado para sacar todo el provecho a esta “nuevas materias primas de la economía del conocimiento”, y cómo en esto había una gran oportunidad sobre la que estamos trabajando en la práctica en la creación de “productos de conocimiento”.

Ante esta exposición llena de conceptos difíciles y muchas veces difíciles de explicar, uno de los miembros del equipo **IBERCOTEC** realizó la siguiente intervención.

“Miren Ustedes, vamos a analizar el conocimiento sobre el tomate. El tomate, es un producto del Nuevo Continente que mueve una potente economía, sobre todo en los países occidentales. Todos nos podemos poner de acuerdo al decir que el conocimiento en torno a este cultivo nace de la observación de los nativos americanos de las condiciones naturales en las que se producía la planta. Estamos hablando de un conjunto de datos agronómicos:

- » Temperatura a los que germina la semilla (grados centígrados).
- » Humedad necesaria del suelo (% de humedad).



- » Componentes del suelo en los que se desarrolla en su óptimo humus, otros componentes).
- » Tiempo de crecimiento (días).
- » Ciclo de vida de la planta.
- » Formas de la planta (subespecies y características).

También Podríamos decir que a partir de esos datos, la población nativa elaboró una información relevante que posibilitó la posterior domesticación de la planta, esta información se construyó a partir de los datos que esas personas habían obtenido de la observación de la planta en su medio natural: la planta se desarrolla cuando la temperatura es de entorno a 20° C, la humedad del suelo es de un %..., la planta tarda en desarrollarse dos meses aproximadamente y al tercero produce frutos.

Pero lo verdaderamente relevante y apasionante fue cuando los pueblos indígenas decidieron utilizar esa información con un sentido y un criterio determinados para desarrollar una agricultura, una economía y un modelo social determinado en torno al cultivo de esa y otras plantas. Entonces es cuando crearon el conocimiento en torno al tomate.

Pero ese conocimiento no quedó ahí, otros pueblos continuaron agrandándolo, y siguieron aplicando otros criterios al conocimiento del tomate, recolectándolo de manera industrial, llevándolo a fábricas para su transformación, desarrollando nuevas formas de preparación, conservación y consumo (al natural, frito, ke-chup, zumo, salsas, mermelada, en polvo...).

Sumando toda esa cadena de valor podemos decir que se ha generado todo un conocimiento en torno al tomate que genera una extraordinaria suma de recursos, empleos y actividades (cientos de miles de Ha de cultivo, fábricas, restaurantes, platos...), el conocimiento del tomate sigue vivo y creciendo, y con él las oportunidades para la alimentación humana.

Todo este análisis es aplicable a los trabajos que está realizando IBERCOTEC, sólo que en lugar de trabajar sobre el conocimiento del trabajo lo hace sobre la materia prima más valiosa para el desarrollo de nuestras comunidades: las TIC y el conocimiento”.

3.5 | INCENTIVAR QUE EL GRUPO SE HAGA PREGUNTAS Y BUSQUE RESPUESTAS .

Se pueden imaginar las preguntas que nuestros antepasados americanos se hicieron durante milenios observando como crecían esos frutos rojos y menudos de la tomatera. El proceso de conocimiento comenzó cuando se interrogaron cómo ocurría todo aquello.

Desde **IBERCOTEC**, el trabajo en nuestras factorías de conocimiento comienza por incentivar a los diferentes equipos que generarán recursos de conocimiento; invitándoles a que se hagan preguntas y a que busquen respuestas para los desafíos a los que se enfrentan en su trabajo.

El proceso se inicia cuando introducimos a los profesionales en esta conversación, abriéndoles el ámbito de posibilidades para que profundicen en propuestas y soluciones creativas y personales en torno a las TIC y al desarrollo de conocimientos nuevos para las personas de sus organizaciones. Además, esta opción ofrece a sus protagonistas un enorme campo de oportunidades y una nueva fuente de reconocimiento en su labor diaria.

El trabajo se ve enriquecido por la diversidad geográfica y cultural de **IBERCOTEC** que trabajamos cooperativamente en la creación de conocimiento (España, Bolivia, Uruguay y Nicaragua), poniendo en juego enfoques, puntos de vista y prácticas diferenciales que enriquecen el proceso, aplicando la observación del saber hacer de las cosas que se realizan en otros contextos y que pueden ser compartidas y aplicables en el trabajo ordinario.

La innovación mediante la aplicación de conocimientos «residuales» (propios de otras culturas, profesiones, ámbitos geográficos...), abre un nuevo horizonte de opciones al coto, generalmente cerrado del trabajo en las organizaciones individuales.

Los trabajos de **IBERCOTEC** se sustentan sobre los siguientes conceptos y prácticas relacionadas con el conocimiento:



- » Aprendizaje organizacional: desarrollo de conocimientos necesarios para acciones futuras.
- » Capacidades estratégicas: dotar nuevas capacidades para el diseño estratégico.
- » Capital intelectual: material intelectual que puede utilizarse en la práctica, creando valor para la organización en su conjunto.
- » Capital organizacional: competencias y capital intelectual de la organización para crear valor.
- » Capital relacional: aumento del espectro de relaciones, reputación con aliados y usuarios.
- » Capital cliente: en cuanto al incremento de usuarios y mejora de las condiciones de satisfacción.
- » Conocimiento colectivo: capital generado por la suma de conocimiento individual con la plusvalía de compartir el mismo.

IBERCOTEC y su método de intervención la convierten en una organización que aprende, entendido como forma de relación en la que los profesionales expanden continuamente su capacidad para producir los resultados que desean, en la que emergen esquemas nuevos y amplios de pensamiento, donde la aspiración colectiva se manifiesta libremente y donde la gente se encuentra aprendiendo en grupo constantemente.

«La clave del trabajo está en las personas»

IBERCOTEC

El conocimiento no está en los documentos de la organización, los archivos, los ordenadores..., lo portan las personas, está dentro de ellas, por tanto son las personas el centro principal de atención. La implantación de procesos de gestión del conocimiento precisa de un cambio cultural en el trabajo, y la colaboración en equipo es una necesidad.

«Las organizaciones del conocimiento en red van a necesitar al individuo como elemento básico. La información y el conocimiento pasan a ser un recurso estratégico crítico».

Stanislav Ranquelov

La gestión del conocimiento supone una nueva cultura de trabajo para las personas, y esto exige una dura tarea de preparación, como cambiar los hábitos de los individuos (desinstalar unos para instalar otros). Es una labor de reingeniería (revisión y rediseño del proceso productivo y rendimiento del trabajo para alcanzar progresos en función de la mejora de los estándares de satisfacción de los usuarios), que implica dar respuesta tangible a lo que las personas van a ganar alineándose con el cambio.

«Crear comunidades de conocimiento sólo se puede hacer si los miembros de la organización sienten las ventajas de utilizarlas».

Stanislav Ranquelov

«Desde IBERCOTEC fomentamos las organizaciones que hablan»

IBERCOTEC

Para producir conocimiento necesitamos el lenguaje, como herramienta que nos da posibilidad de interactuar con otros, abrir el ámbito de las conversaciones en el contexto en el que vamos a operar.

«El rasgo más sobresaliente de Internet en los próximos años será la imparable emergencia de las comunidades virtuales de conocimiento».

Karma Peiró

La organización que genera conocimiento es una organización que habla, y en ese conversar genera ideas nuevas y planos para habitar nuevos espacios de realidad.

«El conocimiento sólo es posible en la interacción con otros, no nace por generación espontánea en el cerebro de los individuos».

Joseph Vives

«La comunicación entre las personas es una piedra de toque para atraerlas a nuevos espacios... hay que sintonizar con lo que la gente quiere y necesita, preguntando a esta gente».

Antonia Stone



«Las organizaciones que hablan, sienten y responden a las necesidades de los ciudadanos».

IBERCOTEC

En los diversos trabajos de campo realizados con distintos equipos de profesionales, es patente la necesidad de potenciar dentro de la organización los mecanismos dirigidos a incrementar su capital intelectual (conjunto de activos intangibles con los que cuenta una organización que, pese a no estar reflejados en sus inventarios, generan valor o tienen potencial de producirlo en el futuro).

“Está claro que existe un capital que nadie se ocupa de medir y del que nadie informa a la organización, pero que sin lugar a dudas tiene un valor real. Identificar y medir el capital intelectual, tiene como objeto convertir en visible el activo que genera la organización».

Juan Carrión Maroto

En esta lógica lo que puede ser medido y ponderado puede ser canalizado y reconducido a favor del éxito de la propia organización. Las organizaciones que componen IBERCOTEC reúnen una serie de activos sobre los que incrementar su capital de conocimiento, principalmente los activos centrados en sus profesionales. No podemos olvidar el alto nivel de cualificación de los mismos ni la importancia de las metodologías y de los procedimientos de trabajo o de las infraestructuras, pero, sobre todo, hay que tener en cuenta el capital cliente (concepto que podríamos traducir a nuestro contexto como capital social), que es un elemento de poder y de influencia creciente, y el capital relacional; estos dos últimos elementos posibilitan un ámbito para la acción cuyo potencial de generación de valor social es incalculable.

El término de capital cliente / capital social aplicado a nuestra organización lo acuñamos como la potencialidad que tiene ésta, en función de su gran número de usuarios. Esta consideración es el principal activo que tienen las organizaciones para producir valor, tanto es así que miden sus posibilidades en función de su masa social actual o potencial. Otro de nuestros grandes activos es nuestro potencial de relaciones (capital relacional), como elemento que posibilita multiplicar las opciones para la acción de un grupo, fruto de las sinergias y relaciones con otros (administraciones, ONGs, asociaciones, colectivos, empresas...), aquí atesoramos un filón importantísimo para producir valor.

3.6 | LAS ORGANIZACIONES NECESITAN CONOCER LO QUE SABEN.

Centrándonos en nuestro ámbito de trabajo: el desarrollo de productos TIC y de conocimiento. En los últimos años han surgido buen número de innovaciones (software libre, redes sociales, periodismo digital...), todo este conocimiento tácito es de un extraordinario valor porque aún no se halla codificado, no es conocimiento explícito para los ciudadanos de nuestros países ni para otras organizaciones.

Por tanto, el paso inicial de los trabajos de **IBERCOTEC** para crear productos de conocimiento pasa por identificar y conocer lo que saben los profesionales y personas de las organizaciones de los diferentes países (ASDENIC, CEPAD, FACTOR SOLIDARIDAD, AUPEX, IDENTIC, EMPRENDEDOREX...), así como sus entornos.

Para procesar ese conocimiento emergente, codificarlo en materiales de fácil comprensión y transferirlo a la sociedad civil para que pueda utilizarlo y generar valor cultural y económico en las vidas de las personas.

¿Cuánto conocimiento hay en nuestras organizaciones y sus entornos? ¿Dónde reside? ¿Cómo codificarlo y hacerlo accesible a otras personas? ¿Cómo hacerlo circular desde donde existe hasta donde hay déficits? ¿En qué áreas hay que producir nuevo conocimiento? ¿Qué necesitan saber nuestros ciudadanos para mejorar sus vidas? ¿Quiénes son los encargados de explorar y producir nuevo conocimiento? ¿Quiénes han de transferirlo y divulgarlo?

Estamos en el momento adecuado para establecer mecanismos que permitan recabar, acumular y multiplicar el conocimiento de las personas que operan en una organización para diseminarlo hacia el resto, ampliando las vías por donde fluye y se acumula y cerrando aquellas por las que se escapa.

La cultura del trabajo es el conjunto de prácticas que lo definen, éstas se replican mediante el conocimiento que dota a las personas de las capacidades para cambiar su mundo, inventando oportunidades fruto de un determinado saber hacer. Los países y las organizaciones del futuro serán aquellos en los que sus personas posean capacidades para transformar su medio mejorándolo. Es, por tanto, decisivo inventar los pro-



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

cesos para generar y hacer circular el conocimiento, y que éste esté presente en todos los miembros de la organización.

Desde **IBERCOTEC** se ha venido realizando un trabajo intenso y silencioso para identificar nuevas fuentes de conocimiento, que a menudo pasan desapercibidas o no se les concede demasiada importancia en el día a día, pero que son destrezas centrales que atesoran todas nuestras organizaciones: desarrollo de procesos informacionales y tecnológicos que desarrolla CEPAD con la ciudadanía, trabajo en el ámbito social y acercamiento a la ciudadanía de FACTOR SOLIDARIDAD, trabajo de acercamiento científico, tecnológico y educativo de ASDENIC con los niños de Nicaragua, desarrollo de la cultura y las tecnologías entre la sociedad civil por parte de AUPEX, acceso a las oportunidades tecnológicas por IDENTIC, desarrollo de la cultura emprendedora por EMPRENDEDOREX...

Sobre todas estas fuentes de conocimiento hemos ido construyendo un nuevo modelo para codificar ese conocimiento y trasvasarlo a la ciudadanía.

Nuestras organizaciones, para enfrentar los retos que tienen planteados, necesitan adaptar los procesos de gestión del conocimiento, básicamente para almacenar y clasificar el que existe a fin de que no escape, generarlo de manera permanente, hacerlo fluir desde donde existe hacia otros que tienen déficits y lo necesitan.

Los recursos que ofrecen las TIC posibilitan diseñar arquitecturas informáticas para optimizar estos procesos, nuevos mapas de conocimiento y su disseminación entre los usuarios finales, de ahí que no podamos hablar de gestión del conocimiento sin contemplar un activo papel de las TIC.

«EL conocimiento es la materia prima, las TIC son las herramientas para fabricar los productos y servicios del futuro».

IBERCOTEC

El binomio Sociedad de la Información – Gestión del conocimiento, es un principio indivisible, dos conceptos difícilmente separables, que permiten la optimización de los procesos y de los flujos del trabajo organizacional.

Estos planteamientos nos exigen una perspectiva distinta para mirar a la organización, en la búsqueda de un accionar diferente que rebasa los límites clásicos de las relaciones verticales por las que se han regido tradicionalmente las organizaciones con los ciudadanos a los que han prestado servicios o a los que han dirigido su acción, para situarnos en un nuevo estándar de relación donde lo importante es escuchar preocupaciones y articular soluciones, en la órbita de las organizaciones evolucionarias (que sienten y responden), con una complicidad estrecha entre profesionales responsables de los servicios y usuarios finales. Realmente estamos hablando de una nueva cultura de trabajo, frente al modelo tradicional de organización refractaria al cambio.

3.7 | UNA NUEVA FORMA DE VER ORGANIZACIONES:

3.7.1 | El ciudadano es el centro de la acción. (El cliente en el contexto económico / empresarial)

Una mirada somera a lo que está pasando en las organizaciones en el último cuarto de siglo XX y en los inicios del siglo XXI nos permitirá entender que las transformaciones más radicales que se han producido en este tiempo, han venido propiciadas por la redefinición del rol del cliente, concepto que en nuestro contexto de trabajo asimilamos al de ciudadano o sociedad civil . En el mundo de la economía y de la empresa, esto tiene su traslación en el cambio de concepto del consumidor como actor pasivo, al cliente como agente activo.

De hecho, podemos hablar de un auténtico traspaso de poder del proveedor al cliente. Este proceso, que ha sido paulatino pero que se ha producido en un período de tiempo relativamente corto,



ha propiciado cambios de una intensidad sin precedentes (economía, política, ciencia, cultura...), cuyos efectos benéficos han llegado a amplias capas sociales del mundo occidental.

Hasta ahora las organizaciones podían ser viables en el tiempo sin escuchar a sus clientes, simplemente haciendo lo que sabían y repitiendo clichés. Hoy nadie duda que la entidad que no es sensible y tiene como aliados a sus clientes tiene sus días contados.

Este giro copernicano está transformando radicalmente a las organizaciones modernas, que ponen su foco de atención en el ciudadano como centro de toda la acción, trabajos y actividades que desarrollan.

Las nuevas formas de relación con los clientes, que implican mecanismos de escucha permanente y ayuda a la articulación de nuevas necesidades, generan una marea de fondo que acelera de forma permanente los cambios sociales, incorporando productos y /o servicios que rápidamente pasan a ser de uso masivo, de la misma forma que quedan obsoletos, dejando su lugar a otros nuevos.

Tarde o temprano esta senda habrá de ser transitada por las organizaciones de tipo social, en un contexto acorde a las fórmulas de relación flexibles, transparentes y personalizadas, donde el ciudadano además de cliente / usuario pasa a ser un aliado con el que alinearse y al que escuchar ayudándole a articular nuevas necesidades, sintonizando con sus preocupaciones para ofrecerle soluciones a sus problemas, con la consiguiente producción de valor social añadido. Y a la vez, concediéndole un papel protagonista en los procesos de creación de productos y servicios dirigidos hacia él; hemos pasado de la visión de un usuario a un aliado.

En consecuencia, lo que nos ocupa es producir valor para todos los usuarios de la organización; acercándoles los servicios, y creando un determinado criterio y sentido a seguir por los profesionales que los prestan en aras al diseño de procesos de calidad total. Un campo de operaciones para que los aliados (profesionales/usuarios) inventen un futuro compartido.

Todo esto implica nuevas prácticas para la relación y pautas para un accionar común y, como todo nuevo saber, precisa de entrenamiento, incluido el aprendizaje y familiarización del uso con las TIC y el conocimiento. No estamos ante una tarea fácil, pues nos enfrentamos a prácticas culturales secularmente enraizadas que dificultan el trabajo en esta senda.

Estamos en un momento de cambio tecnológico, ineludible para nuestras iniciativas, que viene acompañado de una modificación en las prácticas de trabajo. Las TIC no son un fin en sí mismo, sino un medio eficaz para acceder al conocimiento; pero esto exige de un cambio en la cultura del trabajo. Acceder a los recursos tecnológicos es la primera barrera pero lo realmente importante es alinear a los individuos con el cambio.

Una práctica que llevamos a cabo desde **IBERCOTEC** en los trabajos relacionados con la participación ciudadana y trasvase de conocimiento a la sociedad civil (aplicación de los procesos de creación de micropíldoras a la formación de grupos activos de producción, creación de grupos de transferencia de productos de conocimiento...), la estrategia ha estado orientada a crear pequeños «oasis» (proyectos piloto), en los cuales las personas adquieren y encarnan las nuevas prácticas exponentes del cambio cultural, para que a partir de ellas el nuevo saber hacer se contagie y transmita por pura imitación y mimetismo. Pero no nos engañemos, esto no es tarea de un día para otro, es una carrera de fondo.

Los conocimientos que nos interesan son prácticos, la innovación sólo es reproducible en la práctica; para producir el cambio es necesario poner nuevas prácticas donde el efecto demostrativo sea visible y reproducible por otras personas. A la vez, el cambio inquieta a los individuos porque introduce incertidumbre en sus vidas. Este elemento inherente a la condición humana es muy a tener en cuenta a la hora de proponer alternativas basadas en las TIC y el conocimiento.

Hay que demostrar en la práctica, y si es posible a microescala, la oportunidad que introduce el cambio. Cuando hay cambio el individuo percibe movimiento, y en ese movimiento siente la sensación de quedar excluido de la nueva realidad que aparece, una auténtica amenaza para su existencia, y si no percibe las oportunidades que le proyecta, tratará de impedir que la nueva situación ocurra.

Las personas para decantarse por el cambio deben encontrar una respuesta nítida y satisfactoria a la pregunta; «¿Qué gano yo haciendo algo de manera diferente a como lo he hecho siempre? ¿Qué ventajas reportan las TIC a mi vida cotidiana y a mi economía? ¿Qué gano yo accediendo a nuevas fuentes de conocimiento? ¿Qué ventajas me reportan las nuevas formas de aprender y conocer?». Para que esto ocurra, alguien tiene que haber hecho una propuesta diferente, mostrando una nueva práctica donde se hagan tangibles las ventajas.



Cuando una persona accede por ejemplo a los conocimientos de la ciencia a través de la herramienta la Guía de la ciencia (www.guiadelaciencia.tv) generada como un proceso de conocimiento compartido por el equipo de ASDENIC en el seno de **IBERCOTEC**, no solo se hace tangible la facilidad para aprender, sino que la persona usuaria adquiere una experiencia memorable que desea volver a sentir. En definitiva, una nueva forma de aprender y relacionarse con el saber.

3.8 | LAS TIC NOS AYUDAN A CREAR, TRANSFERIR Y ACCEDER AL CONOCIMIENTO.

«La Sociedad de la Información, antes que información es sociedad».

IBERCOTEC

El conocimiento pasa por la gestión de la información, que a su vez se estructura en torno a datos. Basándose en la interacción de los individuos con esa información, las TIC obviamente aceleran y optimizan el proceso, cuestión que aporta una nueva dimensión a la multiplicación de sinergias al grupo al que se aplica. Todo ello se manifiesta en la facilidad de almacenar información al acumular datos y acelerar el acceso a los mismos. Los flujos de la información y del trabajo se hacen operativos con mucha mayor facilidad a medida que el acceso masivo a través de Internet posibilita que los procesos se aceleren.

«La llegada de Internet ha cambiado la escasez de información por inundación... la angustia de saber que tenemos más información de la que podemos manejar... la capacidad de producción de información es infinitamente mayor a la capacidad de absorción por parte de la sociedad».

JavierCastañeda

«Las nuevas tecnologías son el medio, el conocimiento es el fin».

IBERCOTEC

El origen del conocimiento está en función de las preguntas que nos hacemos acerca de los problemas que existen en nuestro entorno. Estas preguntas y la búsqueda de soluciones que nos hacen indagar en los datos y la información, son el vector que orienta la acción y que alimenta el estado de ánimo idóneo que termina produciendo conocimiento. El acceso rápido a la información y la interrelación de la misma a través de la comunicación ayudan a la producción y flujo del conocimiento.

Gestionar el conocimiento es llevar las respuestas a aquellas personas que se hacen las preguntas (llevar los productos de conocimiento a aquella parte de la sociedad civil que los está demandando en la lógica de **IBERCOTEC**).

La comunicación y las TIC permiten que esto se produzca de forma rápida en el mapa de la organización, desde los puntos donde existe conocimiento a aquellos que presentan déficits.

Si queremos que esto suceda, hemos de promover que la gente se haga preguntas, y que todas esas preguntas pasen a las conversaciones del equipo: esta es la materia prima que permite el nacimiento del conocimiento mediante la invención de soluciones creativas a los problemas recurrentes.



3.9 | CAMBIOS EN LA CULTURA DE TRABAJO DE LA ORGANIZACIÓN

Para la gestión del conocimiento, de manera preeminente a las tecnologías, está el cambio de prácticas en las formas de hacer, pasando por la percepción de la conversación como herramienta de trabajo (las conversaciones son trabajo). Esto choca con la visión tradicional de la conversación como pérdida de tiempo productivo. En la conversación, mediante la práctica de la escucha activa, descubrimos las necesidades y preocupaciones de las personas, y podemos articular ofertas para mejorar estas condiciones.

En las conversaciones se inventan nuevas narrativas que dan sentido e identidad al trabajo del grupo, se funda la poética del dónde venimos, y se marca la trayectoria del hacia dónde vamos y por qué hacemos las cosas. Esto permite que las personas comiencen a asumir roles activos y compromisos que abren nuevos espacios de identidad y conocimiento.

Las nuevas prácticas emergen cuando las personas comienzan a descubrir oportunidades para sí mismas (y por ende para la organización), haciendo las cosas de manera diferente, produciendo cambios que afectan al bagaje de conocimiento del grupo, cambiando actitudes hasta entonces inamovibles.

En nuestro ámbito cultural, la innovación (como producción de nuevo conocimiento), ha tenido una tendencia a ser ocultada por los individuos que la producían. Ahora comienza a ser vista como oportunidad en su difusión y fuente de éxito para quien la produce y difunde, pues en ella alcanza prestigio, reconocimiento y proyección personal y profesional, multiplicada por el efecto de difusión de la organización hacia todas las direcciones (capital cliente y capital relacional), cuando ésta la incorpora como estilo y seña de identidad.

Es necesario fundar las prácticas para premiar a las personas que generan y distribuyen el conocimiento, y no sólo con reconocimiento, también con otro tipo de incentivos; esta es la inversión más rentable que puede hacer la organización. A menudo, en los grupos, existe un gran potencial de conocimiento oculto, a manera de filón sin explotar, fruto de la ausencia de planes para hacerlo aflorar y distribuirlo.

No se pueden abordar los procesos de generación y gestión del conocimiento sin tener en cuenta que la parte esencial y la máxima preocupación es el ciudadano, y el individuo ocupa un lugar preeminente sobre la tecnología.

En la construcción de productos de conocimiento por **IBERCOTE**, a través de las organizaciones que lo componen, se ha implicado a las personas que tienen que utilizarlos y a las que deben serles útiles.

En este tránsito ocurren una serie de cosas relevantes que mutan las prácticas de trabajo: interacción, participación, compromiso, compartir una misión... a medida que el grupo incorpora nuevas destrezas y se forma en aspectos tan básicos como la escucha activa y las claves para la correcta ejecución de los flujos del trabajo.

Es en este tipo de prácticas es donde ocurre la reingeniería de procesos (revisión y rediseño del proceso productivo y flujos de trabajo para alcanzar mejoras de producción, calidad y servicio). También es aquí donde se crea un terreno propicio para el desarrollo de la inteligencia emocional (capacidad de liderazgo en cinco componentes: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y destreza social). De manera natural, el equipo evoluciona hacia una organización que aprende (donde la gente aprende de manera permanente en grupo), generando un capital enorme en la memoria corporativa (grupo de conocimientos fruto de la experiencia adquirida en el trabajo).

En las organizaciones tradicionales existe una anomalía fundamental que actúa como una rémora a la hora de producir: las personas desconocen por qué se realiza una tarea y cuál es el resultado final de la misma. Cuando las personas sólo ven una parte del flujo del trabajo (el que cada uno realiza), la motivación no es la misma que cuando se ve el ciclo completo y los resultados que produce. Con estas experiencias y al incrementarse las opciones para la creatividad, crece la motivación y aumenta el compromiso.

Pero hay que señalar que este trabajo no es fácil, hacen falta multitud de sesiones de entrenamiento para hacerlo efectivo.



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

A la hora de elaborar los productos finales de conocimiento seguimos una serie de principios:

- » **Accesibilidad:** servicios, contenidos y herramientas cercanos para el usuario, teniendo presente su nivel de conocimientos y competencias.
- » **Usabilidad:** de fácil utilización, basados en la intuición y la lógica.
- » **Aplicabilidad:** implicación en el desarrollo de soluciones prácticas e inmediatas a problemas concretos del usuario.

«El conocimiento no es un patrimonio de las elites, es un bien común de la organización y de la sociedad civil».

IBERCOTEC





4.

IBERCOTEC. UN MODELO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS BASADO EN EL CONOCIMIENTO: C4

4.1 | INTRODUCCIÓN

Tras haber avanzado en las claves de las nuevas organizaciones basadas en el desarrollo de destrezas emprendedoras de sus individuos, a partir de aquí analizamos las fases del desarrollo económico y la propuesta de **IBERCOTEC** incorporando las últimas tendencias de la economía basada en el conocimiento y la economía de la experiencia. Después abordamos el fenómeno del conocimiento y su papel como paso previo a la propuesta del modelo **IBERCOTEC** para el desarrollo de los pueblos basado en C4: las nuevas fábricas son las Factorías de conocimiento (Fc), los nuevos productos son los Productos de conocimiento (Pc), los productos de conocimiento cobran valor cuando son transferidos a través de las TIC o Transferencia de conocimiento (Tc), y la misión última es que el conocimiento a través de estos medios llegue al ciudadano, a la Sociedad civil (Sc).

IBERCOTEC

$$F_c + P_c + T_c + S_c = C_4$$

4.2 | LAS FÁBRICAS DE LA ECONOMÍA DEL CONOCIMIENTO SON LAS FACTORÍAS DEL CONOCIMIENTO (FC).

En el Capítulo 2 analizamos de forma global la historia del desarrollo económico y cómo los bienes en la era agraria se basaban en la extracción de materias primas y en la producción de alimentos y productos artesanales manufacturados. El centro de producción era la tierra, la mina, el taller artesano.

» Modelo económico industrial.

Lógica del espacio y el mercado: centro / periferia
Materias primas: tangibles, alto coste
Necesidades de capital: elevadas
Necesidades de producción: acceso a materias primas
Logística y distribución: costes elevados
Valor de los productos finales: valor medio (mayor que las materias primas)



» Modelo económico del conocimiento.

Lógica del espacio y el mercado: ruptura del modelo centro / periferia
Materias primas: intangibles, bajo coste
Necesidades de producción: acceso a información e Internet
Necesidades de capital: reducidas
Logística y distribución: costes elevados
Valor de los productos finales: valor alto (mayor que los productos industriales)

La era industrial pasa consagrar el concepto de fábrica donde se concentra la producción de bienes realizados en serie para su distribución masiva.

La era del conocimiento necesita sus nuevas fábricas, y su diseño, productos y modelo están aún en ciernes, están en su fase de definición. A esas fábricas las denominamos Factorías del conocimiento (Fc), se trata de espacios físicos o virtuales donde se trabaja con el conocimiento y se elaboran los nuevos bienes. En las Fc es donde se elaboran los productos y servicios de nueva generación, los más valiosos, los que alcanzan su mayor precio en el mercado.

La sociedad industrial tenía en la fábrica su centro de producción, en la fábrica se producían los bienes de consumo y se generaban las plusvalías, dentro de un modelo económico guiado desde los centros de poder. La sociedad del conocimiento trae un fenómeno de deslocalización y desfocalización de la producción. Los bienes (productos y servicios) del conocimiento pueden ser producidos desde cualquier lugar y distribuidos con facilidad, cuestión que facilita sobremanera que cualquier parte del mundo pueda incorporarse a la creación de este tipo de bienes, solo necesita de un capital humano cualificado para procesar, transformar y difundir los nuevos productos del conocimiento.

» Sociedad industrial

Espacio de producción	Localización	Mano de obra	Materia prima	Maquinaria	Capital	Condiciones necesarias
Fábrica	Espacio físico	Obrero Materias primas Maquinaria	Tangible	Industrial	Es una necesidad crítica	capital

» Sociedad del conocimiento

Espacio de producción	Localización	Mano de obra	Materia prima	Maquinaria	Capital	Condiciones necesarias
Factoría del conocimiento	Espacio físico o virtual	Trabajador del conocimiento	Intangible (datos, información)	Ordenador, Internet	No es una necesidad crítica	Visión Emprendimiento Creatividad

Cuando hablamos de los nuevos factores de capital, ni siquiera estos factores han de estar necesariamente ubicados en el mismo espacio, pueden estar dispersos en el mundo, sólo es necesario hacerlos confluír en un propósito, en una misión compartida para hacerlos funcionar de forma coordinada para producir valor.

Precisamente eso es lo que hacemos desde las Factorías del conocimiento de IBERCOTEC, hacer confluír los factores necesarios para generar un proceso de producción de conocimiento. Este modelo pro-



ductivo era simplemente impensable hace unos años. Ahora es una esperanza para romper la tiranía de la visión capitalista que establecía un duro itinerario (etapas del crecimiento económico) para alcanzar la madurez de las sociedades de consumo con su grado de bienestar, también con sus contradicciones internas (desigualdades sociales, problemas medioambientales...).

4.2.1 | En la Sociedad del conocimiento el factor humano es determinante.

Si en los apartados anteriores hemos analizado los medios de producción de la era industrial y la dificultad y el coste de crear las condiciones para el desarrollo bajo esas premisas. Contraponiendo la facilidad para acceder a los medios para la producción de conocimiento (medios que incluso pueden ser virtuales, e incluso estar ubicados en puntos diferentes del planeta).

El factor humano y su cualificación en la sociedad del conocimiento es una necesidad. De ahí que sea determinante poder reunir en nuestros países a aquellas personas que cuentan con conocimientos y un nivel formativo para formar parte de las nuevas fábricas del conocimiento. **IBERCOTEC** trabaja con recursos humanos de Bolivia, Uruguay y Nicaragua, desde una metodología y visión compartidas en el desarrollo de un modelo de trabajo para operar sobre la información, codificarla, convertirla en conocimiento y transferirla a la sociedad; generando en el proceso bienes que pueden convertirse en valor.

En este proceso es determinante que las Factorías del conocimiento vayan creciendo e incorporando a otras personas en su seno, que adquieren conocimientos para generar valor. De esta manera, las factorías se convierten en un fenómeno vivo, personas dinámicas que actúan como equipos capaces de nuclear en torno a sí nuevos proyectos de generación de valor con las TIC y el conocimiento. Buen ejemplo de ello es el modelo de las Factorías del conocimiento asociadas de Nicaragua. Nicaragua en 2009 generó una Factoría del Conocimiento formando a un equipo multidisciplinar de personas venidas de la Universidad, dicho equipo formó la Factoría del conocimiento de Estelí, que se especializó inicialmente en la creación de productos de conocimiento basados en el contenidos de la ciencia, y en llevar ese conocimiento a los más jóvenes; en

el proceso generó una serie de productos como un DVD y un portal web (www.guiadelaciencia.tv). A medida que el equipo se estaba formando y preparado para diseñar nuevos proyectos y retos más ambiciosos. A partir de aquí, en 2010, de la Factoría del conocimiento nuclear, en el seno de IBERCOTEC, se ponen en marcha las Factorías del conocimiento asociadas, un conjunto de nuevas fábricas del conocimiento para replicar la experiencia matriz. El siguiente reto es convertir dichas fábricas en un proyecto de dimensión nacional en principio y continental después para generar productos y servicios de conocimiento que puedan ser distribuidos y comercializados en todo el mundo.

Para hacer posible todo lo anterior son necesarias las personas con formación y cualificación en nuestros países, impidiendo su marcha, y preparando a su vez a otras personas en estos conocimientos y competencias para que puedan convertirse en trabajadores del conocimiento. Pero para ello es necesario percibir esta estrategia como un modelo de desarrollo alternativo basado en la producción de bienes de conocimiento, y que los recursos humanos implicados en el proceso contemplen esta opción como una alternativa para desarrollarse personal y profesionalmente.

» El trabajo en la sociedad industrial

Foco principal del trabajo		Opción marginal de trabajo	Relaciones de trabajo	Destrezas necesarias
Por cuenta ajena (empresa)	Por cuenta ajena (administración)	Por cuenta propia.	Horizontales	Conocimiento repetitivo de tareas



» Sociedad del conocimiento

Foco marginal del trabajo		Opción principal de trabajo	Relaciones de trabajo	Destrezas necesarias
Por cuenta ajena (empresa)	Por cuenta ajena (administración)	Por cuenta propia (emprendimiento)	Conocimiento repetitivo de tareas	Aprendizaje, creatividad

Una Factoría de conocimiento es un espacio físico o virtual donde un equipo humano fabrica y procesa conocimiento.

La Factoría de conocimiento puede ser el espacio físico o virtual donde los equipos de IBERCOTEC trabajan en la elaboración de Productos de conocimiento.

4.2.2 | Los medios de producción, las máquinas, las herramientas y los recursos humanos

Si en la era industrial, el capital, los medios de producción, las herramientas y los trabajadores eran el elemento crítico para la producción y exigían grandes concentraciones de capital para generar un proceso de desarrollo. Con respecto a las fábricas de la era industrial, las nuevas fábricas del conocimiento no necesitan de grandes capitales, una fuerte inversión en edificios e infraestructuras, costosas maquinarias.

Los medios de producción de las Factorías del conocimiento son la tecnología, estamos hablando de una tecnología asequible: ordenadores con conexión a Internet, cámaras de video y sobre todo personas dotadas de destrezas para escuchar, trabajar sobre el conocimiento, procesarlo y transferirlo.

En la práctica, una nueva fábrica de conocimiento puede ser creada por dos o más personas en cualquier lugar del mundo, donde pueden actuar de manera conjunta, presencial o virtualmente.

Esta nueva concepción del trabajo y la producción son especialmente interesantes para países pobres y comunidades que no pueden acceder al capital como motor para iniciar un proceso de desarrollo. En la práctica, una factoría básica de conocimiento, puede ponerse en marcha y generar bienes y servicios en cualquier lugar del mundo.

Esa es una de las ventajas cruciales que nos ofrece la economía del conocimiento, y que por consiguiente han de ser aprovechadas para generar un nuevo modelo económico en nuestras comunidades basadas en la producción y distribución de conocimiento.

La fábrica reunía a su personal en un mismo espacio, estando regido el trabajo por un conjunto de normas bien establecidas en el modelo taylorista y fordista, las relaciones eran verticales.

En la Factoría del conocimiento los trabajadores no tienen porqué estar en el mismo espacio, pueden estar incluso en continentes diferentes y estar coordinados al instante en el proceso de fabricación de un determinado producto, las relaciones son horizontales.

4.2.3 | Los trabajadores de las Factorías del conocimiento trabajan con una nueva materia prima.

La materia prima con la que se trabaja en las nuevas fábricas exige de un nuevo perfil de trabajador que opera sobre el conocimiento.

Como vimos en el capítulo anterior la producción de conocimiento está vinculada a trabajar con sentido y criterio sobre sensaciones, datos e información para producir valor. Estas son las materias primas sobre las que se crea el conocimiento, y por tanto, los nuevos profesionales han de contar con un conjunto de destrezas en estos campos.



4.2.4 | Descubrir el conocimiento que aún no está codificado para construirlo.

Crear conocimiento implica poner en manos de las personas que lo necesitan las herramientas para producir valor con él. Por ejemplo, a una comunidad de agricultores que necesitan incrementar sus ingresos para poder desarrollarse, les interesa acceder al conocimiento de un nuevo cultivo que se adapta a las condiciones locales y alcanza un buen precio y una elevada demanda en el mercado. El trabajo de una Factoría del conocimiento, en este caso concreto, sería el diseño y la fabricación de un producto para que los agricultores aprendiesen las claves del cultivo de ese producto con la mayor sencillez y simplicidad posible.

A partir de la escucha de esta necesidad en la comunidad el paso sería diseñar el producto y el proceso de fabricación en esta factoría:

- » Reunión de los profesionales.
- » Realización de una propuesta para elaborar el producto o servicio.
- » Definición del proceso productivo.
- » Definición de los procesos de transferencia y venta (en su caso) de ese conocimiento.

4.2.5 | Las factorías del conocimiento actúan descubriendo necesidades de conocimiento de las personas y fabricando productos.

Convertir el conocimiento tácito en explícito, es decir, ese conocimiento que atesoran las personas de la organización o de fuera de la organización y que no se halla cifrado o codificado y es crítico para producir valor. Por ejemplo: ante la emergencia de las redes sociales hay muchos conocimientos atesorados por las personas que operan diariamente con contenidos en las redes sociales, sin embargo este conocimiento no está recogido en manuales u otros documentos, forma parte de las acciones y experiencias de las personas

que operan con él. Uno de los trabajos del equipo de IBERCOTEC en este ámbito es codificar y construir conocimiento en este campo para proporcionárselo a las personas que lo necesitan, es decir, convertir ese conocimiento tácito en explícito.

La principal función del conocimiento es que pueda ser utilizado por las personas para mejorar sus condiciones de vida (producir bienes y servicios con él, acceder a un empleo cualificado, resolver problemas que tiene planteada la comunidad: salud, seguridad, educación...). Y en este sentido el trabajo empieza por conocer aquello que necesitan las personas en función de sus necesidades, preocupaciones, deseos y aspiraciones. En definitiva, averiguar en la comunidad donde se necesita el conocimiento para codificarlo, “fabricarlo y hacerlo llegar allí donde existen esos déficits.

El concepto y los factores del capital en la economía del conocimiento.

4.2.6 | Del capital financiero al nuevo capital necesario para crear una fábrica de conocimiento. Análisis de los factores de capital para crear una Factoría del conocimiento.

- ⇒ Capital de aprendizaje organizacional: desarrollo de un método propio de trabajo basado en el aprendizaje compartido por parte de los integrantes del equipo para generar conocimiento y codificarlo fruto de la interacción de las personas. Capital disponible, su creación forma parte de la metodología de trabajo a lo largo del tiempo.
- ⇒ Capital de capacidades estratégicas: capacidad de planificación y desarrollo estratégico atesorado por el conjunto de las organizaciones que conforman IBERCOTEC, generando un gran proyecto compartido de dimensión continental:
- ⇒ Capital intelectual: material intelectual y capacidades que reúnen las organizaciones que forman



IBERCOTEC, que puede utilizarse en la práctica, creando valor para la organización en su conjunto.

- ⇒ **Capital organizacional:** competencias y capital intelectual de la organización para crear valor, capacidad de sumar experiencias, visiones y puntos de vista diferentes de nuestras organizaciones al servicio de IBERCOTEC.
- ⇒ **Capital relacional:** aumento del espectro de relaciones, reputación con aliados y usuarios. IBERCOTEC desarrolla todo un entramado de relaciones y de círculos de alianzas en torno a las organizaciones y equipos de trabajo que las componen para llegar a la sociedad civil.
- ⇒ **Capital cliente:** en cuanto al conjunto de usuarios y beneficiarios históricos de las acciones desarrolladas por las organizaciones que conforman IBERCOTEC, procesos de fidelización y grado de satisfacción consolidados en el tiempo con las intervenciones.
- ⇒ **Conocimiento colectivo:** capital generado por la suma de conocimiento individual con la plusvalía de compartir el mismo con otras personas.

4.2.7 | En las Factorías de conocimiento se procesa el conocimiento que necesitan nuestras comunidades en materia de TIC para hacérselo llegar.

Nuestro trabajo comienza a partir de los siguientes planteamientos:

¿Cuánto conocimiento hay en nuestras organizaciones y sus entornos? ¿Dónde reside? ¿Cómo codificarlo y hacerlo accesible a otras personas? ¿Cómo hacerlo circular desde donde existe hasta donde hay déficits? ¿En qué áreas hay que producir nuevo conocimiento? ¿Qué necesitan saber nuestros ciudadanos para mejorar sus vidas? ¿Cómo lo transferiremos y divulgaremos?

El trabajo de las Factorías del conocimiento es fabricar el conocimiento y llevarlo a la ciudadanía, llevar

las respuestas a aquellas personas que se hacen las preguntas.

En la era industrial la inversión en espacio para producir era decisiva (suelo, infraestructuras, edificios...), en la era del conocimiento incluso no se necesitan espacios físicos.

Al operar sobre datos e información como materia prima, estos no ocupan lugar, no se necesitan almacenes. Sumando esfuerzos (capital intelectual) de forma coordinada desde diferentes países podemos crear conocimiento compartido, utilizando de forma colectiva y generando bienes de conocimiento que produzcan valor para toda la organización y para personas de todo el mundo.

En la fábrica de la era industrial bastaba con el dominio de un conjunto de destrezas repetitivas, La Factoría del conocimiento exige de individuos activos, emprendedores y creativos.

Un trabajador de la era industrial podía desarrollar toda su vida laboral con un conjunto de conocimientos fijos, realizando un trabajo con muy pocas modificaciones en toda la vida productiva. El trabajador de las Factorías del conocimiento requiere de una nueva actitud y de un amplio abanico de destrezas, que implican conocimientos sobre lo que se está trabajando pero además otras capacidades relacionadas con el emprendimiento y el crecimiento personal, aspectos estos últimos que ya apreció Drucker en el último cuarto del siglo XX, cuando evidenció la emergencia de nuevas realidades como el emprendimiento y su valor en la empresa.

IBERCOTEC trabaja de forma transversal el emprendimiento como elemento intrínseco en la generación de valor aplicada a las nuevas organizaciones, y por ende en las Factorías del conocimiento, como espacio productivo de la nueva organización.

4.2.7 | Dominio de destrezas y habilidades en la sociedad industrial



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

Conocimientos relacionados con el trabajo	Conocimientos tecnológicos	Destrezas para el emprendimiento y la innovación
Requeridos	No requeridos	No requeridos

» Sociedad del conocimiento

Conocimientos relacionados con el trabajo	Conocimientos tecnológicos	Destrezas para el emprendimiento y la innovación
Requeridos	Necesarios	Necesarios

Los trabajadores del conocimiento desarrollan destrezas en una serie de ámbitos:

- ⇒ Conocimientos focales y troncales en relación al bien que se produce: conocimientos relacionados con el desarrollo económico, políticas sociales, ciencia...; en general con el ámbito de conocimiento en el que se elaboran los diferentes productos. Por ejemplo: crear La Guía de la ciencia requirió al equipo conocimientos relacionados con la ciencia en nuestros socios de Nicaragua. Para nuestros socios de Bolivia generar guías sobre periodismo digital les exigió conocimientos en ese campo.
- ⇒ Conocimientos relacionados con las TIC, ya que es en este campo donde se trabaja intensivamente desde IBERCOTEC, esto exige conocimientos de uso de las nuevas tecnologías por parte de los trabajadores, así como conocimientos especializados que constituyen el tema de los productos de conocimiento a fabricar (redes sociales, agitación social, alfabetización tecnológica, marketing viral...).

⇒ Conocimientos sobre emprendimiento. Saber central del nuevo perfil del trabajador del conocimiento, saberes relacionados con: escucha de necesidades y preocupaciones de la comunidad, trabajar los estados de ánimo y las emociones, desarrollo de ofertas, creación de redes de colaboración, elaboración de prototipos, trabajo con financiadores, prescriptores, competencia, proveedores, desarrollo de narrativas, liderazgo.

El trabajador del conocimiento no está diseñado para escuchar órdenes y ejecutarlas, su trabajo va más allá, sus competencias son mucho más complejas y están enfocadas a descubrir lo que la comunidad necesita y diseñar soluciones, generando nuevas oportunidades y espacios de identidad con sus productos y servicios.

Las Factorías del conocimiento son espacios para el emprendimiento una transformación de la economía de los empleados a la sociedad de los emprendedores. Espacios donde se cultiva el emprendimiento en todas sus facetas potenciando la iniciativa y la creatividad de los miembros del equipo.

4.2.8 | Destrezas, conocimientos y valores en el trabajo.

» Sociedad industrial

- » Realizar tareas repetitivas
- » Ejecutar las instrucciones sin error
- » Cumplir órdenes e instrucciones
- » Interpretar y ejecutar flujos de trabajo

» Sociedad del conocimiento



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

- » Hacer pruebas: ensayo y error
- » Escuchar necesidades y preocupaciones
- » Hacer ofertas
- » Crear prototipos
- » Crear redes de colaboración
- » Habilidades de liderazgo....

La emergencia de la sociedad del conocimiento y su inicial aparición como la punta de un iceberg, posee un conjunto de connotaciones nuevas, que nos hablan de un nuevo paradigma socioeconómico, donde las relaciones interpersonales, profesionales y laborales apuntan a un nuevo modelo.

- ➔ En lo social: más justo y democrático con el acceso global por parte del conjunto de la sociedad a los nuevos medios de producción (tecnología, información y conocimiento) y a los nuevos bienes (productos de conocimiento).

- ➔ En lo productivo: un cambio en las relaciones de trabajo con la prelación del individuo sobre la empresa en base a su conocimiento y capacidad para actuar y transformar.

4.2.9 | Desarrollo del nuevo concepto del emprendedor como modelo humano con capacidad para transformar la sociedad, agente de creación de empleo y riqueza, y pieza clave para generar riqueza y dinamismo social.

Desde el modelo **IBERCOTEC** estamos alineados plenamente con la importancia de los emprendedores en las nuevas organizaciones nacientes en la sociedad del conocimiento, de ahí la necesidad de cultivar esta figura y producir nuevas personas emprendedoras que lideren la nueva economía a través de un conjunto de prácticas y destrezas que definen a los emprendedores (escucha activa y sensibilidad hacia las necesidades y preocupaciones de las personas, articulación de ofertas, creación de redes, impecabilidad en el trabajo...).

En esta visión, algo que no se podrá soslayar como en otros momentos, es la responsabilidad social de los nuevos modelos económicos que han de contemplar en el seno de sus propuestas los aspectos relacionados con la sostenibilidad, el libre acceso a las oportunidades, el bienestar social, la democracia...

4.2.10 | Objetivos y valores en el marco productivo.

» Sociedad industrial

- » Producción.
- » Retorno inmediato de capital.
- » Beneficios a corto plazo.



» Sociedad del conocimiento

Sostenibilidad.

Solidaridad.

Productividad.

La principal apropiación que desde la visión **IBERCOTEC** hacemos de Drucker es su visión acerca de los recursos naturales, la mano de obra y el capital (elementos esenciales en la era industrial y en la visión capitalista tradicional), que pasan a ser elementos secundarios y pueden obtenerse, con cierta facilidad, siempre y cuando haya conocimiento.

Drucker convierte al conocimiento en factor preeminente en el desarrollo de las sociedades sobre los bienes y recursos de valor tradicionales.

4.2.11 | Las Factorías del conocimiento no fabrican productos para los consumidores, crean nuevas experiencias para las personas.

Desde la Factoría del conocimiento nos apropiamos de las innovaciones creadas por los teóricos de la economía de la experiencia (ver Capítulo II), para generar nuevas formas de aprender en las personas, nuevas formas de acceder a las TIC y al conocimiento, que constituyen experiencias agradables (aprender conceptos difíciles en videos de un minuto, desarrollar destrezas tecnológicas como una experiencia sencilla...).

Las Factorías del conocimiento trabajan en profundidad la realización de sus productos para presentarlos como nuevas experiencias que impacten en las personas a las que van dirigidas, sorprendiéndolas por su sencillez y animándolas a la vez a repetir la experiencia y a adquirir nuevos conocimientos.

Cuando una persona se acerca al conocimiento de la ciencia a través de la Guía de la ciencia (www.guiadelaciencia.tv), además de adquirir un conocimiento, recibe una experiencia memorable que la anima a adquirir otro nuevo.

Todo esto lo trabajamos desarrollando la innovación en torno a nuevos lenguajes y códigos de comunicación (micropíldoras, materiales de fácil comprensión, cursos de autoformación...).

» Concepción de los productos y servicios.

⇒ Sociedad industrial

Cubrir necesidades de los consumidores

⇒ Sociedad del conocimiento

Proporcionar experiencias memorables

Áreas de trabajo a las que se enfocan las Factorías de conocimiento, en función de los objetivos de los países y organizaciones que componen **IBERCOTEC**.

IBERCOTEC aglutina a organizaciones en el seno de la comunidad Latino Americana que parten de una visión compartida acerca del papel de las Tecnologías de la Información y Comunicación, para la profundización en la democracia, la participación ciudadana, el acceso a la información y el conocimiento.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

La red **IBERCOTEC** ha logrado generar y consolidar una red de colaboración para acercar las oportunidades de las Nuevas Tecnologías y sus posibilidades para el desarrollo social y humano de los países que participan de la iniciativa y por extensión al conjunto de Iberoamérica.

Los trabajos realizados en 2009 han supuesto un salto cualitativo en la remoción de obstáculos en aras al acercamiento de las nuevas tecnologías y el conocimiento como herramientas de progreso. En este sentido, los hitos alcanzados en cuanto a desarrollo metodológico, producción de recursos de software, formación para la generación de nuevos códigos de comunicación, creación de productos de conocimiento (micropíldoras, guías, manuales, portales de internet...), procesos para la difusión y transferencia de conocimiento a través de la agitación social (televisión, radio, prensa, redes sociales, herramientas web...), suponen un importante referente que nos invitan a afrontar esta nueva edición con muchas garantías de éxito.

Todo el trabajo ha estado sustentado en la creación de tres Factorías de Conocimiento (CEPAD, AS-DENIC y FACTOR SOLIDARIDAD), entendiendo por factoría de conocimiento, una fábrica desde donde se elabora y transfiere el conocimiento de IBERCOTEC.

FC: Factoría de Conocimiento
Infraestructuras: edificio, oficinas, centro de trabajo.
Recursos tecnológicos: ordenadores, medios informáticos, cámara de video, fotos.
Recursos humanos: técnicos y personal formado.
Aliados: conjunto de organizaciones aliadas de la organización.
PC: Producto de Conocimiento

Manuales (papel y soporte electrónico), guías (papel y soporte electrónico), micropíldoras, herramientas de software, páginas web generadas, programas formativos, metodología formativa (programas formativos), DVDs...

Incluye la elaboración del programa formativo de nuevos códigos de comunicación (micropíldoras).

TC: Transferencia de Conocimiento

Agitación social, campañas, difusión en televisión, radio, prensa, redes sociales, jornadas de trabajo, procesos de alfabetización, acciones de formación...

Incluye la impartición y transferencia del programa formativo de nuevos códigos de comunicación (micropíldoras).

4.2.12 | La Factoría de Conocimiento, como espacio dotado con medios y recursos técnicos que elaboran los recursos tecnológicos (Productos de Conocimiento) para su transferencia a la sociedad civil constituyen los ejes fundamentales del proyecto.

SOCIEDAD CIVIL

Población de los países de referencia en su conjunto, organizaciones sociales, asociaciones, centros de formación, instituciones y organismos, ciudadanía del mundo a través de internet.



Es la Sociedad Civil la que constituye la línea de acción de la red IBERCOTEC, donde las organizaciones que la componen realizan, dentro de este marco, vectores de trabajo especializados y cooperativos a su vez (actividades diversas dentro de una unidad de acción), enfocados hacia un objetivo común diseñado y establecido por todos sus miembros. De esta manera, IBERCOTEC mantiene e incrementa sus señas de identidad dentro de la diversidad y riqueza de las organizaciones que la componen.

En esta senda la red **IBERCOTEC** avanza hacia 2010, sobre sólidos cimientos con un refuerzo en torno a sus alianzas en el territorio, incorporando a nuevos actores y reforzando la marca IBERCOTEC en todas las actividades que cada organización realiza en sus respectivos ámbitos (publicaciones, jornadas, web, medios de comunicación...).

Desde el fundamento de estas afianzadas bases, avanzaremos en la consolidación y ampliación de las Factorías de Conocimiento, desarrollando un ambicioso plan de creación de Productos de Conocimiento y diseño e implementación de un plan de transferencia del conocimiento a la sociedad civil.

La formación activa, el intercambio de experiencias y de construcción compartida, que profundiza y generaliza la utilización de los nuevos códigos en de la comunicación, nos permitirán responder de una forma personalizada a las demandas de los usuarios, sin limitaciones ni de espacio, ni de tiempo. La puesta en valor de dinámicas apoyadas en la universalidad de la red y su estructura de publicación abierta, en la que cualquier persona usuaria se puede convertir en protagonista en la mediación de los procesos de comunicación pública, contribuyendo con ello, al desarrollo de modelos de generación de información y conocimiento, multipunto - multidireccional y simétrico, frente a medios convencionales.

La consolidación de la Red activa, nos permitirá a las personas e instituciones del proyecto cooperar, compartir información y nuevo conocimiento, así como interactuar para alcanzar fines y objetivos comunes, propiciando de esta forma acuerdos interinstitucionales voluntarios y fortaleciendo los procesos de transmisión de experiencias. Conscientes de la importancia que tiene la comunicación para lograr la sostenibilidad y retroalimentación en base a las experiencias concretas, como las prácticas en otros campos que permitan nutrirse no sólo a las organizaciones participantes sino también otras que han mostrado su interés en ser agente activos para el desarrollo de aspectos fundamentales para las sociedades y los pueblos.

Con un enfoque no solamente tecnológico, sino humano y social, apostamos por:

- » El desarrollo de los territorios.
- » La igualdad de oportunidades de todos los países de mundo.
- » La transferencia entre Organizaciones y personas.
- » La calidad de vida de las personas.
- » El fortalecimiento de las democracias.

4.3. LOS NUEVOS BIENES DE LA ERA DEL CONOCIMIENTO SON LOS PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO (PC).

Los productos del conocimiento son los bienes que se elaboran en las Factorías del conocimiento. Se trata de productos que demandan nuestras comunidades relacionados con las TIC y el acceso al conocimiento para el desarrollo material y humano de nuestra sociedad.

4.3 | El proceso metodológico que se sigue para la creación de los Productos de conocimiento.

La metodología que incorporar Ibercotec, supone una de las apuestas más importante en la organización grupal y el desarrollo de nuevos modelos de trabajo entre organizaciones similares. Centrada en el autoaprendizaje, los responsables del programa de capacitación, a partir de un itinerario establecido, facilitan los recursos en una Red Social cerrada, en la que participan los equipos técnicos de cada organización, donde, con la aportación de todos se configura el módulo de aprendizaje, que será utilizado en dos líneas claramente



te diferenciadas, por un lado la creación de programas formativos para la multiplicación y la transferencia y por otro, la creación de productos concretos que faciliten a las organizaciones su incorporación a los nuevos códigos de comunicación tecnológicos. Igualmente destacable, es el aprendizaje desde la experiencia, la práctica y la creación de un producto concreto. Para ello, se trabaja bajo los parámetros de los “Grupos Activos de Producción”, este modelo, propone el establecimiento de un producto que se pretende alcanzar desde el inicio, para posteriormente articular todo el proceso de construcción y aprendizaje entorno a sus propias necesidades.

4.3.2 | Procesos para la creación de Productos de conocimiento relacionados con los nuevos códigos de comunicación (micropíldoras y materiales de fácil comprensión).

Los Productos de conocimiento que se elaboran en las Factorías de conocimiento se caracterizan por utilizar formatos sencillos y accesibles para la ciudadanía, de tal forma que aprender se convierta en una experiencia agradable. Los procesos que seguimos son los siguientes:

» Paso 1.

- ➔ Identificación del conocimiento sobre el que vamos a trabajar para su
- ➔ codificación y transferencia.

» Paso 2.

- ➔ Documentación sobre el tema, tratamiento inicial de la información.
- ➔ Realizar en la práctica los procesos de documentación sobre un tema concreto utilizando todos los recursos disponibles (bibliografía, prensa), y sobre todo las fuentes de Internet (enciclopedias,

wikipedia, webs temáticas...).

- ⇒ Recopilación de información en fuentes convencionales (bibliografía, publicaciones especializadas, otras fuentes escritas y no escritas).
- ⇒ Recopilación de información a través de fuentes fiables de Internet (webs temáticas, wikipedia, enciclopedias...).
- ⇒ Selección de la información con sentido y criterio dirigida a la producción final del formato de micropíldora.
- ⇒ Selección, Organización y discriminación de la información.
- ⇒ Proposición de recursos: dibujos, imágenes, recursos gráficos previo
- ⇒ a la codificación.

» Paso 3.

- ⇒ Elaboración del guión adaptado al formato de fácil comprensión
- ⇒ Redactar los guiones partiendo de una documentación base, con un lenguaje adaptado a las necesidades y perfil cultural de los usuarios finales de los mismos.
- ⇒ técnicas para elaboración de un texto de fácil comprensión:
 - ⇒ frases cortas, palabras sencillas, conceptos claros, lenguaje cercano.
 - ⇒ El formato de la micropíldora como nuevo código de comunicación.



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

- ➔ Una micropíldora es un concepto o un mensaje desarrollado en un minuto.
- ➔ Adaptación de palabras y conceptos a las necesidades cognitivas y de comunicación a los receptores de los contenidos.
- ➔ Técnica práctica de validación del guión. Proponemos la realización práctica de la técnica de validación: seleccionamos a 5 personas que reúnan el perfil de receptor (personas destinatarias de la micropíldora), les pedimos que lean el guión y expresen aquellos extremos del mismo que no comprenden.
- ➔ Modificación de los términos y conceptos antes señalados e
- ➔ inclusión en el guión.

» Paso 4.

- ➔ Secuenciación de los guiones y relación de recursos gráficos (dibujos, audio y video) a diseñar y desarrollar por el equipo creativo. Creación del story-board de los guiones.
- ➔ Establecer todas las secuencias, tareas y recursos de texto, así como una previsión de las necesidades gráficas y sonido para crear los productos, creando el contexto necesario para que la persona o equipo creativo desarrollen estos recursos.
- ➔ Micropíldoras:
 - » Generar los guiones de los productos de fácil comprensión y story-board de las micropíldoras.
 - » Secuenciación de la narrativa.
 - » Establecimiento de los recursos de imagen y sonido de cada secuencia (en caso de las micropíldoras)

- » Organización de la secuencia y ensayo previo a su grabación (micropíldoras).
- » Previsión de elementos gráficos necesario para la grabación (micropíldoras).

- » Paso 5.
 - ➔ Desarrollo e implementación de los recursos gráficos para materiales de fácil comprensión y micropíldoras.
 - ➔ Desarrollar físicamente todos los recursos gráficos necesarios a emplear en los materiales de fácil comprensión y en la grabación de la micropíldora .
 - ➔ Determinación del estilo gráfico de las imágenes que componen los materiales de fácil comprensión y las micropíldoras.
 - ➔ Elección de la naturaleza de los recursos a utilizar (dibujos, plastilina, fotografías etc...).
 - ➔ Realización de bocetos para cada secuencia con el apoyo del story-board (micropíldoras).
 - ➔ Creación de los dibujos e ilustraciones, y para cada una de las secuencias (micropíldoras).
 - ➔ Clasificación y almacenamiento de los recursos gráficos generados para futuros usos.

- » Paso 6.
 - ➔ Grabación (micropíldoras)



- ➔ Grabar el “master” o recursos principales de la micropíldora, aprendiendo para ello a configurar el espacio apropiado para desarrollar la grabación y establecer las condiciones óptimas de sonoridad e iluminación de la zona de grabación.
- ➔ Determinación de las condiciones de iluminación y sonoridad del espacio.
- ➔ Preparación de los recursos técnicos: cámaras, monitor de previsualización, ordenador de captura.
- ➔ Determinación de las condiciones óptimas para la grabación.
- ➔ Metodología de empleo de los recursos gráficos generados en los módulos anteriores.
- ➔ Grabación de la micropíldora.
- ➔ Captura y almacenamiento del master de la micropíldora en soporte digital.

- ➔ Paso 7.
- ➔ Tratamiento y edición productos finales.
- ➔ Generar los productos finales de fácil comprensión y micropíldoras, en este último caso, grabando los recursos de audio y sincronizándolos con los recursos de vídeo obtenidos en los pasos anteriores tras su tratamiento y edición.
- ➔ Tratamiento y edición de los productos finales para su distribución (guías, manuales, materiales de autoaprendizaje, cursos...)
- ➔ Grabación de los recursos de audio de la micropíldora obteniendo la pista principal de audio de

la micropíldora.

- ⇒ Edición del máster de la micropíldora generando las pistas de vídeo finales.
- ⇒ Sincronización de las pistas de audio y vídeo.
- ⇒ Introducción de efectos de sonido.
- ⇒ Generación del producto final: la micropíldora.

» Paso 8.

- ⇒ Publicación de los productos finales. Exportación, conversión y
- ⇒ subida a Internet.
- ⇒ Publicación de los productos finales en formato impreso (papel), electrónico (web, DVD...).

» Paso 9:

- ⇒ Difusión de los productos finales en la red. Procesos de comunicación viral en redes sociales, telefonía móvil, portales web.
- ⇒ Publicar y difundir los productos finales generados en todos los medios de comunicación existentes en la actualidad: redes sociales, teléfono móvil y portales web específicos....
- ⇒ Identificación de herramientas de comunicación en la red. Redes sociales, blogosfera, portales de vídeo específicos....



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

- ➔ Publicación de los productos finales en redes sociales y portales específicos.
- ➔ Procesos virales de difusión, procesos de agitación web.
- ➔ Ámbitos de trabajo para el desarrollo de los Productos de conocimiento en base a los objetivos y prioridades de las organizaciones que conforman IBERCOTEC.

Los Productos de conocimiento que se elaboran en las Factorías de conocimiento surgen de la escucha de las necesidades y preocupaciones existentes en nuestras comunidades y que se traducen en objetivos de las organizaciones que componen **IBERCOTEC**, a partir de los cuales se desarrolla la acción.

» Objetivos y acciones perseguidas por AUPEX:

- ➔ Apoyar la cooperación para el Desarrollo Humano Sostenible en América Latina y Centroamérica desde un concepto económicamente eficiente y tecnológicamente apropiado, ecológicamente equilibrado y socialmente justo, combinando crecimiento económico con desarrollo social, construcción de la democracia, valoración de la diversidad y la pluralidad.
- ➔ Canalizar y optimizar los recursos (humanos, económicos y de infraestructuras), para agilizar la capacitación, formación y participación de los diferentes sectores y su aplicación a procesos de desarrollo.
- ➔ Posibilitar la innovación en las fórmulas de gestión pública, implementándolas con las teorías organizativas del sector privado, permitiendo a organizaciones sociales invertir en investigación y desarrollo social.
- ➔ Apoyar el proceso de transformación económica, organizativa, social y productiva del sector

agropecuario, elevando la capacidad gerencial de las unidades de producción. Creando procesos metodológicos, participativos que permitan a los productores ser sujetos de su propio desarrollo.

⇒ Posibilitar la innovación en las fórmulas de gestión pública, implementándolas con las teorías organizativas del sector privado, permitiendo a organizaciones sociales invertir en investigación y desarrollo social.

⇒ Apoyar el proceso de transformación económica, organizativa, social y productiva del sector agropecuario, elevando la capacidad gerencial de las unidades de producción. Creando procesos metodológicos, participativos que permitan a los productores ser sujetos de su propio desarrollo.

⇒ Contribuir a la formación y la capacitación municipal, sobre temáticas vinculadas al desarrollo: Tecnologías de la Información y las Comunicaciones, área de población y desarrollo, jurídica, política, gerencial y administrativo-financiera.

⇒ Facilitar la promoción y el fortalecimiento de redes con Organismo e Instituciones públicas y privadas nacionales y Centro Americanas, afines al campo educativo, investigativo, de capacitación, de transferencia tecnológica y sociedad del conocimiento.

⇒ Apoyar la reflexión sobre los procesos de desarrollo de la región y la construcción de propuestas alternativas con otras redes y movimientos sociales de forma que se logre el más amplio consenso en la búsqueda de soluciones.

⇒ La intervención se produce desde una concepción de tres marcos diferenciados y complementarios.

1.- Marco Educativo: Como motor de desarrollo para el fortalecimiento de la individualidad y la colectividad, fomentando los valores humanos para el desarrollo humano y el bien común. La educación debe privilegiar la intuición, la autoorganización, la conformación de redes, la dimensión holística, la dinamicidad y



la búsqueda.

2.- Marco del Desarrollo Humano: Como principio y fin de todas las acciones en pro del desarrollo. El Desarrollo humano como referente de la gobernabilidad: social, democrática, económica, cultural y medio-ambiental.

3.- Marco Tecnológico: El impulso al cambio en la generación y utilización del conocimiento. Las redes telemáticas se han ido convirtiendo en la infraestructura básica para la construcción de la Sociedad del Conocimiento. La brecha digital supone de hecho un elemento más en la parálisis del desarrollo de los pueblos.

» Coherencia:

El proyecto es coherente con los parámetros establecidos por los distintos planes, estrategias, comisiones mixtas, políticas nacionales, etc, entre los que destacamos los siguientes:

» Con el Plan Director:

Con el Plan Director de la AECL, en su totalidad, viéndose especialmente identificado, en primera instancia en sus “Objetivos estratégicos y criterios de intervención”, así como en los capítulos:

II.- Sobre las prioridades horizontales en todos sus apartados.

III.- Sobre las Estrategias y prioridades sectoriales, en el aumento de las capacidades sociales e institucionales,

VIII.- Sobre la calidad de la ayuda, teniendo en cuenta los criterios de planificación, seguimiento y evaluación, en los que se ha trabajado de forma directa con agentes y entidades del país destino de la intervención, así como en la utilización de parámetros que permitan alcanzar unas valoraciones en cuando a los resultados obtenidos en el propio país receptor de las acciones. Por otro lado, es coherente con este capítulo,

por el alto desarrollo tecnológico que conlleva incorporando como valor añadido el uso y generalización del software libre.

» Con la estrategia del País:

En sus planteamientos de la reducción de la pobreza, apoyándose en sus Planes Estratégicos como principios orientadores, sobre la búsqueda de una continua modernización del Estado y su cuatro pilares básicos, que incluyen, crecimiento económico, generación de empleo productivo y el desarrollo rural, el fortalecimiento de las instituciones y apoyo a grupos más vulnerables. Así como, con los campos temáticos prioritarios acordados por los países implicados en las correspondientes estancias de los mismos, sobre:

1. Inversión en el Ser Humano, especialmente centrado en la formación técnica, cooperación universitaria e intercambio tecnológico.

2. Promoción del tejido económico.

3. Defensa del medio ambiente.

4. Participación social, desarrollo institucional.

» Con el Plan Anual de la AEXCID (Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo).

Contempla en las medidas prioritarias acciones de formación, capacitación y asesoramiento, así como el desarrollo de procesos de transferencia en el ámbito de las Tecnologías de la Información y la Comunicación y de desarrollo social-económico.

» Con las Políticas Públicas Locales:

El desarrollo empresarial, formativo y tecnológico en los sectores que se proponen en este proyecto, suponen una apuesta prioritaria en las distintas políticas municipales, tanto de España como de Nicaragua, a tenor de los encuentros realizados por esta Entidad con distintas municipalidades a lo largo del pasado año y según los Planes Locales de Desarrollo de las distintas Mancomunidades de nuestra Comunidad Autónoma.

La viabilidad del proyecto está asegurada, ya que reúne todas las características, condiciones técnicas y




operativas, así como los objetivos marcados están ajustados a las realidades y posibilidades de las zonas de intervención, a tenor de las distintas experiencias que tanto AUPEX, como las contrapartes han desarrollado en los Departamentos que se proponen. Por otro, es de señalar que las actividades diseñadas están consensuadas y enmarcadas dentro de las líneas de trabajo de las entidades y profesionales participantes en el mismo.

El proyecto se encuentra enmarcado dentro de los Planes Estratégicos que las entidades participantes están desarrollando, en los que se inscriben acciones de desarrollo del Software libre, Formación a distintos sectores de la población, intercambio de experiencias, transferencia de conocimiento y desarrollo de proyectos compartidos para la consolidación de redes.

Adecuación a las Prioridades Horizontales de la AECID: En su diseño y elaboración se han tenido en cuenta las Prioridades Horizontales señaladas en el apartado Tercero punto 1, de la Resolución de 19 de Febrero de la AECID. En tanto en cuanto, este proyecto contempla en su desarrollo todos los aspectos señalados en el mismo y que son líneas prioritarias para el Área de Cooperación de AUPEX. Las actividades diseñadas, inciden tanto de forma transversal como directa, en las líneas de gobernabilidad democrática, lucha contra la pobreza, promoción de los derechos humanos, género en desarrollo, sostenibilidad medio ambiental, respecto a la diversidad, así como, su adaptación a las políticas de desarrollo del propio país.

» **Objetivos perseguidos por CEPAD.**

- Proponer acciones y estrategias que permitan el desarrollo humano sostenible en sus aspectos sociales, económicos, ecológicos, jurídicos, políticos y culturales.
- Promover el diseño y ejecución de políticas sociales dirigidas a atenuar la pobreza.
- Promover el desarrollo económico a nivel municipal.
- Promover el respeto y la inserción de los pueblos indígenas en las políticas del Estado.

- 
- ⇒ Promover la equidad de género en las relaciones humanas.
 - ⇒ Consolidar la descentralización departamental y municipal como instrumento para promover el fortalecimiento de la gobernabilidad democrática.
 - ⇒ Consolidar y ejecutar programas y proyectos de fortalecimiento en favor de los Gobiernos Municipales.
 - ⇒ Consolidar y ejecutar programas y proyectos de fortalecimiento de la relación entre los niveles nacionales, departamentales, provinciales y locales de la administración pública y de organizaciones de la sociedad civil.
 - ⇒ Apoyar la capacitación, formación y asesoramiento de líderes.
 - ⇒ Facilitar los instrumentos y escenarios para la resolución de conflictos.
 - ⇒ Diseñar los instrumentos y escenarios para la resolución de conflictos.
 - ⇒ Apoyar la consolidación de las organizaciones urbanas y rurales de la sociedad civil en general en sus expresiones territoriales, cooperativas, indígenas y campesinas.
 - ⇒ Diseñar y ejecutar campañas de comunicación en medios como prensa, radio, televisión y otras tecnologías enmarcadas en la sociedad civil de la información destinada al fortalecimiento del rol que desempeñan los diversos actores de la sociedad civil en el marco de las políticas de descentralización y municipalismo, buscando democratizar el conocimiento y la información.



» Objetivos perseguidos por Factor S.

- ➔ Promover el acceso democrático de todos los ciudadanos y ciudadanas a las nuevas Tecnologías de la Comunicación e Información (TICs)
- ➔ Fomentar la difusión de la cultura local y regional, y al mismo tiempo, crear, recuperar e integrar valores sociales y culturales de las comunidades.
- ➔ Atraer la participación de organizaciones, colectivos y empresas y dotarlos de los conocimientos necesarios, tanto individuales como colectivos.
- ➔ Crear espacios de encuentro tanto físicos como virtuales que, desde una perspectiva social, sean capaces de convocar a distintos colectivos de la población, creando redes de colaboración entre instituciones, empresas, asociaciones y personas que compartan intereses e inquietudes.
- ➔ Fomentar la participación e inclusión de los colectivos mas vulnerables (mujeres, niños, adolescentes y tercera edad) a través del diseño de programas específicos al perfil de cada colectivo.-
- ➔ Fomentar las actividades productivas en general para utilizar en forma eficiente y sostenible los recursos endógenos presentes en cada zona, a la vez de propiciar las integraciones necesarias con el capital exógeno presente en el territorio, y redes regionales de desarrollo, como una forma efectiva y real de descentralización.
- ➔ Fortalecer la capacidad local relacionada con el medio ambiente y los recursos naturales para mejorar la calidad de vida.
- ➔ Fomentar y difundir un modelo de desarrollo tecnológico solidario basado en el compartición del conocimiento y en la filosofía del software libre (GnuLinux).

» Objetivos perseguidos por ASDENIC.

- ➔ Promover procesos de desarrollo, encaminados a encontrarle alternativas de solución a problemas estructurales como la pobreza tanto en el campo como en la ciudad.
- ➔ Promoción del desarrollo humano a través de programas de capacitación.
- ➔ Promoción del turismo como alternativa para el desarrollo económico, social y cultural.
- ➔ Promoción de la educación tecnológica, como herramienta esencial en la era del conocimiento.

4.3.3 | Productos de conocimiento.

BLOQUE I°.- PRODUCTOS DE CONOCIMIENTO.-

» Descripción.-

La generación de productos de conocimiento en Software libre, es uno de los principales valores de **IBERCOTEC**, convirtiéndose en herramientas esenciales para llegar a la ciudadanía, al tiempo que generan un marco idóneo para el desarrollo procesos formativos de fácil asimilación. Desde su construcción, donde intervienen aspectos tan elementales como la creatividad, la imaginación, la innovación, así como el manejo de herramientas básicas para la construcción compartida de un producto final, hasta la propia transferencia del mismo, todo ello bajo un lenguaje de fácil asimilación, constituyen un itinerario perfectamente estructurado que finaliza en un alto nivel de satisfacción del propio participantes y los receptores del mismo. Con ello, se quiere llegar a diferentes sectores de la sociedad y por diferentes medios, (manuales y guías en papel y soportes electrónico, guías a través de micropíldoras, programas formativos de video para la televisión, innovaciones propias de los grupos de conocimiento, etc.).



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

Nos estamos refiriendo a la producción de un conocimiento para la sociedad, capaz de producir resultados tangibles, articulados a través dinámicas que generarán procesos de formación, investigación, diagnóstico y sistematización que cumplan con los criterios de: universalidad, innovación, simplicidad y mejor ejercicio de los derechos ciudadanos.

Objetivos: Generar herramientas de fácil comprensión sobre temáticas de interés social que permitan el desarrollo tecnológico y de incidencia en la sociedad civil y gubernamental.

Acciones:

Elaboración de guías de fácil comprensión, sobre las temáticas desarrolladas.

- ➔ Sistematización.
- ➔ Agitación Social.
- ➔ Redes Sociales
- ➔ Software Libre.
- ➔ Valores sociales y democráticos.

Creación de productos del conocimiento a través de la participación y formación de jóvenes, Organizaciones y ciudadanía.

- ➔ Medio Ambiente.
- ➔ Desarrollo Local.
- ➔ Agricultura.
- ➔ Fortalecimiento democrático.

- La sensibilización y apropiación de instrumentos tecnológicos que permitan el aprovechamiento y acceso a la sociedad del conocimiento y la información.
- El desarrollo y/o fortalecimiento de instrumentos comunicacionales para la participación ciudadana y de procesos democráticos.
- Producción de documentos de trabajo: manuales de buenas prácticas, documentos para la alfabetización digital y la formación.

BLOQUE 2º.- AGITACIÓN SOCIAL Y TRANSFERENCIA.-

» Descripción.-

La nueva sociedad de la información posibilita que las tecnologías de la comunicación y la información hagan posibles numerosas cantidades de información al servicio de la ciudadanía. Es sabido que la comunicación es la base en todas las actividades humanas, en este sentido, las nuevas tecnologías son las encargadas de llevar a cabo, de una mejor forma, los procesos comunicativos existentes modificándolos, innovando e incluso revolucionándolos. Su aprovechamiento máximo, no es fácil dado que está en constante cambio y evolución, por ello se hace necesario por un lado mantenernos en un constante aprendizaje y por otro, que incorporemos en este marco, herramientas que permitan una comunicación más efectiva y que propicie la generación, búsqueda y evaluación a través de la constatación y contraste de fuentes.

El marco tecnológico de Ibercotec sobre el que instrumentaliza todas sus tareas, permite salvar las dificultades que presenta el trabajo entre organizaciones de distintos países, así como desarrollar procesos de agitación social y transferencia del conocimiento desde los diferentes puntos, facilitando el acercamiento a toda la red. Todo ello, con el refuerzo que nos ofrecen los medios de comunicación convencionales constituye una herramienta de gran valor que propicia un alto nivel de transferencia y multiplicación.



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

La Web 2.0 www.ibercotec.org ofrece un espacio multifuncional que da cabida a un Red de Creación Compartida, una plataforma de teleformación, Red Social (Facebook), un espacio de descarga, entre otros, se convierte en un punto de referencia desde el que se articularán todo el conocimiento generado en distintos formatos.

» Objetivos:

Desarrollar procesos de agitación social y transferencia que posibiliten la implicación y participación activa de la ciudadanía.

» Acciones:

- ➔ 1. Campaña comunicacional para el posicionamiento y difusión de la Red IBERCOTEC.
- ➔ 2. Fortalecimiento del concepto de periodismo ciudadano a través del desarrollo de un periódico ciudadano digital, realización de concurso nacional de periodismo ciudadano, actualización permanente del portal, actualización del diseño y estructura del portal, campaña de comunicación para el posicionamiento del portal.
- ➔ 3. Desarrollo de procesos formativos con colectivos de distintos sectores y perfiles, entre los que podemos destacar universitarios, Organizaciones no gubernamentales, colectivos desfavorecidos y en las Redes de Alianzas.
- ➔ 4. Producción comunicacional en distintos formatos, tales como micropíldoras, audio visuales, conversatorios, intervenciones temáticas, documentos y mensajes cortos.
- ➔ 5. Campañas de agitación social para el fortalecimiento democrático y los valores de una ciudadanía activa.

BLOQUE 3º.- REDES DE ALIANZAS Y DIALOGOS.

» Descripción.-

La configuración de la Red **IBERCOTEC**, pasa necesariamente por la creación de redes de alianzas que faciliten la aplicación de sus productos, el refuerzo y evolución de sus planteamientos, la creación de nuevos modelos, así como la articulación de metodologías y herramientas que permitan la retroalimentación y el efecto multiplicador, para la creación de un gran tejido sobre el que articular las distintas acciones y productos del conocimiento. Por ello, durante esta edición y de forma permanente nos proponemos abordar de forma específica la firma de convenios con organizaciones y universidades que muestren su interés en las líneas de trabajo sobre las que estamos incidiendo. Por otro lado, pretendemos desarrollar encuentros de personalidades y ciudadanos, con el fin de profundizar en temáticas de interés general y que contribuyan a la articulación de propuestas de trabajo e intervención en los territorios de actuación.

Estos encuentros a los que hemos llamado Diálogos se desarrollarán tanto de forma on-line, como presenciales en los países miembros de la Red, a partir de las distintas aportaciones se pretende editar sus aportaciones y generar materiales de debate.

» Objetivo: Generar espacios compartidos para la creación de estrategias y el desarrollo de acciones para el fortalecimiento social y del propio proyecto.

» Acciones:

- Apertura de espacios de relacionamiento institucional que fortalezcan el trabajo de la Red IBERCOTEC.
- Creación una Red de Alianza de Organizaciones de los países
- de intervención.
- Creación de una Red con Universidades y estructuras educativas.



- ⇒ Encuentros con responsables institucionales y municipales para la firma de convenios de colaboración y el desarrollo de acciones conjuntas.
- ⇒ Fortalecer e intervenir en la Red de Centros de Conocimiento y telecentros.
- ⇒ Organización de espacios de diálogos internacionales con personalidades del mundo social y político representantes de los países participantes en el proyecto.
- ⇒ Creación de espacios web para el debate abierto sobre propuestas de interés social.
- ⇒ Incorporación a las factorías del conocimiento de técnicos expertos en temas de especial relevancia.

BLOQUE 4º.- ACCIONES DE REFERENCIA.

» Descripción:

A pesar de que todas las acciones que se van a desarrollar dentro del proyecto **IBERCOTEC**, pueden ser tomadas como referencias, ya que constituyen la aplicación directa de los distintos materiales y métodos que se proponen en el desarrollo del mismo. Por parte de los miembros, se ha considerado necesario, con el objetivo de fortalecer y propiciar su sostenibilidad y conocer de primera mano la capacidad de desarrollo que aportan las diferentes acciones metodológicas, la realización de acciones específicas por cada organización, que si bien serán compartidas a través de la propia red, se ejecutarán de forma concreta con la ciudadanía y en los territorios de interés de las partes.

Este bloque supone un importante valor añadido al propio proyecto ya que para su realización será necesario contar con la participación e implicación de entidades y organizaciones ajenas, que aportarán elementos necesarios para la correcta realización, al tiempo que afianzarán en sus territorios y con la ciudadanía

espacios e instrumentos que contribuirán de forma clara a su desarrollo, generando riqueza y conocimientos de fácil multiplicación.

CEPAD – BOLIVIA.

“Municipios libres de Analfabetismo Tecnológico”

Las acciones que se desarrollarán en el municipio de La Guardia y se centrarán en Abrir oportunidades sociales de acceso al conocimiento y uso apropiado de la información utilizando espacios de referencia a crear en La Guardia.

- ➔ A. Contar con un territorio de referencia que permita desde el punto de vista práctico mostrar que a través de IBERCOTEC es posible incidir de forma positiva en políticas públicas de los países miembros: pasar del proyecto piloto a política pública.
- ➔ B. Apoyar a que el Municipio de La Guardia sea el primer municipio boliviano libre de analfabetismo digital.

Principales acciones para el Resultado II:

Apoyo en la dotación de equipamiento tecnológico: donación de equipos informáticos que contribuya a la capacidad instalada de La Guardia:

telecentros.

- Elaboración de programas y un plan estratégico para la alfabetización tecnológica: cooperante experto y con experiencia en planificación estratégica para el desarrollo de un plan de desarrollo tecnológico.
- Formación a capacitadores que luego formarán al ciudadano de La Guardia.
- Aprovechamiento y uso del desarrollo de software libre y la experiencia extremeña para la aplicación práctica en La Guardia.



- Ejecución de actividades de alfabetización tecnológica.

ASDENIC – NICARAGUA.

Breve descripción de las acciones a desarrollar en ASDENIC.

Aunque en este documento se propone el desarrollo de proyecto por fase, es necesario que se tenga en cuenta que muchos momentos serán realizados de forma paralela. Por otro lado, nos permitirán marcar los tiempos para los entregables, a la finalización de cada una de ellas.

Fortalecimiento de la Factoría del Conocimiento.

Para la Asociación de Desarrollo Social de Nicaragua, ASDENIC, fortalecer la factoría o fábrica de conocimiento es fundamental para solidificar las bases que se han construido desde IBERCOTEC 2009 para el desarrollo de la sociedad, apoyada en las nuevas tecnologías. Crear y difundir el conocimiento es fundamental en una sociedad como la nicaragüense que lo está requiriendo en la búsqueda de su desarrollo social, económico, cultural, democrático. Desde esta factoría se estarán creando factorías asociadas, siendo el primer paso la creación de la factoría asociada con la participación de estudiantes de universidades locales.

» Actividades:

- Actualización del equipamiento tecnológico principal
- Fortalecimiento a través de la relación de los equipos técnicos ASDENIC – AUPEX
- Planificación anual del equipo de trabajo.
- Creación de Factorías del Conocimiento Asociadas.

ASDENIC es del criterio que en el tema de la transferencia de capacidades las universidades juegan un papel importante en el país, en este sentido, consideramos que las universidades que tienen sede en la ciudad de Estelí y principalmente aquellas que tienen carreras tecnológicas son una ventaja comparativa importante que nos permitirá a través de ellas, transferir el conocimiento a otros sectores de la sociedad. Vamos a tomar

como punto de referencia a la Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua (sede Estelí), como también otras universidad de importancia con las cuales estableceremos convenios que permita la integración de estudiantes de carreras informáticas para la creación de las factorías asociadas.

» Actividades:

- Establecimiento de convenios con las universidades
- Selección de estudiantes para equipos de trabajo.
- Capacitación a los grupos de trabajo.
- Elaboración de plan de trabajo con los equipos asociados.
- Ampliación de la Red Ibercotec en los entornos locales de intervención.

La Red Iberoamericana para la Cooperación Tecnológica - Ibercotec, tiene que dar pasos cualitativos en cuanto a que la generación del conocimiento debe ser un bien público, al servicio de la sociedad en general, por lo tanto, consideramos que una tarea primordial de la red es la ampliación de la misma, que en el caso particular de Nicaragua y concretamente en nuestra área de influencia nos proponemos abarcar los 27 municipios que componen la región de Las Segovias como parte de los departamentos de Estelí, Madriz y Nueva Segovia. Los 27 municipios segovianos están equipados con su telecentro, infraestructura tecnológica que está disponible para ser parte de la red. Además en esta ampliación incluimos a universidades, organizaciones de la sociedad civil y organismos estatales, sobre todo aquellos que tienen fuerte incidencia en la sociedad como educación, medio ambiente, turismo, agricultura, salud y desarrollo local.

» Actividades:

- Selección de organizaciones
- Inspección técnica de los telecentros.
- Establecimiento de la marca Ibercotec.
- Procesos formativos institucionales



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

- Procesos formativos a telecentros.
- Operativización de la transferencia del conocimiento (ferias, congresos, foros, seminarios)

En este bloque trata de llevar los productos del conocimiento a los sectores involucrados en el mismo, como también, la organización de congresos, foros y ferias a ejecutar durante el año. Por ejemplo, a los 27 telecentros se les hará entrega de productos de conocimiento para ser difundidos a los sectores de interés.

» Actividades:

- Entrega y difusión de los productos de conocimiento.
- Teleconferencias sobre los contenidos de los productos de conocimiento.
- Organización de ferias, congresos y foros, ONG's, pymes, sociedad civil y el estado.

FACTOR SOLIDARIDAD – URUGUAY.

» Con los objetivos de:

- ➔ Posicionar en nuestro territorio y en las colectividades de los países participantes, residentes en nuestro País, la Red Ibercotec, acercando su filosofía, objetivos, líneas de trabajo y productos a toda la comunidad.
- ➔ Promover la discusión sobre temas que hagan a la construcción ciudadana en relación al uso de las nuevas tecnologías de la comunicación e información.

Factor Solidaridad se propone trabajar con Redes Locales, Instituciones públicas y privadas, colectividades así como con la ciudadanía en general. A través de dinámicas basadas en la activa participación de todos los concurrentes.

Se buscarán instancias de debate en distintas temáticas que se irán definiendo oportunamente.

Cada organización presentará una estrategia destinada a sus comunidades radicadas en nuestro país.

Por otro lado, con el fin de reforzar nuestro equipo de trabajo y promover la formación de estudiantes universitarios, con los conocimientos que ya cuenta La Red. Para ello se promoverán becas de formación a estudiantes universitarios para conformar un equipo de trabajo que participe activamente en los objetivos propuestos.

AUPEX

La Asociación de Universidades Populares de Extremadura, de forma específica desarrollará las acciones de Coordinación General del Proyecto, así como de apoyo y seguimiento de todos los procesos que se realizarán en los distintos países.

Por otro lado, será la responsable de la edición, sistematización y publicación de los materiales que se generen y de transferir las distintas experiencias desarrolladas en la Comunidad Autónoma de Extremadura en Software Libre. El papel AUPEX, es clave ya que será el enlace de todos los miembros de la Red, así como el desarrollo central de espacio común que se irá configurando.

BLOQUE 5º.- JORNADAS TEMÁTICAS.

Durante la presente edición del proyecto IBERCOTEC y en base la experiencia desarrollada en Bolivia durante el año pasado, con la organización y realización del II Encuentro Tecnológico IBERCOTEC celebrado en Santa Cruz el día 16 de Diciembre, en el que se dieron cita numerosos profesionales, empresas y organizaciones del mundo de las tecnologías, lo que permitió un intercambio fluido y cercano de distintas realidades y experiencias, así como la transferencia de los distintos generados por el proyecto, alcanzando unos muy satisfactorios resultados. Se propone la organización de tres jornadas, uno en cada organización participante,



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

donde incidir en la transferencia y el reforzamiento de las relaciones con las distintas organizaciones que trabajan en las tecnologías y el desarrollo local.

Las jornadas que se proponen, independientemente de que cada una de ellas contará con una programación diseñada y ajustada a la realidad de cada país, se centrarán en encuentros de profesionales, espacios expositivos, multiplicación de productos y difusión de resultados.





5.

IBERCOTEC: Una propuesta de acción en el territorio para el desarrollo de las organizaciones y la ciudadanía.

5.1.- VISIÓN GENERAL DEL PROYECTO DESDE UNA PERSPECTIVA GLOBAL.

Por todos es sabido, que la creación de nuevos modelos de intervención y de acción con colectivos, no es un hecho aislado que nace de un posicionamiento estático o del desarrollo de acciones que son un fin en si misma, ni tampoco de la realización de proyectos, eventos o actividades que de forma sistemática rellenan miles de memorias sin que tengan mayor trascendencia.

El saber acumulado de las experiencias repetidas, no es en sí mismo una herramienta útil para la configuración de propuestas de futuro, que permitan un avance en las líneas estratégicas, ni en los posicionamientos tácticos u operativos.

La sociedad actual, impone ritmos acelerados impidiendo la conciencia de lo que se hace y acumula de forma amontonada los repetidos proyectos que cumplen sus objetivos en un tanto por ciento poco satisfactorios. Se hace necesario un alto en el camino, un espacio para ordenar, sistematizar y reflexionar de forma compartida, para hacer que la experiencia y el saber, se convierta en conocimiento.

La ordenación y reflexión sobre lo trabajado, hace que el saber trascienda y nazca el conocimiento, como el mejor aliado para la composición de propuestas que fomenten las alternativas y permitan los distintos posicionamientos frente a las realidades y la cotidianidad.

Puede que estemos ante una de las claves que de repuestas y soluciones, el conocimiento y su gestión, entendido como el “saber que trasciende”, que hace que germinen nuevos saberes y con ello, nuevos modelos de vida, nuevas respuestas a las distintas problemáticas. Pero ¿cómo hacemos que ese saber se convierta en conocimiento?, la respuesta la encontraremos en la conjunción de varios vectores:

- » 1.- En la conciencia de lo que se hace, es necesario tener en cuenta que para que esto ocurra es imprescindible haber ideado y diseñado el itinerario que se pretende seguir con suficiente antelación. Es este un momento, solitario, silencioso y reflexivo, donde la creación debe fluir libre, siendo consciente de que el hecho creativo no es agradable, ni mucho menos ordenado, si no todo lo contrario supone un esfuerzo exigente y caótico.
- » 2.- Compartirlo, para contrastar distintas realidades y visiones que alimenten de nuevos enfoques y configuren de esta forma una propuesta mucho más rica. En ocasiones, los que nos dedicamos a la tarea del diseños de proyectos tendemos a guardarlos, a no contarlos, por miedo, tal vez a que nos los copien. El error es grave, con esa actitud, lo único que estamos consiguiendo es que nuestra gran idea acabe en el mejor de los casos en el baúl de los recuerdos.
- » 3.- La escucha activa y la sistematización tanto de lo escuchado como de lo generado. Es importante destacar que el acto creativo puede llegar a provocarse no sólo en la escucha sino también en la intervención, en la palabra. Su sistematización genera un documento que cuya autoría no es mía, sino nuestra y que por sí solo comienza a tener vida propia.
- » 4.- La adaptación a la realidad y al territorio de acción, es igualmente necesaria, en este momento el programa creado sufre una gran transformación que en ocasiones puede llegar a ser desmotivante, generando nuevas crisis en su configuración y definición final.
- » 5.- Su desarrollo, no debemos olvidar que el proyecto es un ente vivo, que nace, crece, se desarrolla y que en su transcurso puede sufrir mil y una situación que pueden dificultar enormemente su desarrollo, incluso llegar a modificar sus planteamiento. Lo importante una vez más, es ser consciente y aportar respuestas que obedezcan a los criterios establecidos en su configuración inicial.



- » 6.- Seguimiento y creación, la aportación constante de datos, información y experiencia del desarrollo de cualquier proyecto, genera un análisis permanente que nos aportará nuevas visiones y que puede que nos hagan pensar, que debemos modificar nuestros planteamientos iniciales, sin embargo, sin que esto deba ser tomado como una norma, consideramos saludable esperar a su avance e incorporarlo a la finalización del mismo, caso de que pueda resultar interesante.
- » 7.- Efecto multiplicador, tras la evaluación final del proceso y la creación de productos para el efecto multiplicador, se convierte en un valor de difusión y de creación en red que nos aportará nuevas conversaciones y nuevos planteamientos, situándonos en una posición de privilegio al permitirnos observar la realización de la experiencia en otros territorios y con agentes distintos.

Llegado este momento, el círculo se cierra. Se trata pues de reproducir los distintos momentos y mantener en permanente estado de alerta los niveles de atención y asimilación de conceptos.

En muchas ocasiones, el objetivo marcado puede parecer utópico, imposible de conseguir, son muchos los factores que influyen en el desarrollo de cualquier propuesta, sin embargo, no es malo que tengamos claro que esos factores y su influencia puede ser negativa, pero también positiva. El diseño de un planteamiento a largo plazo, incluso atemporal, nos ayuda a configurar las herramientas en formas de programas, proyectos y actividades para avanzar a un ritmo indeterminado hacia la consecución de los objetivos finales. Esta tarea puede ser en muchas ocasiones interminable, ya que pronto comprobaremos que el objetivo marcado se retroalimenta de la propia ejecución de nuestro trabajo, situándose a medida que nos acercamos a él, un poco más lejos, mostrándose como un punto cambiante.

Establecido el esqueleto, tenemos que decidir nuestra metodología de trabajo, sobre cómo vamos a trabajar con nuestros equipos, cómo vamos a generar dinámicas de apoyo, cómo vamos a dar respuestas a los problemas o cómo vamos a abordar el propio funcionamiento de nuestro trabajo, entre otros.

Las experiencias metodológicas de muchas organizaciones, técnicos y proyectos, vuelve a jugar un papel necesario en este apartado. Desde el constructivismo, basado en el aprendizaje en la propia experiencia y donde el participante genera alternativas en su búsqueda, asumiendo así conceptos adaptados a su propia

forma de ser y de percibir su realidad. En el constructivismo se muestran multitud de variantes a tener en cuenta, tales como aprendizaje generativo, aprendizaje cognoscitivo, aprendizaje basado en problemas, aprendizaje por descubrimiento, aprendizaje contextualizado y construcción del conocimiento, todo ello desde una exploración libre del participante dentro de un marco establecido. Hasta los Nuevos Paradigmas, donde por medio de un itinerario tutelado, el participante asimila los conceptos desde su reflexión individual hasta su consolidación por medio de espacios de encuentro compartido. Pasando por la Investigación, Acción participativa, desarrollada en América Latina en la década de los 80, en la que los distintos roles que intervienen en el proceso, tanto investigador – formador como participante – ciudadano/a, generan un aprendizaje mutuo en la acción y en la búsqueda de soluciones para los problemas, debatiéndolos y analizándolos a la luz de sus intereses inmediatos e históricos, de su saber y de los conocimientos científicos disponibles, procurando resolverlos en las perspectivas de su hegemonía a través de sus diversas organizaciones, medios y recursos. En este proceso, se generan nuevos conocimientos en la interrelación y la conjunción del saber popular y el conocimiento científico.

Las organizaciones que trabajan en el desarrollo, saben que no es fácil, mantener en el tiempo una programación de acciones que no aporta aparentemente soluciones inmediatas para ningún ciudadano. Pero también saben que esas acciones, enmarcadas en un proyecto coordinado y con un objetivo común, generan en los habitantes de nuestro entorno, aptitudes y actitudes que hacen que en ese lugar nazcan elementos de valor que facilitan su desarrollo. Y aun así, nunca podremos estar seguros de que la intervención es la más correcta, porque debemos ser conscientes, de que para que el desarrollo de un pueblo sea eficaz, no es suficiente con gestionar mejor o peor una cantidad determinada de recursos, sino que además es absolutamente necesario, que esos recursos sean disfrutados por igual por todos los sectores de la población de una forma activa participativa.

El desarrollo no es un hecho realizado por una serie de profesionales con un proyecto enmarcado, es un evento que se realiza con la participación de todos y es esa participación la que permite que los acontecimientos se sucedan a un determinado ritmo. No es la construcción de una casa, donde ladrillo, cemento y ladrillo, siempre pegan, es la búsqueda constante de ingredientes que permitan edificar un mundo donde los valores de tolerancia, respeto e igualdad, entre otros sean nuestro máximo exponente.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

Eso es, el modelo de IBERCOTEC, un proceso abierto, participativo, activo, cercano a las necesidades del pueblo, en constante búsqueda de alternativas al ciudadano. Podríamos decir, que es: “un modelo con un plan atemporal pero con tiempos”, atemporal porque cualquier Plan que permanezca en un compás de espera, para que sus objetivos se cumplan, a buen seguro se oxidará y no será válido. Atemporal, porque a medida que avancemos generaremos tal cantidad de alternativas que lo harán infinito. Y con tiempos, porque está soportado por proyectos con unas metas claras, que van diseñando y haciendo el camino en el que la experiencia se hará memoria colectiva.

Investigar y desarrollar las nuevas herramientas de comunicación del conocimiento de forma compartida y consensuada, para el desarrollo de los pueblos y las organizaciones, es el principal objetivo del proyecto **IBERCOTEC**. En su seno se dan cita aspectos muy innovadores, tanto desde su metodología de capacitación, como desde la creación de productos para la ciudadanía. Enfoca sus esfuerzos en la profundización del uso y aprovechamiento de las ventajas que las TIC ofrecen para el fomento de la libertad, la formación de una ciudadanía responsable y de entidades públicas con vocación de servicio ciudadano, así como de las TIC aplicadas al desarrollo y la igualdad de oportunidades de las personas y los territorios. En definitiva un proyecto de vanguardia y de gestión del conocimiento, desde el que las organizaciones participantes ofrecen importantes herramientas para el uso y aplicabilidad a los distintos sectores e intereses de la sociedad. Desde este marco horizontal y participativo, se profundiza en los marcos conceptuales y las estrategias compartidas para la consolidación de una red Sur-Sur, que se convierta en la seña de identidad de la cooperación entre los pueblos y que de entrada a una nueva concepción organizacional, basada en la construcción de propuestas enriquecidas desde las distintas realidades de los miembros de la Red.

IBERCOTEC, no debe ser considerado como un proyecto enmarcado en unos tiempos y con unos presupuestos determinados, si bien, gracias a la contribución y subvención de la Agencia Extremeña de Cooperación Internacional para el Desarrollo, la iniciativa arranca enmarcada en los parámetros estándar de las líneas de subvención establecidas, en poco tiempo se muestra como un marco, una forma de hacer, un modelo de trabajo, un espacio que articula las distintas propuestas que las organizaciones participantes desarrollan en sus entornos, rentabilizando no sólo sus acciones específicas sino también los aspectos intangibles generando que las organizaciones y sus técnicos, amplíen sus objetivos y apuesten por la búsqueda articulada de nuevos

canales para la implicación y agitación de la sociedad.

Aunque por sí sólo Ibercotec, aporta herramientas y vectores de gran valor, para la articulación de sus organizaciones, su carácter transversal y multisectorial, le permite adaptarse y apoyar los objetivos operativos de cualquier proyecto se ejecute en el territorio. De esta manera, la organizaciones participantes incorporan en sus propias dinámicas internas la metodología desarrollada lo que aporta un plus para la consolidación y validación de las propuestas del propio proyecto, es a partir de aquí, desde donde se produce el efecto multiplicador a través de la creación de redes de alianzas, con las que trabaja bajo los mismos modelos de participación y creación. Se configura así, una red formada por personas comprometidas que no sólo ofrecen su profesionalidad y experiencia, sino también sus visiones, desde marcos de libertad y horizontalidad.

El proyecto **IBERCOTEC**, desarrolla un marco tecnológico sobre el que instrumentaliza todas sus tareas, salvando así las dificultades que presenta el trabajo entre organizaciones de distintos países, así como la creación de materiales compartidos y su correspondiente, sistematización. Desde la web www.ibercotec.org, cualquier usuario puede conocer las herramientas sobre las que este proyecto está trabajando, así como los constantes avances del proyecto. Para su desarrollo y uso, ha sido necesario realizar un importante trabajo de grupo que exige a sus componentes, ser muy rigurosos a la hora de establecer los modelos y métodos de trabajo que faciliten las labores inherentes al proyecto.



5.2.- CONCEPCIONES BÁSICAS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN GRUPO DE TRABAJO.

Si buscamos la definición de grupo, nos encontraremos algunas como esta: “es un conjunto de dos o más individuos que se relacionan y son interdependientes y que se reunieron para conseguir objetivos específicos”. Sin embargo, desde nuestro punto de vista, nada más lejos de la realidad, es claro que cuando varias personas se juntan con un objetivo común, forman un “conjunto” pero no creo que sean un grupo, esto sería como decir, tengo una programación porque hago muchas actividades.

Un grupo, es mucho más que una simple reunión de personas que trabajan, hacen o diseñan juntos. Para que un grupo sea tal, es necesario que confluyan muchos aspectos, tanto desde el punto de vista profesional como personal, y por supuesto, no es algo que nace de manera espontánea o por el simple hecho de haberlos juntado en un momento determinado y en un espacio concreto. Existen en la naturaleza y en el mundo animal, multitud de ejemplos que pueden definirlo, quizás el más famoso sea el de los gansos:

La ciencia ha descubierto que los gansos vuelan formando una V porque cada pájaro bate sus alas produciendo un movimiento en el aire que ayuda al ganso que va detrás de él. Volando en V la bandada completa aumenta por lo menos un 71% más su poder de vuelo, a diferencia de que si cada pájaro volara solo.

Cada vez que el ganso se sale de la formación, siente la resistencia del aire y se da cuenta de la dificultad de volar solo. Por lo anterior, de inmediato se incorpora a la fila para beneficiarse del poder del compañero que va delante.

Cuando el ganso que va en cabeza se cansa, se pasa a uno de los puestos de atrás y otro ganso o gansa toma su lugar.

Los gansos que van detrás producen un sonido propio de ellos para estimular a los que van delante para mantener la velocidad.

Cuando una gansa o ganso enferma o queda herida, dos de sus compañeras se salen de la formación

y la siguen para ayudarla o protegerla. Se quedan con ella hasta que esté nuevamente en condiciones de volar o hasta que muera. Sólo entonces las dos compañeras vuelven a la banda o se unen a otro grupo.

Parece que cuando compartimos una dirección común y tenemos sentido de comunidad, podemos llegar a donde deseamos más fácilmente y más rápido. Este es el beneficio del mutuo apoyo.

Este cuento, muy utilizado en la construcción de grupos con excelentes resultados, nos hace reflexionar sobre la definición que anteriormente habíamos leído. En él, destacan una serie de conceptos que tal vez nos ayuden a encontrar una definición más correcta:

» Un grupo debe:

- ➔ Marcar un camino de forma compartida y consensuada.
- ➔ Definir un método de trabajo, que sea beneficioso para todos.
- ➔ Favorecer la retroalimentación entre todos sus componentes.
- ➔ Asumir el sacrificio personal en beneficio de otros miembros.
- ➔ Apoyar y animar el desarrollo las iniciativas aportadas.
- ➔ Generar dinámicas que permitan compartir el liderazgo.
- ➔ Con conciencia de pertenencia a una estructura determinada.

Podríamos seguir, aunque quizás no sea necesario, puesto que tan sólo con estos puntos podemos ver claramente, que un grupo es mucho más que un conjunto de personas.

La construcción de un grupo, no es tarea fácil y por supuesto, tratándose de un trabajo con personas, nada puede ser tomado como dogma, sino que necesitaremos una vez más, permanecer en un estado de adaptación permanente y de alerta.



La homogeneidad, es uno de los factores que juegan un papel relevante y que nos ayudará a conseguir una mejor utilización de los códigos de comunicación. Se podrían buscar nexos comunes, además de en sus objetivos, nada desdeñables por otro lado, otros complementarios como pueden ser la edad, el nivel formativo, intelectual, entre otros.

El número de personas que participan en un grupo debe estar dimensionado, ya que un número excesivo de miembros, en la mayoría de las ocasiones dificulta enormemente su operatividad y no permite desarrollar métodos de intervención grupal, impidiendo la profundización las dinámicas grupales. Así mismo, el número determinará igualmente, las intervenciones esporádicas de sus participantes, permitiendo un mejor ambiente y facilitando las relaciones de amistad entre sus componentes, factor este último, que tiene una gran importancia, ya que apoya el carácter informal y cooperante de la construcción de propuesta y/o proyectos.

El papel del liderazgo debe ser grupal, respetando la propia forma de ser y de actuar de cada uno de los participantes, y permitiendo el desarrollo de las habilidades y valores de cada uno de ellos. A pesar de no ser tarea fácil, en este aspecto se asientan pilares que dan consistencia y evitan conflictos que ralentizan, incluso atrasan, el ritmo marcado por el esfuerzo compartido. Para dar respuesta a este tipo de situación, el grupo debe ser flexible, con capacidad de adaptación y modificación de los planteamientos si fuera necesario.

Los encuentros de grupo, son también importantes, no sólo por su frecuencia, sino también por su propia organización y diseño. Es necesario, que cualquier reunión que se convoque esté previamente diseñada de forma consensuada por el propio grupo, con ello estaremos consiguiendo su rentabilidad e interés y se mantendrá activa su motivación. Por el contrario, si realizamos encuentros debemos ser especialmente cuidadosos en:

- ➔ Realizar la convocatoria con suficiente tiempo de antelación.
- ➔ Diseñar y consensuar el orden del día.
- ➔ Nombrar un responsable para hacer el acta.
- ➔ Respetar los tiempos establecidos para su desarrollo.

- ⇒ A la finalización de la misma, hacer un resumen de lo tratado.

Durante el encuentro y en el desarrollo del propio grupo, es importante que se tengan en cuenta los siguientes puntos:

- ⇒ 1. Crear ambiente agradable: Debemos contar con un espacio adecuado al número de integrantes y a la forma de trabajo de los mismos.
- ⇒ 2. Generar cordialidad: Debemos lograr buenas relaciones interpersonales, reducir las tensiones.
- ⇒ 3. Participación activa: Propiciar que todos desarrollen sus aptitudes y habilidades para facilitar el proceso grupal y el logro del objetivo.
- ⇒ 4. Objetivo realizable: El objetivo debe ser elegido de común acuerdo entre todos los integrantes. Debemos evitar la frustración de los miembros por el fracaso ante objetivos inadecuados.
- ⇒ 5. Flexibilidad: El grupo debe adaptarse a los cambios tanto de las circunstancias externas como internas.
- ⇒ 6. Consenso: Bajo parámetros democráticos y contando con la participación de todos, el grupo en debate abierto, debe alcanzar el consenso necesario para la toma de decisiones.
- ⇒ 7. En la relación fluida y la comunicación, debemos conseguir que el grupo sea consciente de los distintos momentos en los que se encuentra, así como los logros y dificultades que cada uno de sus miembros están encontrando en las tareas encomendadas.
- ⇒ 8. Evaluación: El diseño de un método de evaluación que permita el conocimiento de todos los aspectos que directa o indirectamente están influyendo en el desarrollo de las estrategias diseñadas, con datos cuantificables y tangibles, permitirá la evolución de los proyectos desarrollados, su adaptación y mejora.



En el mejor de los casos, si las personas que integran el grupo, lo hacen con la motivación y voluntad suficiente, y conseguimos trabajar de forma rigurosa los aspectos anteriormente esbozados, nos encontraremos ante una realidad, que se mostrará con personalidad propia, con formas específicas, con métodos y modelos de trabajo concretos y con sistemas de relación y comunicación personalizados.

No tardaremos en ser conscientes de que nos encontramos ante un “Ente vivo”, distinto a cualquiera de las individuales que lo forman. Un Ente que siente, se resiente, se motiva, actúa, que pasa momentos de desmotivación y de euforia. Si somos capaces de reconocer este momento, nos encontraremos ante una de las fuentes más importantes de aprendizaje con la que cualquier mediador puede contar.

En la amalgama variopinta que definen las entrañas de un grupo, se entrelazan de forma sólida las opiniones, visiones y propuestas que configuran una decisión. Aunque no por ello debemos perdernos en el marco poético y pensar que todo está conseguido, nada más lejos de la realidad, la sucesión de momentos cargados de circunstancias dispares, nos impedirán tener un marco exacto adecuado para cualquier situación, siendo necesario la utilización permanente de recursos que no siempre ofrecen los mejores resultados.

A lo largo de una vida de un grupo, se suceden muchos momentos, desde la disposición total al inicio, donde la implicación de los participantes es total, hasta el abandono por parte de algunos implicados, o la comparación de quien hace más o menos, en el peor de los casos. Sin embargo y fuera como fuesen las circunstancias que los envuelven, está claro que siempre será necesario, contar con elementos motivadores, innovadores y de protagonismo grupal, que nos permitan mantener un buen nivel de satisfacción y predisposición para afrontar todas las situaciones que pudieran producirse, manteniendo activos estos parámetros, a buen seguro, alcanzaremos la fase final, en la que el grupo no es ya la suma de individuos sino la pluralidad unida de tal forma que integra una estructura o bloque. Desaparecen los miembros marginales y las jerarquías. Todos los miembros son participantes y tienen capacidad para analizar el proceso y mantener la estabilidad.

La metodología que incorpora Ibercotec, supone una de las apuestas más importantes en la organización grupal y el desarrollo de nuevos modelos de trabajo entre organizaciones similares. Centrada en el autoaprendizaje, los responsables del programa de capacitación, a partir de un itinerario establecido, facilitan los recursos en una Red Social cerrada, en la que participan los equipos técnicos de cada organización, donde ,

con la aportación de todos se configura el módulo de aprendizaje, que será utilizado en dos líneas claramente diferenciadas, por un lado la creación de programas formativos para la multiplicación y la transferencia y por otro, la creación de productos concretos que faciliten a las organizaciones su incorporación a los nuevos códigos de comunicación tecnológicos. Igualmente destacable, es el aprendizaje desde la experiencia, la práctica y la creación de un producto concreto. Para ello, se trabaja bajo los parámetros de los “Grupos Activos de Producción”, este modelo, propone el establecimiento de un producto que se pretende alcanzar desde el inicio, para posteriormente articular todo el proceso de construcción y aprendizaje entorno a sus propias necesidades. El técnico participante, se convierte de esta forma, en creador de propuestas, el espacio para compartir que le ofrece el seno del grupo, la búsqueda de información y su correspondiente sistematización, así como el esfuerzo de presentación al resto de los miembros del posicionan en un espacio magnífico de aprendizaje y de consolidación de los aprendido. Pero, este acto de creación – aprendizaje, se ve doblemente reforzado en la escucha y participación de las temáticas compartidas por el resto de miembros. La creación del producto final, no es menos importante, para el refuerzo del participante, ya que hace que la participación tenga un efecto tangible y fácilmente transferible.

Destacan dos vectores de aprendizaje, por un lado el “Paquete Formal” centrado en la adquisición de las distintas disciplinas establecidas en el proyecto, y por otro, “Capacitación Informal” generada a través de los foros, debates, blogs y el propio apoyo directo a la resolución de dudas de los equipos expertos, este proceso, será compartido por todos y todos los miembros podrán aportar.



5.3.- LA CONFIGURACIÓN DE UNA PROPUESTA COMPARTIDA Y CONSENSUADA.

La creación de una propuesta de forma compartida y consensuada, es quizás, una de las claves de mayor importancia en el proyecto **IBERCOTEC**. Desde un planteamiento horizontal, las decisiones enmarcadas en los parámetros de la Democracia sujeta al voto y definida por las mayorías, no es un modelo válido, porque si así se hiciera, estaríamos olvidando y descartando a las minorías como portadoras de soluciones o propuestas de interés. Desde **IBERCOTEC**, se apuesta por el consenso, enmarcado en un trabajo de debate abierto y muy intenso donde cada uno de los miembros, aporta, refuerza y defiende la propuesta que más interesa para su organización y su proyecto. Para la creación de los distintos materiales, se desarrollan cinco momentos, que se definen de la siguiente forma:

- » **CAOS**: debate abierto sobre un tema concreto, cuantas más opiniones más rico será el momento. En esta fase no existe el orden y se trata de un debate absolutamente libre, las personas no son del todo conscientes y por ello sus opiniones son espontáneas y sinceras. Existe un equipo de sistematización de las ideas que van surgiendo en el debate. Se trata del momento más importante.
- » **SISTEMATIZACIÓN**: fiel reflejo de lo aportado en la fase de caos, utiliza un lenguaje cercano a los asistentes y en él se intenta poner en valor todas las aportaciones, todas importantes. Esta sistematización es compartida en poco espacio de tiempo, con todos los participantes. Se trata de trabajar en la sistematización de ideas, no se trata de un acta, por ello, no aparecen alusiones directas a las intervenciones.
- » **CRÍTICA**: Una semana después de la sistematización. Se esperan las aportaciones de todos los participantes. Correcciones, nuevas aportaciones, ampliaciones, críticas. El tiempo en esta fase es importante, ya que nos marcará el interés del grupo y el estado de compromiso de los participantes.
- » **CREACIÓN**: Es el documento final del grupo, nace en base a las aportaciones de los distintos momentos, por ello debe ser claro, ordenado y muy concreto.

»

» **VALIDACIÓN:** Es la última fase del proceso, y consiste en compartirlo con personas ajenas al grupo, pero relacionadas con el mismo para conocer sus opiniones.

De esta forma se van generando, los distintos materiales que darán lugar a las propuestas concretas de acción y a los productos finales.

Es importante, resaltar que todo este trabajo se realiza a través de encuentros y contacto tecnológico, utilizando para ello herramientas colaborativas enmarcadas en las nuevas concepciones tecnológicas de las web 2.0.

La estructura organizativa se apoya en grupos de trabajo, formados por representantes técnicos de las distintas organizaciones que participan en el proyecto. Desde estos espacios de participación abierta, se van configurando los distintos productos de conocimiento que previamente han sido consensuados y sobre los que se trabaja a partir de la creación de un esqueleto donde se establecen las tareas específicas que tras ser asumidas de forma coordinada por todos, marcan el calendario de acción y los compromisos adquiridos. Los vectores de trabajo seguidos, son los siguientes:

- » 1º.- Encuentro de grupo de trabajo sobre un tema.
- » 2º.- Reflexión abierta sobre el tema.
- » 3º.- Creación del esqueleto del tema.
- » 4º.- Reparto de tareas según esqueleto.
- » 5º.- Creación de los primeros documentos.
- » 6º.- Aportación de anexos (web, vídeos, fotos,)
- » 7º.- Creación de una guía didáctica.
- » 8º.- Creación de un programa formativo.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

La dinámica de trabajo, se enmarca dentro de estos vectores que son asumidos por todos los miembros del mismo.

- ➔ Cada convocatoria de grupo deberá ir acompañada de un orden del día.
- ➔ Cada grupo será autónomo para establecer las dinámicas de trabajo que mejor se adapte a las características del producto que se pretenda desarrollar.
- ➔ Los componentes de cada grupo tendrán la obligación de cumplir con los compromisos adquiridos de trabajo, en el tiempo y la forma establecidos. De este cumplimiento velará el responsable de cada organización.
- ➔ La coordinación general del proyecto, deberá estar informada de cuantas modificaciones y cambio se realicen en los distintos procesos.
- ➔ Los documentos generados serán siempre validados por los responsables de las organizaciones. Sin que esto quiera decir, que se necesite estar revisando todo el trabajo de los grupos, aunque si aquellos que estén considerados como terminados y listos para su difusión, publicación...
- ➔ Los responsables de grupo tendrán que realizar un informe sistematizado del encuentro.

Este modelo de participación lleva implícito una serie de valores que entendemos son importantes destacar:

- ➔ 1. Permite el intercambio de técnicos de distintos países, sobre temáticas comunes desarrolladas en entornos y aplicaciones diferentes.
- ➔ 2. El proceso de construcción compartida facilita el aprendizaje en la retroalimentación entre todos los miembros del grupo.
- ➔ 3. Los materiales generados son de gran valor, ya que cuentan con visiones con diferentes perspectivas.

- ➔ 4. Los equipos técnicos de las organizaciones evolucionan y participan más activamente en los materiales didácticos y de incidencia en los planteamientos estratégicos de las organizaciones.

En este marco de trabajo grupal, conviene que las organizaciones profundicen en el desarrollo de procesos de trabajo colaborativo en el seno de los grupos activos, ya que en las experiencias desarrolladas en diferentes proyectos, gracias a la consecución de productos finales entre otros aspectos, generan elementos de enorme valía para los integrantes de los mismos, de esta forma podemos distinguir distintas modalidades:

Grupos activos de participación.

Las asociaciones sociales sin fin de lucro, no han sabido adaptarse a los tiempos, sin dejar de ser herramientas útiles, nos muestran una realidad, en la que la participación de sus miembros deja mucho que desear y se mantienen gracias a la voluntad de unos pocos o de algunas entidades que las utilizan como herramienta para la adquisición de recursos. Los objetivos a largo plazo, la falta de recursos para el mantenimiento de programaciones, la escasa formación de sus integrantes, las convierten en un nombre y poco más. Las experiencias realizadas en algunos proyectos nos han demostrado sin embargo, que si trabajamos con grupos de forma tutelada por profesionales y con acciones a corto plazo, el grado de motivación de los integrantes es mucho más alto y el nivel de dinamización de los entornos muestran mayores perspectivas.

Grupos activos de empleo.

Acciones para el empleo en las que el monitor es un profesional autónomo y ofrece servicios a la comunidad. Partiendo de un estudio de las posibilidades de la especialidad en el entorno y diseñando las tareas concretas que desarrolla, se diseña un programa de aprendizaje, en las que desde el primer momento el



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

participante trabaja en contacto directo con el mercado, realizando tareas concretas de fácil asimilación. Por ejemplo: si estamos formando electricistas, el participante no hará instalaciones pero si colocará enchufes. De esta forma se consigue un alto grado de motivación y voluntad hacia la propuesta, al sentirse útil y viendo la rentabilidad desde el primer momento, se producen en la propuesta dos opciones igualmente interesantes, por un lado generamos una actitud de los jóvenes hacia el empleo al sentirse realizados, lo que nos facilitará la intervención en otros aspectos, también se genera un capital de empresa que será necesario a la finalización del proyecto, e igualmente importante, reforzamos las pequeñas empresas locales, atendiendo más demandas y ampliando su mercado.

Grupos activos de producción.

Una observación somera de los distintos territorios, nos permitirá ver un importante número de empresas que serían necesarias para atender u ofrecer nuevos productos. Sin embargo, a pesar de que el mercado parece claro, la inseguridad de las posibilidades individuales, la escasez de medios, la falta de capacitación, entre otros, hace que el colectivo joven lo descarte y opte por otras opciones, aunque no tengan calidad en el empleo. Se trata del desarrollo de procesos de características similares al enunciado anteriormente, si bien en este caso, el grupo trabaja para crear un producto determinado y el proceso formativo, apoyado igualmente en la tarea, se articula de forma similar al trabajo en cualquier empresa. De esta forma, antes de terminar la tutela, ya existe un mercado creado y un producto que ha generado riqueza, de forma que cuanto por fin se crea la empresa, el participante no ha sufrido ningún cambio en su ritmo de vida y no le ha supuesto un esfuerzo extraordinario.

En el proyecto Ibercotec, los productos finales de cada grupo activo, pretenden incidir en dos sectores, por un lado la ciudadanía y por otro, las organizaciones.

Se trabaja para la consecución de los siguientes productos de conocimiento:

- » 1°.- Micropíldoras y guías de fácil comprensión.
- » 2°.- Procesos de autoformación.
- » 3°.- Procesos formativos para la capacitación tecnológica.

Como se puede comprobar en este tipo de estructuras formativas son muchos los valores de interés que se dan cita. Destaca de forma clara, la concepción digital de la educación, permitiendo que los expertos o monitores se conviertan en mediadores y facilitadores, y no en portadores de todos los conocimientos y únicos administradores de los mismos, este hecho no es baladí, ya que permite que el formando adapte los distintos contenidos a su propias concepciones lo que facilita de forma clara el aprendizaje. No menos importante es que durante el proceso de construcción de sus contenidos el participante maneja y trabaja con una gran cantidad de información, lo que obliga a desarrollar las destrezas de la sistematización y la construcción tanto desde el punto de vista semántico, como de herramientas de presentación. Todo este proceso se ve claramente reforzado si lo enmarcamos en el seno de un grupo, ya que en este marco se comparte con el consiguiente refuerzo de lo aprendido y se construye, gracias a las aportaciones del resto de los miembros, una visión más integral reforzada con el dominio y manejo de multitud de espacios de interés relacionados con la especialidad que se está trabajando.

Nos encontramos ante una de las más claras elementos de valor de las tecnologías y las nuevas concepciones de herramientas colaborativas, a través de las cuales se da respuesta a los problemas de comunicación y de construcción compartida entre los miembros de un grupo con objetivos comunes en las sociedades analógicas.



Juan Carlos Rodríguez Ibarra, en muchos foros, define claramente los conceptos principales:

- ➔ 1.- Arriesgarse. Como emigrante analógico-digital he mantenido en la vida, me quedo con esta capacidad de arriesgarme como principal valor, como elemento esencial para poder innovar. La innovación es cambio. Admitir y propiciar el cambio frente a los factores de resistencia que son la inercia, la inflexibilidad, el miedo o la ignorancia. En el momento en el que vivimos, los cambios no son sólo inevitables, sino que se producen cada vez con más rapidez.
- ➔ El vértigo es una sensación lógica en unos tiempos en que cualquier idea o artefacto puede ser vanguardista hoy y caduco mañana.
- ➔ 2.- Saber lo que representamos y comunicar mensajes claros. En el mundo en red en el que nos movemos hoy, es una cuestión de supervivencia tener una posición nítida. Para poder articular una red social hace falta no titubear en aspectos claves como la gestión de la propiedad intelectual. Es difícil que los nativos digitales puedan ver un proyecto atractivo en aquellos que manejan los derechos de autor como si nada hubiese cambiado en este salto de siglo. Seguir manteniendo una posición ambigua ante los esquemas alternativos para la gestión de la propiedad intelectual, incluidas las Creative Commons y las licencias de software libre, no es nada comprensible para la sociedad del siglo XXI y para los jóvenes digitales, que se muestran incapaces de aceptar que los que se llaman progresistas sigan anclados en esquemas del pasado, protegiendo derechos de autor gestionados desde la analogía y la venta de formatos para una actividad creadora que ya no los necesita.
- ➔ 3.- El socialismo digital tiene un futuro inmenso. Hablar de socialismo sigue siendo hablar de colectivismo, de compartir, cooperar y colaborar; de internacionalismo y de cooperación; y eso hoy es hablar de Myspace, Facebook, Twitter, Tuenti, Creative Commons, Wikipedia o software libre. Nadie duda ya del éxito arrollador de estos proyectos basados en valores y principios socialistas. Eso es progresismo de hoy.

Un somero análisis de sus palabras y una lectura de la apuesta metodológica de Ibercotec, nos muestra un claro paralelismo y una sintonía total en las concepciones de los planteamientos del futuro, que hoy ya es presente.

Compartir el conocimiento no es perder el mismo, sino reforzarlos con las aportaciones de las personas con las que se comparte, nos encontramos ante las concepciones más puras del Software Libre, donde la ciudadanía es protagonista y diseñadores de su propio aprendizaje, construyendo con las aportaciones de todos un nuevo marco del saber, que transforma y facilita la evolución de la cultura de un territorio o una organización. En esta nueva concepción los profesionales no son únicamente especialistas que desarrollan su trabajo en su propio beneficio incidiendo en sus entornos cercanos, sino que se transforman en un agente creador de valor y riqueza para las sociedades, participando activamente en su transformación y evolución, hacia concepciones más libres, más abiertas, donde los entornos son construidos por todas las personas bajo parámetros de una democracia participativa. En la extrapolación de estas concepciones hacia los marcos de las organizaciones sociales nos ofrece espacios de un valor incalculable, sustituyendo la competencia por la acción colaborativa con intervenciones de características similares en entornos distintos.

5.4.- LA INSTRUMENTALIZACIÓN DEL APRENDIZAJE.

La formación es la mejor herramienta con la que una persona u organización puede contar, pero, ¿realmente se trata de suministrar contenidos y conceptos, para que sean memorizados y para que se conozcan?, o se trata por el contrario, de generar por medio de ese conocimiento un cambio de aptitudes y actitudes en los individuos. Hasta ahora, el desarrollo de la inteligencia memorística y la cognitiva, tienen el protagonismo, frente a otras inteligencias, la emocional, la creativa, la reflexiva, la estratégica, que son las que más tarde el formado va a necesitar para hacer frente a la multitud de problemas que se le van a presentar en su día a día. Se hace necesario, el conocimiento de muchas disciplinas, para poder actuar en nuestro entorno y tal vez la más importante, sea el desarrollo de la capacidad creativa e imaginativa de las personas y las organizaciones.



Las respuestas para mejora de la formación, no las encontraremos en un planteamiento vertical, guiado y diseñado únicamente por nosotros los técnicos, es necesario el uso de herramientas que faciliten la participación activa de todos los sectores de la sociedad y generen enfoques y aportaciones, que en su sistematización configuren estrategias activas y en evolución constante. Se trata pues de una apuesta decidida de todos, que se apoye en la escucha, en los foros, en los espacios para compartir, en los propios procesos formativos, para llegar a conclusiones que hagan que las acciones trasciendan más allá de la propia consecución de un título. Los procesos formativos deben estar dentro de una propuesta integral, multidisciplinar y multi-sectorial, que parta de estrategias globales y se instrumentalizarán a través de acciones operativas. Nos estamos refiriendo que no debemos permitir, que el diseño de un proceso obedezca a la decisión del momento de un técnico, ante la necesidad de presentar una propuesta a una determinada línea de financiación. Sino que debemos partir de un marco estratégico, perfectamente diseñado y reflexionado, apoyado en el análisis de la realidad y en las características del entorno de actuación. Un marco en el que debemos tener en cuenta no sólo, las demandas formativas, sino las necesidades de empleo, de desarrollo, las ofertas de ocio, las acciones de sensibilización y los protocolos de relación con otras entidades que operan en la zona de acción.

Es bueno, por otro lado, no descartar propuestas metodológicas que apoyarán y reforzarán el aprendizaje del participante y que desde el punto de vista estructural, se encajan perfectamente en los diseños formales de los procesos. Nos estamos refiriendo, acciones que potencian la utilización de espacios, horarios y códigos de comunicación alternativos y que se trabajan fuera de los espacios habituales para la formación bajo unos parámetros formativos establecidos con lo que nos permitirán llegar a un mayor número de colectivos, generando de forma paralela conversación entorno a la temática que se está trabajando. En el desarrollo de acciones puntuales bajo parámetros de actividades culturales, escénicas, audio-visuales, redes sociales, se nos muestran valores que permiten difundir conceptos facilitando su asimilación de forma sencilla, sin esfuerzo y sin demasiado tiempo.

La instrumentalización de lo aprendido puede ser uno de los mayores retos con los que nos enfrentamos en nuestro día a día, el hecho de afrontar el diseño de una propuesta que pueda desarrollarse y ejecutarse en un entorno determinado o en busca de respuestas ante unas necesidades detectadas, implica en muchas ocasiones una barrera infranqueable y enormemente desmotivante. La falta de utilidad inmediata genera

un claro alejamiento de aquellas temáticas, que aun a pesar de parecernos interesantes, son rechazadas por considerarla imposibles, sin ni siquiera haberlo intentado.

Esta circunstancia, nos va a obligar a una dependencia de proyectos ajenos, alejándonos de nuestras posibilidades de desarrollar propuestas totalmente ajustadas a nuestras visiones.

Puede que esta circunstancia sea una de las claves de una sociedad poco emprendedora, con el consiguiente riesgo para la estabilidad y desarrollo de la calidad de vida de las personas. No es ningún secreto, que pasamos por un momento de la historia, en el que las zonas del mundo inmersas en el capitalismo, han generado una sociedad del bienestar, quizás ficticia, pero que aporta a las personas una frágil rutina acomodada que satisface de forma momentánea, pero que a la larga genera frustraciones y hastío, propiciando el inmovilismo y el estancamiento de generaciones enteras.

Como se dice al inicio de este documento, la falta de desarrollo de determinadas inteligencias, en beneficio de otras, puedan ser la base de esta problemática que impide el fortalecimiento de la crítica, como instrumento para el contraste de opiniones y por la consiguiente falta de creación de opciones de forma compartida. Pero, igualmente no menos importante es, la falta de formación integral, capaz de ofrecer herramientas interrelacionadas que propician y generan la química de la creación, el diseño, la innovación y el emprendimiento.

Desde **IBERCOTEC** no somos ajenos a esta realidad, por ello proponemos que todo proceso de aprendizaje o de acción en el territorio se desarrolle en base a la consecución de un objetivo y la creación de un producto para la transferencia.

Este modelo facilita la focalización de los contenidos y ayuda a un establecimiento correcto del itinerario que debemos seguir.

Una de las claves del éxito de cualquier proceso formativo radica su adaptación al colectivo destinatario, desde todos sus puntos de vista, adaptación del lenguaje, duración, herramientas que utiliza, así como de la mayor o menor profundidad de los objetivos trabajados. Ibercotec es consciente de la gran diferencia de oferta que existe entre Extremadura y los países miembros de su red, por ello, firma un convenio con el



Consortio Identic, dedicado a la investigación y al desarrollo de procesos formativos para la capacitación y adaptación de profesionales en el campo de las tecnologías. Desde este convenio actuamos en tres campos de actuación de gran interés para las organizaciones:

- » 1. Formación para la especialización de sus técnicos, a través de una participación activa en los procesos on-line desde la plataforma de formación, propiciando como valor añadido el intercambio de técnicos de distintos países.
- » 2. Adaptación de distintos procesos de formación a la realidad de los colectivos prioritarios, que presentan dificultades para el uso y rentabilidad de las tecnologías de la información y la comunicación. A través de un trabajo que permita adecuación de sus contenidos, metodología y duración a herramientas de fácil comprensión, fácilmente asequibles para cualquier ciudadano.
- » 3. Transferencia de conocimiento y experiencias específicas por organización, desarrollando procesos liderados por las distintas organizaciones en aquellas especialidades en las que cuentan con gran experiencia. Este proceso es especialmente rico, porque al tiempo que se produce el intercambio de conocimiento, conseguimos ampliar el campo de acción de cada organización y sus acciones de multiplicación.

A través de la propuesta de autoformación, los técnicos que integran los distintos equipos de Internet, se convierten en investigadores y productores de contenidos, como método para reforzar su aprendizaje y conocimiento de nuevas herramientas y materiales de apoyo al desarrollo de los territorios. Partiendo de estructuras formativas estándar, trabajan a través de la metodología de creación compartida en su adecuación a los colectivos, produciendo un doble efecto con un gran valor; al tiempo que se refuerza el conocimiento gracias a la búsqueda de anexos y el trabajo de sistematización y ajuste, se produce un material que servirá de elemento de sensibilización, formación y motivación para la ciudadanía. Uno de los términos que toma relevancia en este apartado son los Geektic, acuñado por Identic que hace referencia a materiales audio-visuales presentado por expertos con un lenguaje sencillo, que tutela la búsqueda y la formación sobre determinadas temáticas. Gracias a él y los anexos que le acompañan, una persona puede profundizar en una determinada materia sin necesidad de adaptarse a los rigores establecidos por los procesos formativos normalizados.

5.5.- LA SISTEMATIZACIÓN.

La sistematización constituye uno de los aspectos de mayor relevancia en el proyecto Ibercotec, ya que está presente en todos los momentos de su metodología y en la forma de abordar los distintos aspectos que a lo largo de su desarrollo se van sucediendo. Como proyecto vivo, que se hace en base a las aportaciones de todas las organizaciones, técnicos y participantes, la generación de materiales es constante y requiere del manejo de destrezas que permitan su recopilación ordenada. Recopilar, ordenar, analizar y generar informes o esquemas, que faciliten la transferencia es una tarea absolutamente necesaria si deseamos mantener los ritmos, conocer los avances, definir los vectores de trabajo hacia los que debemos encaminar nuestros esfuerzos, así como contar con elementos comunes que nos permitan interpretar la realidad y reflexionar para la definición y la generación de un conocimiento útil que posibilite la evolución de las organizaciones, las personas y las sociedades.

Pero a la hora de abordar este aspecto, conviene que reparemos en que tipo de recursos, vamos a sistematizar, puesto que nuestras tareas serán distintas y tendremos que abordarlas con herramientas diferentes.

- » Documentación: La lectura y contraste de diferentes fuentes, la búsqueda en la gran red, la interrelación de la información que nos llega a través de los canales de comunicación y la interpretación, aportará materiales, que si bien no serán un fin en si mismos y que no deben ser considerados como finales, sino como un avance para la construcción de la alternativa que de respuesta a las distintas situaciones.
- » Aportaciones: La participación activa es una de las señas de identidad de cualquier proyecto de futuro, pero la participación que debe ser concebida como un fin y un medio, carece de valor si no queda claramente reflejada en las acciones y trasciende generando propuestas. La búsqueda de una participación empoderada, en la que el participante se sienta protagonista y se reconozca como miembro útil de un grupo, no es una tarea fácil, ya que requiere de una exquisita conjunción que convierta en un cuerpo único las distintas visiones que se producen en el seno de una propuesta de construcción compartida, si bien debe tenerse en cuenta no sólo las propuesta más interesantes o de mayor calado, sino aquellas



que pudiendo no generar valor aparente son necesarias para la consolidación de las estructuras colaborativas.

» **Experiencias:** El efecto de la experiencia, es la demostración fehaciente de que lo trabajado o propuesta es aplicable y rentable en un entorno determinado, convierte los planteamientos teóricos en hechos demostrables incorporando a las organizaciones una mayor credibilidad por parte de la sociedad. Desde el proyecto Ibercotec, avanzamos en este apartado a través de la creación de redes de alianzas, donde de forma sistemática se reproducen las distintas áreas que hemos trabajado facilitando su incorporación al proyecto y apoyando la configuración y adecuación de las distintas propuestas a las distintas realidades con las que se trabaja.

Sabedores de la transcendencia vital de la sistematización en cualquier proceso de intervención, desde sus inicios el proyecto ha trabajado para el desarrollo de herramientas que facilitasen esta tarea. Por ello, desde el grupo de Sistematización, se ha avanzado en la creación de una Caja de Herramientas, que debía caracterizarse por:

- ➔ Funcionalidad
- ➔ Resultados tangibles.
- ➔ Aplicabilidad a distintos entornos y realidades.
- ➔ Validez, sometido a pruebas de resultados.
- ➔ Garantice la sostenibilidad de las acciones.

Entre las herramientas investigadas destacamos las siguientes:

⇒ **Árbol de Problemas:** Es una ayuda para entender la problemática a resolver. En él se expresa, en encadenamiento, tipo, causa/efecto, las condiciones negativas percibidas por los participantes en relación con el problema en cuestión. Enfocarnos en el problema nos permite solucionar y cambiar las raíces (causa) y no solamente disminuir los síntomas (efectos). Confirmando el mencionado encadenamiento causa/efecto, se ordenan los problemas principales permitiendo al formulador o equipo identificar el conjunto de problemas sobre el cual se concentrarán los objetivos del proyecto. Esta clarificación de la cadena de problemas permite mejorar el diseño, efectuar un monitoreo de los supuestos del proyecto durante su ejecución, y una vez terminado el proyecto, facilita la tarea al evaluador, quien debe determinar si los problemas han sido resueltos, como resultado del proyecto. Para su elaboración debemos seguir los siguientes pasos:

- » 1. Identificar los principales problemas con respecto a la situación en cuestión. Identifíquense los problemas existentes y no posibles, imaginados y futuros.
- » 2. Formular en pocas palabras el problema central. Solamente un problema por tarjeta. Debemos ser conscientes de que un problema no es la ausencia de una solución, sino un estado negativo existente.
- » 3. Identificar y anotar las causas sustanciales y directas del problema focal.
- » 4. Anotar los efectos provocados (sustanciales y directos) por el problema central.
- » 5. Elaborar un esquema que muestre las relaciones de causa y efecto en forma de un Árbol de problemas.
- » 6. Revisar el esquema completo y verificar su lógica e integridad.

Durante la edición del proyecto Ibercotec 2008, la elaboración de un taller causas y efectos del “no uso” del Software Libre, como primer paso para la configuración del marco lógico, necesitamos las causas para convertir en objetivos de cambio y de ahí para definir las acciones de una “agenda software libre”. A partir de aquí se puso el problema “No se aplica/ usa el software libre” y tras colocarlo en el centro buscamos las



causas. Conociendo las causas pudimos continuar el proceso definiendo resultados y acciones para mejorar los puntos abajo – en las raíces. La meta principal, el uso y aplicación del Software libre, creció después como resultado de la intervención, como efecto.

⇒ **Bitácora:** Se le conoce con el nombre de cuaderno de bitácora, usado por marinos y es el libro donde sus respectivas guardias, anotan el estado la atmósfera, los vientos, los rumbos, la fuerza de las máquinas, así como cuantos acontecimientos de importancia ocurren durante la navegación.

Es una forma simple, sencilla y práctica para documentar la esencia de reuniones, encuentros, seguimientos e historial de proyectos, como por ejemplo, para la elaboración de un diario de decisiones.

⇒ **Cuestionarios:** Un cuestionario es una lista de preguntas elaborada con el objeto de obtener la información correspondiente a las preguntas de evaluación. A las personas encuestadas no se les solicita que respondan directamente a estas: un buen cuestionario convierte la problemática de base en preguntas elementales a las que el encuestado sabrá responder sin problemas.

En el cuestionario abierto, la persona encuestada desarrolla su respuesta, de la que el encuestador toma nota. En este caso, la encuesta del cuestionario se parece a una entrevista individual del tipo direccional. La pregunta abierta permite una respuesta libre, tanto en la forma como en la extensión.

Por otro lado, en el cuestionario cerrado, las preguntas marcan al encuestado una determinada forma de respuesta y una cantidad limitada de selección de respuestas. Los cuestionarios cerrados se utilizan para obtener información factual, valorar el acuerdo o el desacuerdo respecto a una propuesta, conocer la postura de la población objeto de la evaluación. Este tipo de cuestionario tiene la ventaja de permitir el tratamiento estático de la información con un coste reducido. Sin embargo, existe la posibilidad de que durante su utilización, el evaluador se dé cuenta de que algunas de las preguntas requieren un análisis más preciso.

⇒ **Mapa mental:** Proceso de sistematización que se presenta a través de estructuras gráficas, por el cual se entrelazan ideas, conceptos y aportes generando un mapa visual que gira entorno a un concepto. Aporta una amplia visión de la realidad y permite una fácil comprensión de la realidad.

5.6.- LOS CONTENIDOS PARA LA RED,

5.6.1| LAS ORGANIZACIONES Y LA CIUDADANÍA.

Un ordenador conectado a Internet es una gran puerta al mundo, las personas que tienen la posibilidad de utilizarlo, cuentan con acceso fácil a la información. En Internet, tienen información de todo lo que necesiten y de todos los temas. Es por lo tanto, una herramienta que debía estar al alcance de todas las personas independientemente de su poder adquisitivo, raza o zona del mundo donde vivan.

Su utilización, no es más difícil que conducir un coche, o poner una lavadora, o hacer la siembra en un terreno, tan sólo es necesario que alguien pueda enseñarnos y acompañarnos en nuestro aprendizaje. Desde el Proyecto **IBERCOTEC**, trabajamos para que esto sea posible, para que todas las personas podamos usar y rentabilicemos esta gran fuente de información y saber.

Se dice que las Tecnologías, van a permitir que todas las personas seamos iguales y que va a limar las diferencias entre los que somos de un sitio y otro. Sin embargo, esto no es real, porque lo que se nos muestra es un mundo cargado de palabras como Software, gigas, megas, banner, Facebook, Twitter, etc, como comprenderán, así es difícil que cualquiera se atreva a entrar o buscar, si ni siquiera sabemos que significan estos términos.

La aparición de las web 2.0 y la gran revolución en los nuevos elementos comunicativos, desarrollados en los últimos tiempos ha generado un impulso asombroso y extremadamente enriquecedor para la aplicación de las metodologías participativas que desde siempre las organizaciones vienen trabajando. Nos encontramos ante un momento fantástico, para la ejecución y desarrollo de las propuestas colaborativas que en otros momentos se nos antojaban prácticamente imposibles.

La existencia de multitud de herramientas de uso compartido y su fácil acceso desde la Red, ha generado unos nuevos conceptos de desarrollo y comunicación, que ofrece a la sociedad alternativas aplicables con resultados inmediatos de gran calado en los usuarios.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

Pero de nada nos servirían estas herramientas, si los conceptos, forma y terminología no son ofrecidos de forma adecuada. Por este motivo, Ibercotec, trabaja bajo los parámetros de “Fácil Comprensión”, un concepto acuñado desde el proyecto en el que se enmarcan herramientas en distintos formatos y cuyo principal objetivo se centra en la transmisión de conocimiento para la motivación personal y la movilización colectiva, este modelo, por otro lado, facilitará el acercamiento, conocimiento y utilización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación para el desarrollo de las sociedades y las personas.

La Fácil comprensión, está especialmente dedicada a todas las personas que no tenemos conocimiento de Internet y a todas las organizaciones que trabajan para el desarrollo de los territorios y la mejora de la calidad de vida de las personas. Un modelo que facilitará la comprensión y que permitirá que realmente podamos desarrollar la igualdad de entre todas las personas. Aportamos por desarrollar elementos de comunicación que desde un diseño específico facilite la multiplicación y transferencia, potenciando la motivación, innovación e implicación de todas las personas, para ello es necesario que se tengan en cuenta los siguientes aspectos:

- » Un lenguaje exento de tecnicismos o conceptos específicos de un sector.
- » Uso de ejemplos cercanos a la realidad cotidiana y generales.
- » Adaptación a la ciudadanía, haciendo especial hincapié en aquellos colectivos que muestran mayores dificultades para su desarrollo.
- » Construcción de frases cortas y de estructura sencilla.
- » Incorporación de gráficos y dibujos de apoyo a la asimilación
- » del concepto y que hacen atractiva su presentación.
- » Invita a continuar profundizando en el tema a través de vínculos hacia anexos en formatos generalizados y sencillos (vídeos, micropíldoras, diapositivas...)
- »

- » Establece un paquete estructurado a través del enlace de conceptos.
- » Propone y muestra visiones de futuro que invitan al lector a atreverse en la búsqueda de sus propias alternativas.

No a los tecnicismos

Si por algo se caracteriza el ser humano es por el uso y desarrollo del lenguaje, a través de él nos comunicamos, expresamos nuestras ideas, emociones y sentimientos. El objetivo más importante de cualquier cultura es posibilitar que todos los miembros de su comunidad se entiendan y puedan participar activamente de todas las decisiones que atañen a su vida y al desarrollo de su territorio. El lenguaje, es por lo tanto un instrumento vital para los pueblos y las personas. Sin embargo, el propio desarrollo de sus civilizaciones ha creado espacios y roles, que diferencian a unas personas de otras. Sectores que desde su propia idiosincrasia se apoderan de determinados entornos utilizando términos, conceptos y definiciones, que alejan a la mayoría de su saber, dificultando su disfrute y alejándonos del gran objetivo de que todas las personas tengamos las mismas oportunidades.

Es deber de las Organizaciones para el Desarrollo, trabajar para generar instrumentos que faciliten el fácil acceso y comprensión de todos los sectores de la población, haciendo especial incidencia en aquellos que son por derecho de uso universal. Es normal, encontrar multitud de tratados, guías, escritos, documentos, cuya lectura supone un gran esfuerzo para la generalidad de la ciudadanía, sus frases rebuscadas y cargadas de conceptos específicos, hacen que lleguemos a pensar desde nuestra formación no podemos usar y disfrutar de ese bien, dejándolo como patrimonio exclusivo de unos pocos.

Adaptar el lenguaje al sector en el que queremos invitar a la participación, es un esfuerzo necesario que todas las organizaciones debemos hacer, para facilitar el empoderamiento de la ciudadanía de los saberes universales.



El uso ejemplos cercanos.

El uso de ejemplos que son conocidos por el colectivo al que queremos llegar supone un valor añadido de gran relevancia para el acercamiento a los conceptos que desean transmitirse.

El hecho de que el destinatario pueda contrastarlo y compartirlo en su entorno, posibilita conversaciones que facilitan el efecto multiplicador y generan un elemento motivador que propicia la curiosidad y el interés.

Antes de iniciar cualquier construcción sobre estas herramientas, es necesario que definamos claramente el colectivo al que queremos dirigirnos y su entorno de actuación, de esta forma adaptaremos el concepto a trabajar a la experiencia de cada persona, aspecto fundamental para la comprensión. Debemos ser conscientes de que estamos potenciando un sentimiento de pertenencia lo que predispone a los colectivos hacia el nacimiento de un nuevo pensamiento, evolución que facilitará el efecto que alimentará y diseñará los itinerarios a seguir.

Con el uso de ejemplos cercanos, estamos contribuyen a la innovación y a la imaginación, incorporando nuevas posibilidades al tiempo que favorecemos el protagonismo del territorio, remarcando su señas de identidad y fortaleciendo su sentimiento de pertenencia a un colectivo que le ofrece alternativas a su propio desarrollo.

Trabajar con colectivos con mayores dificultades.

Focalizar el esfuerzo de las Organizaciones para el Desarrollo, en la incorporación del mayor número de personas al desarrollo de su territorio, supone uno de los retos más importantes de nuestras sociedades. Es un hito referencial que nos obliga a trabajar para que todas las personas cuenten con el dominio de las competencias básicas y los aprendizajes imprescindibles para su realización personas, su participación como

ciudadano activo y su aprendizaje permanente. Para ello, debemos ser conscientes que esta acción no debe ser entendida como unidireccional, sino todo lo contrario, su instrumentalización debe articular de forma coordinada los aspectos formales, informales y no formales, tampoco de forma aislada, sino en relación directa y estructurada con aquellas entidades y organizaciones que actúan en el territorio y con la población objetivo de nuestro trabajo.

Nuestra acción de tutoría, debe situarse en el marco de la mediación, apostando por el desarrollo de destrezas emocionales y habilidades sociales que acerquen a la ciudadanía a la toma de decisiones en beneficio de sus entornos. El sentimiento de pertenencia, la fortaleza que transmite la unidad y ser parte de un colectivo, son elementos que propiciarán su protagonismo y facilitarán el acercamiento, apartando los recelos a la implicación a nuevas propuestas de desarrollo.

Frases cortas y de estructura sencilla.

Para la correcta utilización del mensaje escrito, es necesario que seamos claros, precisos y reales, ya que a diferencia de la comunicación oral, ésta no cuenta con el apoyo y ayuda de los gestos, las intenciones y las expresiones que ayudan a la escucha activa. Es por lo tanto necesario que hagamos un esfuerzo especial que diseñe un Plan que determine lo que queremos transmitir y comunicar, así como la intención de los que buscamos.

Las frases largas, con términos no adaptados, en muchos casos con una redacción complicada, hace que en el destinatario rehuya de ellas, perdiendo el sentido para el que fueron creadas. Debemos articular nuestro mensaje con una estructura sencilla, donde la introducción, el cuerpo y la conclusión, puedan ser transmitidas con rapidez y facilidad.

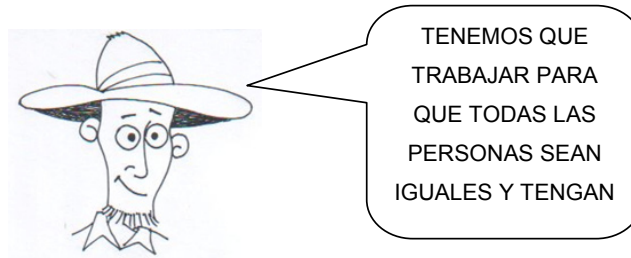
A la hora de construir las frases en una guía de fácil comprensión, focalizaremos nuestros esfuerzos en que contengan frases cortas, simples, verbos activos, experiencia de los destinatarios, mensajes positivos, cercanas al estilo hablado.



Los gráficos y dibujos en la comunicación escrita

Los gráficos y dibujos son un recurso didáctico y de cercanía que aporta mayor sencillez al mensaje que queremos transmitir, incorporan elementos de gran importancia que contribuyen a una mejor transmisión y atención del lector. Nos encontramos ante un recurso que va a aportar un gran valor a nuestra tarea de comunicar, ya que las imágenes posibilitan la secuencialización de forma fácil de un mensaje, al tiempo que invitan al participante a continuar con su búsqueda y profundización sobre el tema expuesto. En muchas ocasiones la ilustración se convierte en un reclamo muy atractivo que acerca al participante y lo engancha en su lectura.

El uso de este tipo de elementos, nos ofrece un campo muy rico, desde donde se pueden articular mensajes a través un personaje con el que el colectivo destinatario se sienta plenamente identificado y cuyo comportamiento coincida con una forma de hacer conocida por todas las personas.



Vínculos para profundizar.

Es lógico pensar que tras la lectura y apropiación de la ciudadanía de los conceptos que hayamos trabajado en forma de acercamiento a través de una guía de fácil comprensión en un tema determinado, el participante se sienta motivado hacia la temática y esté interesado en proseguir con el aprendizaje al que le he-

mos invitado a adentrarse. Por ello, es necesario que tengamos preparado un itinerario que ofrezca distintas opciones y que invite a decidir cual es la que más se ajusta a su momento o a sus posibilidades.

Por ello, desde la guía de fácil comprensión podremos proponer los siguientes vectores:

- » Enlaces a documentos fáciles, tanto en su comprensión como en su adquisición, para ello podemos generar conversaciones con los centros que trabajan en nuestro entorno para que faciliten este material a las personas que se interesen.
- » Facilitando enlaces las Red a herramientas audio-visuales adaptados a los perfiles destinatarios.
- » Ubicando las Factorías de Conocimiento donde ofreceremos procesos formativos participativos ajustados a los intereses de los participantes potenciales.
- » Ofreciendo mediación y tutorías para dar respuestas inmediatas a los intereses puntuales.

Itinerarios en forma de paquetes formativos

Son muchas las dificultades con las que las organizaciones para el desarrollo, se encuentran a la hora de trabajar con perfiles con bajo nivel formativo. El hastío, la desmotivación, la sensación de olvido, la instrumentalización de su realidad en beneficio de unos pocos, entre otros aspectos, hacen que debamos ser especialmente escrupulosos a la hora de afrontar un trabajo con ellos. Un error o una mala programación pueden generar un rechazo radical y una pérdida de confianza difícilmente recuperable.

Por ello, desde **IBERCOTEC** proponemos que las organizaciones hayan de acciones puntuales y sin continuidad, y proponemos intervenciones diseñadas en forma de paquetes formativos, que establecen un itinerario en el que todas las herramientas son complementarias entre sí. De esta forma, si pretendemos generar una intervención sobre el conocimiento y uso de Internet a través de micropíldoras (herramienta



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

audio-visual que trabaja desde un concepto, un minuto), no haremos una sola micropíldoras, sino que diseñaremos un paquete que permita que en participaciones puntuales, la persona pueda ir completando todos los conceptos y conocimiento que necesita sobre esta materia.

Visión de futuro

El aprendizaje, el conocimiento, el saber, la participación activa y el contaste de opiniones, son elementos que generan en los individuos y en sus entornos, el desarrollo de la imaginación y la creatividad apoyando visiones de futuro que implican una clara mejora en su cotidianidad. Desde IBERCOTEC somos conscientes de que una sociedad imaginativa lleva implícita no sólo un horizonte sobre el que instrumentalizar y establecer la línea de trabajo que debemos seguir desde nuestras organizaciones, sino que además nos convertimos en agentes más productivos convirtiéndose en un complemento en nuestra vida diaria.

Es por ello, que creemos que es necesario tener en cuenta, la importancia de trabajar de forma transversal en todas nuestras propuestas, potenciando la imaginación, el emprendimiento, la creatividad como elemento indispensable para el desarrollo de nuestros territorios. Las organizaciones deben permanecer en un constante estado de alerta y adaptación permanente, que propicie la visualización de los escenarios del futuro.

5.7.- EL MARCO TECNOLÓGICO DEL PROYECTO.

El proyecto **IBERCOTEC** se instrumentaliza a través de un proceso de contacto y aprendizaje permanente, desde las Tecnologías de la Información y la Comunicación, este matiz, que aporta innumerables ventajas, no está exento de dificultades, como puede ser la pérdida de prioridad frente a los trabajos de nuestros entornos cercanos y nuestra cotidianidad. Es por ello, que conviene ser muy riguroso a la hora de establecer los modelos y métodos de trabajo, para facilitar las labores inherentes al proyecto se propone los siguientes:

Red de Conocimiento.

Se ha mostrado como una magnífica herramienta de comunicación y contacto, sin embargo adolece de orden y dificulta enormemente el seguimiento de los distintos trabajos de los grupos y aportaciones individuales. Su uso y mantenimiento se hace necesario, si bien ocupará el primer lugar de la cadena.

Plataforma de Teleformación.

Una de las características de nuestros procesos formativos, a diferencia de los procesos normalizados, es que en este proyecto, todos somos profesores, por lo que nuestra participación será doble al tiempo que aprendemos vamos generando materiales de formación en cada uno de los grupos de trabajo y aprendizaje.

En la plataforma, se incorporan, los contenidos, conocimientos y documentos creados por los propios grupos siempre y cuando hayan sido consensuados y validados. Es importante, que tengamos en cuenta que los materiales que estemos creando serán herramientas formativas de gran valor para la multiplicación a nuestros equipos o para otras organizaciones de la Red de alianzas.



Dentro de la propia plataforma, se incorporará un programa llamado WIKI que permite la elaboración de materiales y documentos de forma conjunta, para su uso generalizado se realizarán unas sesiones formativas en las que podrán participar todos los miembros que lo deseen.

WEB 2.0.-

El espacio de difusión por excelencia y marco general que albergará todos los espacios anteriormente citados, en ella además de contar con la información tanto de nuestro proyecto, como de nuestras actividades, contaremos con galería fotográfica, referencias de actividades, multiblogs, banner publicitario, entre otros.

Es necesario que todas las organización participantes, marquen un ritmo para la incorporación de noticias directamente relacionadas con ibercotec, ya que creemos que este debe ser el marco único de todas las actividades que se desarrollen, podrán ser consultadas de forma general de todo el proyecto o bien de forma específica por cada organización participante.

5.8.- LAS REDES SOCIALES EN IBERCOTEC.

Desde hace unos años, muchos de los productos nuevos que la tecnología viene presentando al mundo, ha dejado de ser un lujo y se ha convertido en una necesidad. De esta misma forma esta pasando con Internet y todo lo que conlleva estar conectado a la red. Una de las últimas formas de comunicación eficientes son las redes sociales, que como invento se esta convirtiendo en una herramienta necesaria para muchas actividades.

Una red social es una estructura social que se puede representar en forma de uno o varios grafos en el cual los nodos representan individuos y las aristas relaciones entre ellos.

El primer sitio considerado un sitio de red social fue creado en el 1997 y se llamó SixDegrees o en español “Seis Grados”. En internet en especial en las redes sociales se maneja mucho el concepto de “Seis Grados de Separación” Este concepto se basa en que toda la gente del planeta está conectada a través de no más de seis personas. Por ejemplo, yo como miembro de Facebook, solo 6 personas me separan de llegar a ser amigo de la cantante Madonna. Lo interesante de este concepto, es que, fue y es totalmente comprobado.

De esta forma se demuestra lo importante que es ser parte de una red social sea cual sea el fin.

Facebook fue creado originalmente para apoyar a las redes universitarias, en 2004 los usuarios del sitio estaban obligados a proporcionar las direcciones de correo electrónico asociada con las instituciones educativas. Este requisito lo llevo a ser un modelo de acceso relativamente cerrado. Facebook posteriormente se ha ampliado para incluir a los estudiantes de secundaria, profesionales, y finalmente todos los usuarios potenciales de Internet. En Facebook los usuarios sólo pueden hacer públicos sus perfiles a otros usuarios del sitio. Otra característica que distingue a Facebook es la capacidad para desarrolladores externos de crear aplicaciones lo que permite a los usuarios personalizar sus perfiles y realizar otras tareas, tales como comparar las preferencias de las películas, etc.

Las herramientas informáticas para potenciar la eficacia de las redes sociales online (‘software social’), operan en tres ámbitos, “las 3Cs”,

de forma cruzada:

- » Comunicación (nos ayudan a poner en común conocimientos).
- » Comunidad (nos ayudan a encontrar e integrar comunidades).
- » Cooperación (nos ayudan a hacer cosas juntos).



Desde su aparición, el tiempo utilizado en el uso de estas páginas, sigue en aumento. Muchos usuarios están prefiriendo estas opciones para intercambio personal, pasatiempo y Chat, principalmente, que podrían estar desplegando la utilización de otras alternativas como el aMSN, MSN y otros espacios para el Chat.

El crecimiento y presencia es tan acelerado que, además, está dejando en segundo lugar el uso del correo electrónico, especialmente, entre los jóvenes. Dos tercios de la población mundial en línea ya está integrada a estas “comunidades virtuales”. Entre diciembre de 2007 y diciembre de 2008, el tiempo utilizado en estas páginas aumentó un 63%.

La mayoría de estos espacios virtuales son conocidos por el nombre de sus marcas: Facebook, hi5, Bebo, Orkut, My Sapce entre otras. Una de las más aceptadas y que ha mostrado un crecimiento explosivo, es Facebook, con 20.500 millones y medio de minutos utilizados. Los brasileños, hasta el momento, son los mayores usuarios de redes sociales. El 80% de los conectados las visitan.

Facebook aparece como la página más popular del mundo, con más de 110 millones de visitantes. Las preferencias difieren según los países y regiones. Por ejemplo, Facebook, es líder en Australia, España, Suiza, Francia, Reino Unido e Italia. Sin embargo en EE.UU, My Sapce, es la más utilizada. En Japón Mixi Reings y la primera red en Brasil es la Red de Google, Orkut, mientras que en Argentina Sonico tiene preferencia. Todas estas páginas fueron pensadas en sus inicios para el público joven, pero eso es historia. Facebook, por ejemplo, tiene entre sus usuarios un promedio entre 35 y 49 años.

La Privacidad.

Las Redes Sociales van recopilando información colocada por sus usuarios, sin considerar en su mayoría, que estas pueden ser utilizadas por la nueva tecnología de recopilación como una huella dactilar comportamental.

Tiene dos caras: una muy buena oportunidad para negocios, búsqueda de trabajo, intercambio, pero también para “tentar” a buscadores de identidades. Este riesgo puede afectar también a las organizaciones. Es uno de los temas que más se está discutiendo en la actualidad. Los usuarios tienen las herramientas para optar qué datos vuelcan en estas Redes.

Las empresas están utilizando estas redes y como una fuerte herramienta de marketing, apareciendo como usuarios. En algunos casos utilizando una identificación “solapada”. Por otro lado, la línea que separa las redes profesionales como LinkedIn y las redes sociales como Facebook, es cada vez más estrecha.

Es fundamental conocer, las políticas de seguridad que ofrecen estas páginas y a su vez estas deben brindar información entendible por cualquier usuario.

En definitiva la redes sociales en Internet, son sitios que permiten a los usuarios construir, a partir de la creación de su perfil personal, redes de amigos, contactos con los que se pueden comunicar pública o privadamente.

Facebook, My Space, Orkut, Sonico y otras redes sociales forman parte de la vida cotidiana de millones de personas, que encuentran en ellas una alternativa para “potenciar” sus relaciones personales, encontrar nuevas amistades obviando el contacto cara a cara.

Las redes sociales se han convertido en importantes herramientas de difusión, y no cabe duda de que seguirá en crecimiento como tal.



Redes Sociales en los países donde se desarrolla Ibercotec.

Resumen sobre las redes sociales más influyentes en cada país, para la justificación de los trabajos a realizar en cada institución.

» **NICARAGUA**

Nicaragua cuenta con el handicap de ser el país más pobre de la región (solamente superado por Haití en el continente), lo cual se ve reflejado en la capacidad de acceso a Internet para los nicaragüenses. Actualmente Nicaragua tiene una población promedio de unos 5,800,000 habitantes, pero de esa cantidad, solamente 155,000 personas hacen uso de Internet, lo que representa que existe un solo acceso a Internet para cada 37 habitantes. Esto es apenas el 2.68 % de la población. La realidad de dichos números nos hace pensar que hay poca presencia relativa en las redes sociales más populares de Internet, aunque se ha notado un rápido crecimiento de internautas nicaragüenses en las redes sociales, especialmente del sector joven de la población.

Son de especial mención dos redes sociales que han venido compitiendo por la simpatía y fidelidad de los nicaragüenses, como son: Hi5 y Facebook. De la primera podemos decir que fue la primer red social con alta incidencia en los nicaragüenses, especialmente para la juventud, donde normalmente crean sus perfiles, comparten datos, fotos, se unen a grupos y fortalecen su comunidad virtual al punto de competir por quién logra más “amigos” dentro de la red.

Por otra parte Facebook es relativamente nueva para los internautas, pero está demostrando un crecimiento que lleva camino de desbancar a Hi5 como la opción número uno. Algunos datos pueden confirmar esta teoría. Para diciembre del año pasado, había 27,734 usuarios nicas activos en Facebook. En la actualidad, según estadísticas de Facebook, hay más de 76,660 usuarios registrados con nacionalidad Nicaragüense. Otro dato relevante es el que presenta la web alexa.com donde se puede ver a Facebook en la posición número 4 del rankin de los sitios más populares de Nicaragua, por contra del lugar numero 7 que ostenta Hi5, dando a entender claramente que hay mas usuarios que prefieren Facebook por sobre Hi5, ya sea usuarios nuevos, o antiguos usuarios de Hi5 que decidieron mudarse por las ventajas del competidor.

Finalmente, Facebook ofrece más opciones para las instituciones con ánimos de promocionar o publicitar sus quehaceres dentro de la sociedad virtual. Es por eso que instituciones como SIMAS o CII, además de las mejores universidades del país, tengan perfiles o grupos de interés dentro de esta red social en crecimiento.

» Datos: www.alexacom.com, www.labrujula.com.ni, www.internetworldstats.com

» URUGUAY

En nuestro país aún se identifica un número importante de personas que permanecen ajenas a estas opciones. Una barrera es la falta de alfabetización, principalmente entre las personas, mayores de 55 años. Cuando esto no es la causa, prima la concepción personal sobre el alcance de estas redes. Aún hoy se observa resistencia y desconfianza en amplios sectores y aún entre los sectores académicos.

Pero estas posturas, han venido cediendo paulatinamente, cuando comenzó a valorarse opciones como: la comunicación rápido con los amigos, familiares (muchos radicados fuera del País), posibilidad de conseguir trabajo, comprar y vender, entre otras opciones.

El 19% ya utiliza redes y Facebook aumenta con casi 400.600 usuarios. Los siguen Metroflog (utilizadas por adolescentes y jóvenes) My Sapce, Twitter.

En Uruguay se conectan a Internet 1.340.000 personas aproximadamente, representando el 40% de la población. Pero el crecimiento de Facebook ha sido explosivo, respecto al crecimiento que se observa a nivel mundial. En períodos casi similares esta marca aumentó un 86% en Uruguay, mientras que en el resto del Planeta lo hizo en un 50%.

» Algunos datos

Período	Personas	Mujeres	Hombres
Mayo 2009	309.220	166.720	142.500
Octubre 2009	576.160	300.180	275.980



Información aportada por Facebook, en la sección Público Objetivo.

A Facebook, lo sigue Twitter en Uruguay, aunque algunos no la consideran una Red Social, como tal, está creciendo fuertemente en todo el mundo.

» Fuentes:

Uruguay y las redes sociales; Jorge Oyhenard; Jorgeoyhenard.com.

Redes sociales online redefinen la privacidad persona: Universia Knowledge Wharton; junio 2009.

Redes Sociales en Internet; Soledad Caballero.

Red social – Wikipedia.

» **ESPAÑA**

España, al 1 de enero del 2008, cuenta con 46.157.822 habitantes, y el uso de internet es de un 56 % de la población total. A nivel mundial, España se coloca en el puesto número 9 con alrededor de 17,8 millones.

El 43% de los usuarios activos de Internet de España pertenece al menos a una red social. Se estima que España cuenta con 13 millones de usuarios de redes sociales. El 38% de estos, actualiza los contenidos de forma semanal.

» Más Usadas.

Tuenti: 5,6 millones de usuarios

Facebook: 7,1 millones de usuarios

Fotolog: 3,3 millones de usuarios

Facebook de sus 7 millones de usuario, el 48,4 % son hombres y el 51,6 % son mujeres. De un total mundial de 7.076.680 de usuarios de Facebook, España representa el 2,31 %. Manteniendo su puesto en el número 9 del ranking mundial.

Las tasas de crecimiento del uso de estas herramientas son muy indicativas de la auténtica explosión de las redes sociales en España. Así, Facebook creció en nuestro país un 1.147% respecto al año pasado, Tuenti un 770% y Hi5 un 170%, ésta última hasta alcanzar casi los dos millones de usuarios activos.

» Datos:

<http://www.checkfacebook.com/>

<http://www.elmundo.es>

» **BOLIVIA**

Bolivia tiene 9.427.219 de habitantes, de los cuales el 42.9 % de la población, se conecta a internet. Los lugares desde donde frecuentemente se conectan son:

el 70.8 % desde un Café Internet

el 21.0 % desde el trabajo

el 21.0 % desde el hogar

el 14.6 % desde el colegio o universidad.

» En cuanto al uso de Redes Sociales:

El 46.8 % de los que se conectan a internet en Bolivia, se conectan a alguna Red Social, de los cuales.

El 34.7 % que se conecta a Redes Sociales son “Hombres” y...

El 28.6 % que se conecta a Redes Sociales son “Mujeres”

» Más usadas:

Sonico: 45.7 %

Hi-5: 35.7%

Facebook: 84.3%



El 84.3 % de los que se conectan a Facebook, representa a la cantidad de 436.400 Usuario, que a su vez representa el 0.14 % de los usuarios globales de Facebook. De los cuales:

El 54 % de usuario de Facebook son “Hombres”

El 46 % de usuario de Facebook son “Mujeres”

» Datos:

<http://www.scribd.com/doc/19261469/Estudio-Usos-de-Internet-en-Bolivia>

<http://www.checkfacebook.com/>

» **La Red Ning.**

En vista del avance de las nuevas tecnologías, la Red IBERCOTEC como principal promotor de las mismas; ha dado el paso importante de crear una red social cerrada (sólo usuarios aprobados), en la que podremos compartir y llevar a la práctica la teoría de las ventajas que proporciona una red social, y poder usarlas para los fines del proyecto.

El servicio seleccionado para esta Red fue NING (<http://www.ning.com>). Una plataforma que permite la creación y administración de nuestra propia red social, en este caso denominada “RED SOCIAL IBERCOTEC”. (<http://ibercotec.ning.com>)

Este servicio cuenta con limitaciones ya que es un servicio gratuito, limitaciones tales como:

- ➔ Nombre de dominio haciendo mención a NING.
- ➔ Pocas posibilidades de modificación del diseño.
- ➔ Publicidad.
- ➔ Limitada cantidad de espacio de almacenamiento.
- ➔ Limitada capacidad de ancho de banda.

Estas limitaciones, llegado el momento y observando la utilidad que puede representar para los miembros y el proyecto en general, serán suprimidas gracias a un pago anual que nos permitirá tener una red social totalmente nuestra y cargada al financiamiento del Proyecto.

A continuación, detallaremos algunas funciones básicas pero importantes para poder usar correctamente de tal manera de aprovechar al máximo las ventajas de esta Red Social.

➤ Opciones de usuario

Lo podemos encontrar en la barra lateral derecha de la Red Social. Cuenta con las siguientes opciones:

- 1 | Cerrar sesión: Para salir de tu cuenta. Es recomendable Cerrar sesión cuando se ha ingresado a la Red Social en una computadora que no es nuestra (Ej. Café Internet, etc).
- 2 | Bandeja de entrada: Los mensajes recibidos de forma directa a través de la Red Social. Se observa entre paréntesis, los mensajes nuevos (sin leer).
- 3 | Alertas: Mensajes importantes.
- 4 | Amigos – invitar: Esta opción permite visualizar a tus amigos en la Red Social, además te da la opción de invitar a otros miembros de la Red a que sean tus amigos.
- 5 | Configuración: Esta opción es muy importante y la detallaremos un poco más a continuación.

➤ Perfil:

Podrás cambiar los datos de tu perfil, como ser: Email de contacto, Contraseña, Foto, Fecha de nacimiento, etc.

Algo muy importante, es la parte de “Direcciones útiles”, donde tenemos la dirección de nuestra página dentro de la Red Social, además la dirección de email (correo electrónico) de la Red donde podrán agregar fotos o videos directamente enviándolo a esa dirección.



➔ Privacidad:

Esta opción es muy importante, ya que podemos definir el nivel de privacidad de cada una de nuestras actividades en la Red Social. Podemos elegir si las publicaciones en nuestro blog dentro de la Red Social, pueden ser leídas por todos los visitantes, sólo los miembros de la Red Social o sólo nuestros amigos.

Siendo la Red Social **IBERCOTEC**, una red cerrada, recomendamos tomar precauciones en cuanto a las contraseñas, asegurarnos de que estas sean lo suficientemente fuertes como para no permitir el ingreso de intrusos.

➔ Beneficios de las redes sociales.

La comunicación ha sido y será siempre una inquietud que lleve al ser humano a descubrir nuevas y mejores maneras de cerrar distancias. Todo esto llevó a que, en el año 1969, empiece a madurar una idea que uniría todas las computadoras del mundo, que luego tomaría el nombre de: Internet, y que a su vez daría paso a nuevas formas de comunicación.

Internet es una “red” de computadoras interconectadas entre si, de tal forma que, permite el intercambio de información alrededor del mundo y unen a personas no importando las distancias.

Guiados por este concepto, se ha creado lo que ahora se conoce como “Redes Sociales” que básicamente es, un grupo de personas conectadas entre si a través de internet, pero que comparten los mismos gustos, profesión, intereses, amigos, etc.

De esta manera, las Redes Sociales en Internet ha llegado a tomar una gran importancia en la vida de las personas conectadas, ya que les brinda grandes beneficios, ya sean estos personales, para comunidades, educacionales, etc. Permitiendo un crecimiento en conocimiento más equitativo en el mundo.

Estar conectados a una Red Social, de alguna u otra manera satisface algunas necesidades, que se convierten en beneficios a hora de suplirlas, como ser: Actualidad, Interconexión, Comunicación, Protagonismo y Control.

➔ Actualidad.

Con actualidad se refiere al hecho de estar informado sobre nuestro mundo o alrededor y sobre áreas de nuestro interés. Informaciones que son consideradas rutinarias como ser: El cambio de estado civil de un amigo, el cambio de domicilio, nuevas fotos del viaje de promoción, o el nombre de su pareja. Pero también nos ofrece novedades o informaciones “serias” como grupos específicos de actividades de nuestro interés o incluso noticieros internacionalmente conocidos.

➔ Interconexión.

La posibilidad de tener fácil acceso a la gente que nos importa. Nos sentimos interconectados porque tenemos la manera de contactar rápidamente a muchas personas, unas de manera regular, y otras a quienes no contactamos casi nunca, pero es bueno tenerlos “a mano”, considerando también que la distancia no es un impedimento para ello.

➔ Comunicación..

Podemos recibir o transmitir información, la comunicación consiste en recibir y enviar información. Las Redes Sociales, nos permiten tales cosas, de esa manera, podemos no solo informarnos si no dar a conocer al mundo nuestro punto de vista sobre algún tema, nuestros pasa tiempo, nuestras necesidades, nuestra posición política, etc.

➔ Protagonismos.

Somos protagonistas, debidamente identificados, de todo lo que hacemos públicamente en las “Redes Sociales”. Sus tecnologías facilitan que la gente no sólo conozca sino que también vea fotos y videos de nuestras actividades. Alguien podría decir que muchas de esas actividades son muy triviales, pero para los protagonistas de las mismas en estos sitios web podemos canalizar nuestras opiniones, puntos de vista, creencias religiosas, convicciones políticas, sueños o experiencias diversas.



➔ Control

Aunque definitivamente no es absoluto ni seguro al 100%, en las Redes Sociales tenemos el control para determinar a quién leemos, a quien dejamos que se entere de nuestras intimidades, en qué juegos invertemos nuestro tiempo de ocio y a quien le seguimos el juego en un momento determinado. Tenemos control para determinar cuanta información personal publicamos en estos sitios. Pero debemos estar pendientes de no pecar por inocentes ofreciendo datos de nuestras vidas que después puedan ser utilizados para perjudicarnos.

➔ Conclusión.

Las Redes Sociales otorgan distintos y varios tipos de beneficios, todo esto dependiendo de lo que el usuario busca en una determinada Red Social. Estos beneficios también pueden fácilmente estar direccionados a instituciones, grupos, empresas, etc. Definiendo claramente la meta de cada uno de ellos al usar una Red Social, pueden llegar a ser una herramienta realmente potente, ayudando a difundir las actividades, promociones, concursos, trabajos, etc. que puedan ayudar al desarrollo no solo de una persona, sino también de comunidades.

5.9.- LOS EJES TRANSVERSALES.

La concepción integral y global de nuestra acción para la evolución y desarrollo de las personas y territorios del proyecto, no puede concebirse, como ya es apunta en distintos momentos de este documento, desde una perspectiva unidireccional, sino desde una perspectiva integrada e integradora en la que se implique a todos los segmentos de la población y especialmente a aquellos que son considerados como necesarios. El gran aporte que supone una visión interdisciplinar con una incorporación transversal que permitan que el desarrollo de habilidades básicas de pensamiento generen nuevas concepciones culturales en los entornos, liderados por los posicionamientos, inquietudes, visiones e intereses de la ciudadanía, se convierte en uno de los indicadores del trabajo que se desarrolla tanto en las organizaciones participantes como en los colectivos destinatarios. La potenciación de los dominios cognitivos, procedimentales, actitudinales, apoya la respuesta de forma crítica hacia los desafíos históricos, sociales y culturales para un compromiso local, económico y democrático.

Los aspectos transversales en el proyecto, suponen un adicional de conocimientos que aportan un mayor sentido en la acción social que desarrollamos, propiciando un mayor compromiso afectivo de las organizaciones y facilitando la implicación en la búsqueda de objetivos que beneficien por igual a todas las personas.

Desde el proyecto, se trabaja en los siguientes ejes:

- » Valores.
- » Medio ambiente y cambio climático.
- » Software Libre.
- » Igualdad y perspectiva de género.



5.9.1.- El uso y desarrollo del Software Libre.

La contribución de la implementación en la Comunidad del Software Libre, gnulinux. La creación y experiencia en esta Comunidad Virtual, ha facilitado el desarrollo de proyectos de mayor envergadura permitiendo el diseño de propuestas ajustadas a los intereses de los participantes y de sus círculos cercanos.

Por otro lado, supone una importante herramienta de gestión, desarrollo y difusión de cualquier proceso de intervención. Su uso normalizado y su incorporación en las estructuras de nuestro proyecto, son de vital importancia para la consecución de los objetivos previstos, convirtiéndose en un instrumento eficaz para la coordinación en interrelación de las distintas acciones que se desarrollan, así como de producción de materiales compartidos para su efecto multiplicador.

La universalización del conocimiento ofrece la posibilidad de acceder de forma libre a la información y a los contenidos, multiplicando así su dinamización y la oportunidad de producir nueva información y contenidos derivados más ricos. En la universalización del conocimiento no hay ningún principio ni ningún fin, sino un reciclaje continuo, donde la información se va alimentando de nuevos conocimientos y de nuevas experiencias. Es difícil determinar quien es responsable de un conocimiento, pues antes de que uno se genere ha habido otro en el que se basa.

Esto ha sido así desde los principios de la humanidad, la transmisión de los conocimientos entre civilizaciones permitió, en un principio, un interés renovado por la educación, por el debate y por el conocimiento, redundando en el avance tecnológico que ha permitido el desarrollo de los pueblos y en la mejora de la calidad de vida. Hoy en día, este avance tecnológico debería seguir contribuyendo a eliminar barreras de comunicación y a acelerar la extensión del conocimiento, no, por el contrario a poner límites y a estrechar las posibilidades de desarrollo.

Es por ello, que el conocimiento no debería ser patrimonio de nadie, porque desde el origen ha pertenecido a la humanidad. El crecimiento y la evolución de la cultura, de la economía, de la sociedad y de todos los ámbitos de la vida, dependen de ello, el aprovechamiento de los recursos, la cooperación y la participación

solidaria, también. La monopolización del conocimiento, simplemente, lo dificulta.

El fomento de la universalización del conocimiento permite, además, un conocimiento libre, donde cada uno obtiene lo que desea y ofrece lo que sabe. Esto es lo que refleja en los diferentes exponentes del conocimiento universal: la escritura, la imprenta, la universidad, las bibliotecas, en definitiva, la palabra, que en los últimos tiempos rompe barreras con el desarrollo tecnológico y digital.

El conocimiento, en su más amplia definición y en sus más diversas formas, como el Software libre, es un bien cuya universalización permite el desarrollo y el avance de nuestra sociedad en todos sus ámbitos.

En el desarrollo de la sociedad del conocimiento para todos, el resultado lógico es llegar al software libre, y a la aplicación de todas aquellas tecnologías y estándares libres que permiten garantizar el acceso universal, en igualdad de condiciones, de todos los ciudadanos a las Tecnologías de la Información y la Comunicación.

Actualmente, el Software Libre es una realidad consolidada, una solución potente, robusta y segura, por la que es aconsejable apostar a la hora de construir los sistemas de información de cualquier organización.

El respaldo que se ha venido dando al uso de este tipo de software por parte de diferentes instituciones, destacando el papel de Extremadura y Andalucía como pioneras en la adaptación, apoyo y desarrollo de Software Libre en la Administración Pública, lo han sacado del ámbito puramente científico y experimental, poniéndolo al alcance de todos los ciudadanos.

Más allá de los aspectos puramente técnicos, el software libre fomenta sobre todo una actitud, la de compartir el conocimiento, por lo que se convierte en un motor ideal para la innovación y el desarrollo. Desde este punto de vista, este software libre proporciona una serie de ventajas ya de sobra conocidas, sobre todo como herramienta de apoyo a la investigación. Llegando más allá, podemos decir que el software libre facilita el avance de la ciencia.

Entre otros aspectos, el software libre favorece y agiliza la innovación, puesto que nunca se parte desde cero en su desarrollo, siempre encontraremos un conocimiento generado en torno al cual, su aprovecha-



miento para generar un nuevo conocimiento mejorando el existente, favoreciendo, por tanto el proceso de innovación.

Uno de los primeros ámbitos donde penetró el software libre fue en la docencia y la investigación. El software libre pretende aplicar los mismos principios de libre acceso a las fuentes del conocimiento que propugna la Ciencia.

Software libre, se refiere a la libertad de los usuarios para ejecutar, copiar, distribuir, estudiar, cambiar y mejorar el Software.

Este nuevo modelo, se fundamenta en la creación del sistema mediante colaboración abierta, (se utilizan sistemas creados por otros y las mejoras o aportaciones realizadas son de nuevo añadidas en el conjunto de Software Libre disponible), y en el control del producto final.

Las libertades del Software libre, son muy importantes para el usuario:

- » La libertad de usar el programa, con cualquier propósito.
- » La libertad de estudiar cómo funciona el programa y adaptarlo a tus necesidades. El acceso al código fuente es una condición previa para esto.
- » La libertad de distribuir copias, con lo que puedes ayudar a tu vecino.
- » La libertad de mejorar el programa y hacer públicas las mejoras a los demás, de modo que toda la comunidad se beneficie. El acceso al código fuente es un requisito previo para esto.

Se trataba pues, de un marco que rentabiliza el tiempo y el esfuerzo de cada uno de los participantes en sus distintos niveles, facilitando y propiciando paralelamente un aprendizaje tecnológico desde la acción y en el uso cotidiano.

- » Los objetivos marcados, matizan la apuesta realizada en esta línea:
- » Mejorar los flujos de intercambio y conocimientos.
- » Favorecer el desarrollo tecnológico.
- » Potenciar la presencia en los medios de difusión.
- » Apoyar la incorporación de las TIC como herramientas usuales e indispensables para la realización de tareas.
- » Generar dinámicas y herramientas de comunicación e intercambio de experiencias transnacionales.
- » Generar el uso de las T.I.C. para la resolución de problemas.
- » Crear herramientas que den respuestas a las dificultades de coordinar e interrelacionar personas que trabajan en distintas zonas de intervención.

5.9.2.- Los Valores de la personas en Comunidad.

Unos afirman que vivimos en una sociedad sin valores; otros que han aparecido nuevos valores asociados al nuevo paradigma socioeconómico y cultural; también hay quien dice que el problema está en la existencia de multivariedad de valores, lo que produce confusión y desorientación en la actuación y valoración de los seres humanos. Quizás esté ocurriendo todo ello, valdría la pena abordar el asunto teniendo en cuenta que en todas las sociedades y en las diferentes épocas la humanidad como guía ha tenido que enfrentar sus propios retos de desarrollo, ¿por qué no podría hacerse ante el acelerado desarrollo científico-tecnológico y la globalización del mundo actual?

No obstante a esta realidad, no es ajeno el hecho de que existen cuestiones no resueltas en la comunicación y en la vida de las personas, en su educación, en su calidad de existencia, que impiden el desarrollo de una personalidad integral y adecuada a la sociedad en que esta se despliega.



Los valores no son pues el resultado de una comprensión y, mucho menos de una información pasiva, ni tampoco de actitudes conducidas sin significación propia para el sujeto. Es algo más complejo y multilateral, se trata de la relación entre la realidad objetiva y los componentes de la personalidad, lo que se expresa a través de conductas y comportamientos, por lo tanto, sólo se puede educar en valores a través de conocimientos, habilidades de valoración, reflexión en la actividad práctica con un significado asumido.

Se trata de alcanzar comportamientos como resultado de aprendizajes conscientes y significativos en lo racional y lo emocional.

Para acercarnos al concepto de “Valor” se deben tener claro un conjunto de aspectos que contribuyen a una definición en sentido amplio.

Los seres humanos establecen relaciones con el medio natural y social en que ellos se desenvuelven.

- » A través de su actividad (productiva, intelectual, artística, deportiva...) se ponen en contacto con objetos materiales e ideales (un producto tangible, una cualidad de la personalidad, una concepción, un sentimiento...)
- » En este proceso de la actividad humana, en permanente comunicación social, surgen en el ser humano necesidades materiales y espirituales, que al concretarse en objetos materiales y espirituales que las satisfacen, se convierten en valores.
- » Los valores se identifican con cualquier objeto material o espiritual (o sea, productos tangibles, cualidades de la personalidad, concepciones, sentimientos...) que al satisfacer una necesidad humana, son interiorizados a través de su propia experiencia vital, esto da un sentido personal a las significaciones del mundo exterior a él.
- » Cada ser humano interioriza aquello que satisface sus necesidades personales y, sobre esta base posee intereses (los intereses son las necesidades hechas conciencia), forma convicciones, precisa sus aspiraciones futuras y llega a analizar las posibilidades que tiene de alcanzarlas: así se manifiestan los valores.
- » Dirigen y orientan las acciones humanas de forma consciente y a la vez, como proceso individual,

permite diferenciar a unos hombres de otros como entes únicos e irrepetibles. Dos personas pueden realizar una misma actividad y estar impulsados por valores diferentes. De ahí que se afirme que son significados subjetivos que poseen un fuerte componente individual.

Por ejemplo: dos estudiantes pueden realizar esfuerzos similares por asimilar los contenidos necesarios para ser un buen profesional, pero uno puede hacerlo porque se siente identificado con la profesión, aprecia su función social y otro porque esa profesión puede darle beneficios económicos, prestigio social y otras ventajas.

- » Los valores se forman en el proceso de socialización bajo la influencia de diversos factores (familia, escuela, medios masivos de comunicación, organizaciones políticas, sociales, religiosas, etc.)
- » No son inmutables ni absolutos, su contenido puede modificarse por circunstancias cambiantes y pueden expresarse de manera diferente en condiciones concretas también diferentes.
- » En la medida en que los seres humanos se socializan y la personalidad se regula de modo consciente, se va estructurando una jerarquía de valores que se va haciendo estable, aunque puede variar en las distintas etapas de desarrollo y situaciones concretas.
- » Son significaciones sociales que poseen las cosas, las personas, etc. Dicha significación se refiere al grado en que se expresa el progreso y el redimensionamiento humano en cada momento histórico o circunstancia particular.
- » Son cualidades reales externas e internas al sujeto.

“ No es un objeto, ni una persona, sino que está en ellas”. (Xavier Zubiri)

No sólo son cualidades reales externas e internas que expresan las cosas, personas, fenómenos, etc., sino que también componen la estructura de la personalidad, en tanto, que permiten captar esos significados reales a través de la capacidad de los sentidos en su actividad de valoración o estimación, que permiten asumirlos o no, es decir funcionan a su vez como filtros en el proceso de socialización, incidiendo así en la función reguladora de la conducta y por tanto en las actitudes hacia el mundo circundante, actitudes que están dirigi-



das e intencionadas por motivaciones e intereses, y que expresa una correspondencia entre lo que se piensa, lo que se dice y lo que se hace en el plano individual, y que posee una correspondencia con la sociedad.

“Son guías y principios de conducta que dan sentido a la vida hacia la autorrealización, el progreso y el redimensionamiento humano”

Los valores no se enseñan y aprenden de igual modo que los conocimientos y las habilidades, y la escuela no es la única institución que contribuye a la formación y desarrollo de éstos.

Otra peculiaridad de la educación en valores es su carácter intencional, consciente y de voluntad, no sólo por parte del educador, sino también del participante, quien debe asumir dicha influencia a partir de su cultura, y estar dispuesto al cambio. De ahí la importancia y la necesidad de conocer no sólo el modelo ideal de educación, sino las características de la persona en cuanto a sus intereses, motivaciones, conocimientos, y actitudes, las que no están aisladas de las influencias del entorno ambiental. Una comprensión clara de los límites objetivos del entorno, del modelo a que aspira la sociedad y de la subjetividad del estudiante permite dirigir mejor las acciones educativas y dar un correcto significado al contenido de los valores a desarrollar.

La sociedad actual o la llamada “sociedad de la información” provoca una saturación del conocimiento como información, facilitando su acceso y la rapidez del cambio del conocimiento científico-técnico, ello justifica cada vez más el hecho de que la transmisión del conocimiento no puede seguir siendo la función principal de las instituciones educativas, no sólo por el costo social que ello produce en el proceso de formación de los seres humanos, sino porque se impone un nuevo modelo de formación donde lo instructivo, lo formativo y lo educativo constituyan un todo, donde su función principal sea la valorativa para organizar, interpretar, seleccionar, estimar, criticar y asumir con criterios de por qué y para qué la información. Dar sentido a la información significa hacer más consciente y duradero el conocimiento y desarrollar la capacidad de realizar juicios propios, de saber elegir lo esencial y lo duradero del conocimiento: desarrollar el interés por el saber, desarrollar el amor por el trabajo, desarrollar la creatividad y el criterio propio, desarrollar el amor por la profesión.

5.9.3.- La igualdad y la perspectiva de género.

Reduzcamos por un momento nuestra sociedad patriarcal a una casa en la que habitan los seres humanos. Esta casa es todo nuestro espacio vital y está compuesta por tres habitaciones, las cuales ocupamos y repartimos en base al número total de personas. Imaginemos que un grupo reducido de estas personas se toman la libertad de ocupar una sola habitación en base a un dato físico insignificante, como podría ser que tienen los pies grandes.

Estas personas, alegan que esta característica las hace ser más inteligentes y les concede una capacidad de liderazgo superior a las demás, apoyándose además en justificaciones naturales interpretadas y manipuladas por el interés del ser humano.

Llegan a demostrar que son mucho mejor que el resto, marcando de este modo la delgada línea de la desigualdad. Evidentemente el número de pie que se llegue a calzar será un dato bastante significativo en esta sociedad. Es decir, que en nuestra tarjeta nacional de identidad se reflejaría el mismo, nos haríamos pruebas cuando aun estuviéramos en el seno materno para averiguar su longitud o incluso aquellas personas que tuvieran los pies pequeños se los taparían para mitigar la vergüenza de no estar a la altura.

Haciendo un alto en esta historia y comparándola con nuestra tradición cultural, podríamos decir que es estos momentos está totalmente implantado el patriarcado, sus valores, sus desigualdades y consiguientes discriminaciones. Pero, toda historia tiene un fin o ¿por qué no? un sin fin de fines que vamos definiendo a medida que actuamos. Vamos a investigar cual es el fin de nuestra historia analizando las decisiones tomadas.

Llegó un día en el que algunas de las inestables, pues así llamaban a las personas con pies pequeños debido a la poca estabilidad que éstos supuestamente les proporcionaban, se percataron de que su deshonrosa, deficiencia, no les impedía reflexionar al mismo nivel que las personas agraciadas con pies grandes, a las que llamaban las implantadas.

Las inestables comenzaron a dialogar y descubrieron que esas pequeñas diferencias que partían en dos a la sociedad tenían como consecuencia desigualdades infundadas. Una minoría intentó convencer a las implan-



tadas de las grandes injusticias que se estaban llevando a cabo y les propusieron reestablecer el reparto de las habitaciones de manera equitativa, ya que la igualdad era la verdadera característica de nuestra especie.

Ya hemos llegado a las grandes revoluciones feministas comenzadas en el siglo XVII y aun vigentes en nuestra sociedad. Pero ¿poneos en la situación de aquellas que con sus sacrificados esfuerzos consiguieron que las mujeres pudieran votar. ¿Hemos de suponer ahora que la legalidad de este derecho nos da la capacidad de ejercerlo libremente? ¿Cuántas no votarían en función de los mandatos masculinos? ¿Cuántas ni siguiera lo hicieron por el miedo a las represalias? ¿Cuántas lo hacían con conocimiento de causa?.

Todas estas preguntas podrían estar vertidas sobre las inestables pues, tras conseguir un mejor reparto de las habitaciones, no se sentían seguras ante la soledad de tanto espacio, además la costumbre les había creado la dependencia de vivir cerca de una persona implantada. El alcanzado logro se convertía poco a poco en insatisfacción. Incluso suponiendo que la adaptación a ese espacio hubiera resultado gratificante, tarde o temprano nos topáramos de frente con los infranqueables muros de este particular hogar, hogar diseñado y construido por los pies grandes para satisfacer sus necesidades. Vemos que para conseguir un cambio en esta ficticia sociedad sería necesario que las inestables tomaran conciencia de su falsa inestabilidad, pero no menos importante que el poder reconstruir los muros de esa casa para dar lugar a habitaciones individualizadas.

En el mundo real, no podemos participar en algo o hacer participes a todos/as de nuestra vida, sin antes tener una vida para compartir. Y esa es precisamente nuestra propuesta.

Creemos que cada vez existen más mecanismos sociales que integran a las mujeres en el espacio público, pero la participación de ellas en el mismo, no es tan amplia... algo falla.

Confundimos activismo con participación. No pretendemos pasear en el ámbito público, sino formar parte de él. Para ello antes hay que quererlo, convertirlo en nuestro espacio propio.

El problema reside en cómo acceden las mujeres al espacio público. La división entre lo privado y lo público articula las sociedades jerarquizando los espacios: el espacio que se adjudica al hombre y el que se adjudica a la mujer. Cuando una actividad se valora, se hace pública, tiende a masculinizarse y a hacerse reconocer. Y esto está relacionado con el poder. El poder tiene que ser repartido, debe constituir un pacto, una

red en la que se distribuyen espacios de poder entre individualidades.

El espacio público es el espacio de los sujetos del contrato social, el espacio de los iguales. En cambio, el espacio privado es el espacio de la otredad, el espacio de las idénticas. Es por eso que siempre se ha identificado el espacio privado de las mujeres con el doméstico. Nuestro propósito es posibilitar la creación de un ámbito de definición personal, original de cada mujer, que le sirva de puente y comunicación entre el doméstico y el público, así como nuestra participación en este último.

Intentamos destruir aquellos moldes que sólo suplen las necesidades masculinas, y daremos pautas generales para la creación de definiciones que completen nuestra personalidad y nos capaciten para ejercer la libertad.

La destrucción de estos moldes despertará en las mujeres la capacidad de diseñar mecanismos personales para poder participar en el espacio público. La vía para poder alcanzar dicha participación se basa en la creación de un espacio propio.

Este espacio propio no es más que la definición de nuestra personalidad en base a unos valores propios, a una imagen propia y a una voz propia. Un espacio que se caracteriza por no contar con la sociedad patriarcal como punto de referencia. Habrá pues que indagar en el sótano de los instintos culturales para poder vislumbrar el brillo de nuestra piel.

Para aquella mujer que se tropiece con este escrito y decida ponerse manos a la obra, vamos a facilitar a continuación tres pilares para las construcción de un espacio y su consiguiente participación en el público.

Con el primer pilar, al que titulamos cariñosamente “Despierta, niña, despierta” intentamos fomentar en las mujeres la necesidad de autoanálisis, para poder comprender su situación, y fortalecer una autoestima que les garantice la superación de la misma.

“A imagen y semejanza de...” identificado con el segundo pilar, nos desvelará algunos mecanismos para poder modelar nuestra imagen corporal, de forma que ésta sea una prolongación de nuestra personalidad y no un límite de la misma.



El tercer y último pilar, “Tanto dices, tanto vales”, hará visibles aquellos valores patriarcales normalizados y justificados en nuestra forma de comunicarnos y de definirnos, de los cuales se nutre nuestra visión androcéntrica de la vida.

Ante de comenzar nuestra acometida queremos recordar que todo cambio lleva un proceso, nada fácil en muchas ocasiones, pero si realizable. Es por ello, que nos animamos a exponer en estos tres puntos cuál sería el proceso a seguir para lograr la participación y toma de decisiones de las mujeres en la sociedad actual.

Como conclusión, pretendemos resaltar que las medidas que se implantan en nuestra sociedad para hacer participar a las mujeres en el espacio público se han saltado el primer paso. A nuestro juicio hace falta mucha más sensibilización y concienciación del problema. Por este motivo, comparamos la participación con un paseo por el espacio público. Que ya no sea un problema pasarse por la esfera no significa que formemos parte de ella.

No se trata de participar, sino de hacernos partícipes.

De nada sirve obligar, aunque sea por medio de una ley, la participación femenina en el ámbito público, si el efecto de ese mandato se va a convertir en un foto de enfrentamiento entre hombre y mujeres; la absurda guerra de los sexos. Hay que concienciar a los diseñadores de la esfera pública de que está mal construida, y hacer cada vez más innecesarias las discriminaciones positivas. Porque las mujeres padecemos un problema, una injusticia, pero no somos un problema, en todo caso existe un problema social que perjudica a muchas y beneficia a otros. Pero cuidado con la posesión, ya sabemos lo que pasa. Si los creadores de la esfera pública siguen convirtiendo a las mujeres en sus criaturas, puede que les pase lo que al pintor, que se le acabe confundiendo con su obra de arte. Si ésta es considerada por los críticos como buena, acabas convirtiéndote en un artista y tu nombre será más reconocido que tu propia obra, pero si no gusta, la obra se come al artista. Por un momento pasó por mi cabeza la imagen de una mantis religiosa, ¿será lenguaje subliminal? Porque no lo hemos mencionado antes, pero éste también existe.

Este ejemplo del artista no tiene nada que ver con ningún mito de mujeres devoradoras, sino más bien con una verdad dicha por una de las grandes: LA MUJER NO NACE, SE HACE, o para verlo mejor: LA HACEN.

Simona de Beauvoir, reclama a los cuatro vientos el carácter cultural del estereotipo femenino. Denuncia la justificación natural que encierra a las mujeres en su propio sexo. Nosotras, desde aquí, seguimos apuntando a esa idea, pero queremos matizarla.

Las mujeres somos un conducto social, hasta aquí de acuerdo, el pecado está en que no nos han dejado ser las diseñadoras de esa construcción, y encima nos culpabilizan de los defectos de la obra.

5.9.4.- El medio ambiente y el Cambio Climático.

Si observásemos detenidamente lo que acontece diariamente a nuestro alrededor, podríamos justificar no solo la importancia, sino la necesidad de incorporar valores ambientales a todo programa, proyecto o acción que se pretenda llevar a cabo.

Conjugar los factores sociales, económicos y ambientales para garantizar un desarrollo justo y sostenible, se ha convertido en una línea estratégica a nivel mundial, adoptada por numerosas organizaciones y gobiernos de todos los ámbitos y sectores (a nivel local, regional, nacional, europeo, en la empresa, en la administración, en ONG's...), obteniendo como consecuencia, herramientas destinadas a fomentar y facilitar la incorporación de estos criterios en todos los anteriores niveles.

En el seno de los grupos activos se ha de reconocer la relevancia de incorporar, en las propias metodologías, mecanismos que permitan la información y formación en la realidad ambiental, que no podrá ser analizada en ningún caso de manera aislada e independiente de los fenómenos que ocurren en nuestro planeta. Este conocimiento es el que aporta la base para que los miembros que compongan el equipo desarrollen



las competencias necesarias para incorporar, con criterio, los valores ambientales pertinentes en las acciones a llevar a cabo.

No podemos permitirnos continuar con la filosofía de colocar “parches” para justificar que los proyectos tienen en cuenta el factor ambiental. Hay que potenciar el nacimiento de actuaciones e iniciativas que por sí mismas sean sostenibles.

La manera más adecuada de realizar esta incorporación no es otra que desde la transversalidad: en el propio proceso constructivo del proyecto, desde el diseño y la planificación hasta la ejecución y seguimiento del mismo. Esto sin embargo, no será posible si no partimos de un colectivo sensibilizado, concienciado y competente para asumir estos retos.

La propia definición de medio ambiente encierra la globalidad que determina su necesaria consideración, comprendiendo el conjunto de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar y un momento determinado, que influyen en la vida del ser humano y en las generaciones venideras. Es decir, el medio ambiente no sólo engloba el medio físico (atmósfera, suelo, agua) y los seres vivos que habitan en él, sino las interrelaciones que se producen entre todos estos elementos a través de la sociología, la cultura y la economía. El no incluirlo en el diseño de base de las acciones trae consecuencias (y no precisamente positivas) tanto en los recursos naturales, como en el sistema socioeconómico en el que se desarrollen las mismas.

Hoy en día la competitividad se traduce en ser capaces de gestionar, de manera equilibrada, los factores económicos, sociales y ambientales en cualquier tipo de iniciativa, constituyendo estos tres ámbitos los pilares sobre los que se sustenta el tan nombrado Desarrollo Sostenible.

Los Problemas ambientales Globales están demostrando su incidencia en la calidad de vida a nivel planetario. Así observamos el protagonismo diario del ya asumido Cambio Climático, la Pérdida de biodiversidad, la Sobreexplotación de los recursos naturales, la Contaminación atmosférica y oceánica, la Desertificación y la (ya casi superada) Destrucción de la Capa de Ozono (como principales). Todos ellos relacionados con los grandes problemas sociales que acontecen también a esta escala mundial; a saber, el hambre, la vuelta de enfermedades consideradas erradicadas, la pobreza extrema, la falta de agua, la escasez de combustibles fósiles, el

precio de los alimentos básicos, etc, íntimamente relacionados con las fluctuaciones del sistema económico.

Un ejemplo de cómo las consecuencias de un problema ambiental está modificando y reajustando la dirección de determinadas estrategias y políticas, en el escenario mundial actual, es el Cambio Climático. Las catástrofes naturales que se le asocia a este fenómeno suceden en todos los puntos del planeta, afectando tanto a pobres como a ricos, a países del norte y del sur, a sociedades occidentales y orientales... No en vano, muchos recursos de gobiernos y organizaciones mundiales están teniendo como destino los territorios asolados por la sequía, quebrados por terremotos y tornados, destrozados por inundaciones, invadidos por tsunamis y arrasados por incendios. Así, el Cambio Climático se está convirtiendo en objetivo para las nuevas líneas de Cooperación, ya sea de manera directa o indirecta.

Junto a estos grandes problemas, encontramos que cada territorio dispone de los suyos propios. Sin desconsiderar los anteriores, sobretodo como marco y/o contexto, a la hora de realizar cualquier acción, es de suma importancia el conocimiento integral del territorio donde se va a actuar, tratando con igual importancia la realidad ambiental que los demás ámbitos a investigar. Si somos capaces de aplicar un enfoque sistémico a este análisis territorial, pronto nos percataremos de cuan determinante es el entorno y el medio ambiente en las características de las comunidades que en su seno se desarrollan.

La integración de este enfoque holístico territorial en las iniciativas, independientemente de su naturaleza, es la meta que los grupos activos han de plantearse para que sus acciones respondan a las necesidades del propio territorio, utilizando metodologías adaptadas a las características concretas que definan el ámbito de actuación.

Cabe destacar, por tanto, que los criterios de sostenibilidad nos ayudan a encajar de forma óptima las tres piezas principales del entramado puzzle del desarrollo (sociedad, economía y naturaleza), buscando el equilibrio que garantice la prosperidad económica, la conservación y mejora de los aspectos que definen la identidad y madurez de la sociedad (historia, cultura, patrimonio) así como su bienestar (educación, sanidad, seguridad,) y el aprovechamiento respetuoso de los recursos ambientales.



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

Junto a ello, habría que apostar por una evolución del conocimiento y de las buenas experiencias hacia una auténtica inteligencia social que permitiera su aplicación para producir rentabilidad y mejora en la calidad de vida de la sociedad.






6.

La participación y el valor de la propuesta Ibercotec

6.1.- LA PARTICIPACIÓN ACTIVA COMO HERRAMIENTAS PARA EL CONOCIMIENTO.

El intercambio de ideas, de palabras, de conceptos, se convierten en el hilo conductor de la experiencia individual que se hace conocimiento desde la conciencia de lo que cada persona sabe. La vida en comunidad, la pertenencia a un determinado grupo o parte del mundo, nos ofrece un estatus magnífico para ser protagonistas de nuestra propia historia. El lenguaje establece los vínculos interpersonales que fortalecen las concepciones de la realidad y nos permite adentrarnos en la senda de la creatividad y la imaginación, propiciando el diseño y la articulación de alternativas que dan respuestas a las exigencias cambiantes de las sociedades actuales. Por lo tanto, es obvio que la persona necesita de sus semejantes para configurar de forma satisfactoria su calidad de vida, posiblemente asentada sobre parámetros más cercanos a los valores inherentes a la especie humana que a los establecidos por las sociedades del consumo o del llamado bienestar, donde la ansiada felicidad se busca en la posesión de bienes materiales. Las características y la propia idiosincrasia de las sociedades actuales, nos obliga a focalizar nuestra acción cotidiana y en comunidad, en base a un beneficio tangible que tan sólo aporta una satisfacción momentánea, generando individuos frágiles y estructuras organizativas de gran debilidad que difícilmente afrontan los vertiginosos cambios que se producen en un mundo cada vez más globalizado. Por ende, el afianzamiento del conocimiento y el cultivo permanente, la educación



a lo largo de la vida, incorpora en la persona, actitudes y aptitudes que le permiten permanecer en estado de alerta constante con destrezas ágiles y sólidas para su rápida incorporación a las nuevas realidades. En la Sociedad del Conocimiento, el constante movimiento y la construcción compartida de las nuevas aplicaciones, nos muestra un marco difícilmente entendible para la mayoría de las personas, creando ansiedad e inseguridad lo que favorece el hastío y el abandono no sólo del individuo sino también de las propias estructuras que lo sustentan. El inmovilismo, la crítica fácil, las estructuras verticales y hegemónicas, son fortalecidas por aquellos entes que por su debilidad buscan refugio en modelos arcaicos y anacrónicos convirtiéndose en mastodontes cuyo único objetivo existencial es su propio alimento y subsistencia, quedándose lejos de los fines de servicio a la ciudadanía para lo que fueron creados, lo que genera unas consecuencias muy negativas en las comunidades y en la ciudadanía.

El cambio en las estructuras asentadas no es tarea fácil, si se tiene en cuenta que un pequeño movimiento de cualquiera de sus piezas hace que todo lo existente se tambalee, sin embargo, es absolutamente necesario para el encaje en las nuevas corrientes de pensamiento, conocedoras del gran potencial que supone una concepción que parta de los principios cooperativos. Los modelos sujetos a la revolución industrial focalizados en la productividad, que se quedaron anquilosados, están dejando de ser competitivos por su falta de operatividad e incapacidad en la intervención multisectorial y multisectorial. Estamos pues, ante una nueva realidad marcada por el valor de lo intangible y de los recursos humanos, tanto desde el punto de vista social como de desarrollo, las concepciones actuales encuentran las respuestas en su crecimiento en la implicación de todos los agentes que directa o indirectamente tienen relación con las organizaciones y las empresas.

En el escenario que muestran las organizaciones y sociedades actuales, se ofrecen necesarios espacios para la participación ciudadana y de construcción colaborativa entre todos los agentes que están implicados en el desarrollo. No se puede entender la articulación de las organizaciones del futuro de forma unilateral, sino todo lo contrario, se hace necesario la implicación activa de todos, ya que como está demostrado, las aportaciones y diseños compartidos desde una óptica participativa propicia distintas visiones, sugerencias, críticas e innovación que enriquecen de forma sustancial las configuraciones de las propuestas de acción organizacional.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

La participación es posiblemente una de las mejores herramientas que podemos poner al servicio de las organizaciones en los marcos democráticos, no existe una fórmula que tenga los valores que esta representa, siendo conscientes de que su desarrollo genera importantes cambios en las concepciones del poder en la jerarquías tradicionales, ya que desde el principio participativo las decisiones son articuladas de forma compartida.

No debemos confundir participación con información, ya que su desarrollo conlleva la consulta, el debate, la gestión en definitiva la incorporación activa a las preocupaciones y soluciones o propuestas.

A la hora de participar u ofrecer alternativas participativas debemos tener en cuenta, los siguientes aspectos:

- » Definir los objetivos para los que se invita a participar.
- » Preparar un comunicado claro que utilice una terminología de fácil comprensión y que llegue nítido al destinatario.
- » Identificar los agentes que van a involucrarse en los procesos.
- » Recursos que necesitamos para el correcto desarrollo de las acciones.
- » Coordinar los distintos roles que van a intervenir y su posicionamiento específico en los grupos participativos.
- » Identificar los mensajes que se producen en la comunicación entre los distintos agentes.
- » Elegir una metodología de trabajo de acorde a la tipología del marco participativo.
- » Identificar y desarrollar los parámetros de retroalimentación y refuerzo de aportaciones.
- » Evaluación y trascendencia de la acción desarrollada.

Pero no nos confundamos, es necesario tener en cuenta que los itinerarios establecidos se ven claramente modificados en su desarrollo, ya que necesariamente influirán multitud de aspectos que de forma simultánea nos obligarán a modificar constantemente nuestros planteamientos. La participación genera debate y por ello, será esencial que dominemos destrezas que nos permitan sistematizar y ordenar de forma comprensible el alubión de aportaciones que a buen seguro se mostrarán para la toma de cualquier decisión. Se trata pues, de un ejercicio donde el tiempo juega un papel vital, por lo que debemos ser conscientes de que si bien debemos dedicar más, a cambio nos aportará un mayor número de alternativas que facilitarán nuestra posición o el de nuestra organización ante el presente y el futuro.

Las estructuras participativas, son especialmente exigentes con los responsables y los trabajadores de las organizaciones, la implicación en sus estructuras exige responsabilidad, compromiso y dedicación, lo que junto con la falta de resultado en las primeras instancias puede hacer que abandonemos esta fórmula metodológica. En la constancia y en la repercusión inmediata se encuentran parte de las claves esenciales para el éxito de este trabajo, en la mayoría de los casos, en organizaciones o en proyectos que focalizaban sus objetivos en la participación, se han visto abocados al fracaso, posiblemente por no haber tenido en cuenta que cualquier ciudadano o persona que participe necesita disfrutar de los resultados de esa participación y tener la sensación de que su esfuerzo e implicación le aporta numerosos beneficios que le permiten mantener sus niveles de motivación y compromiso necesarios para un correcto desarrollo de los planteamientos.

Al hablar de participación, se hace necesario que enmarquemos perfectamente el tipo de participación que queremos desarrollar, ya que muy al contrario de lo que se piensa, existen distintas modalidades según lo que se persiga o el modelos que pretendamos instrumentalizar. Según Núria Cunill, del International Institute for environment an development” la podemos clasificar de la siguiente forma:

- Participación pasiva, centrada en la Información como fin último, donde el participante no toma ningún tipo de decisión y se convierte en un agente para la recepción y la escucha.
- Participación consultiva: Como su nombre indica se trata de una participación que pretende dar a conocer una propuesta pero se centra únicamente en una aportación centrada y focalizada en una



cuestión concreta.

- ➔ Participación sujeta a incentivos materiales: Es muy utilizada en las campañas de venta de algunas empresas, regalos a cambio de asistencia y participación en un determinado evento. Su aportación es pobre y apenas si trasciende.
- ➔ Participación Funcional: Focalizada en la consecución de un objetivo determinado y sujeta a un itinerario previamente establecido, en este caso la implicación del sujeto está limitada a los marcos señalados por lo que en la mayoría de los casos se centra en el desarrollo de una tarea o trabajo determinado.
- ➔ Participación interactiva: En esta modalidad la implicación de los componentes del grupo permiten la innovación, el análisis, es establecimiento de metodologías de forma compartida y consensuada. Si bien en algunos modelos, esta participación está sujeta a directrices marcadas previamente por los responsables organizacionales o grupales, es no significa que no sea muy útil para la búsqueda de alternativas e implicación.
- ➔ Participación desde la automovilización: que parte de la acción colectiva en busca de un objetivo compartido y establece una metodología determinada para la instrumentalización de los acuerdos y las conclusiones alcanzadas. En muchas ocasiones, viene motivada por propuestas contrarias o decisiones que afectan la cotidianidad de los colectivos implicados.

Hemos dejado para el final, la participación empoderada, posiblemente la que más se ajusta al trabajo que se desarrolla en el proyecto Ibercotec y puede adecuarse a la lógica de las organizaciones sin fronteras y de futuro que a lo largo de este documento estamos presentando. Se caracteriza por la construcción compartida, la investigación y el establecimiento de metodologías donde todos los miembros participan de todos los momentos. Para poder realizarla en su totalidad se hace necesario que antes del inicio se tengan claramente definidos, tanto los itinerarios que vamos a seguir como los distintos momentos por lo que debe atravesar el proceso, así como las herramientas concretas que debemos manejar. El procedimiento es lento en ocasiones,

sin embargo, en su desarrollo se generan elementos de valor que son de gran utilidad tanto de forma individual como grupal, así como un alto grado de satisfacción a la consecución de los objetivos.

En esta modalidad, se dan cita elementos que la hacen especialmente interesante, ya que en su proceso, aparecen multitud de propuestas que de forma espontánea se van encajando en las distintas realidades y peculiaridades de las diversas propuestas, de igual forma, que genera un claro efecto de compromiso y responsabilidad compartida, que refuerza de forma fehaciente el sentido de pertenencia a un colectivo, sociedad o organización.

La participación es un elemento fundamental en todos los procesos dirigidos al cambio y mejora de las condiciones actuales, ya sea desde el punto de vista de planes estratégicos, sostenibles, tecnológicos, etc. Y aunque podemos encontrar pautas para su desarrollo, no es tan sencillo incorporar caminos de participación en sociedades con poca experiencia en este sentido, donde las tomas de decisiones están sectorizadas o alejadas de la vida cotidiana. Los procesos participativos deben ser serios, bien planificados, eficaces, eficientes, abiertos, creativos, comunicativos y equilibrados, es por lo tanto necesario avanzar en la creación de espacios que faciliten la reflexión y el diálogo colectivo encaminados a la construcción de un conocimiento común. Nos encontramos ante un concepto elemental por el cual la ciudadanía se incorpora de forma consciente y voluntaria a los procesos de desarrollo de su comunidad, esta opción se muestra como un vector básico en la lucha contra la exclusión social y política, su ejercicio permite la generación de la verdadera democracia, donde el poder no radica únicamente en su líderes sino en el pueblo, en los ciudadanos.

La participación no es gratuita, todo aquel que participa espera algo, aunque el tema tratado no esté directamente relacionado con él. En muchos proyectos donde la participación es el eje fundamental, no encontramos como la evolución de los distintos encuentros realizados han sido cada vez menos frecuentados por la ciudadanía, en la mayoría de los casos los mediadores y responsable en la incorporación de estas dinámicas suelen mostrar su descontento argumentando la falta de motivación de la ciudadanía, sin embargo, si nos detenemos y analizamos el método desarrollado, nos daremos cuenta de que los participantes, han asistido, aportado, apoyado y generado ideas y conceptos en distintos encuentros, sin que ni tan siquiera hayan recibido un documento que tenga en cuenta sus aportaciones y mucho menos se han instrumentalizado



políticas o acciones concretas. Es por lo tanto, como decimos al inicio de este apartado, absolutamente necesario que antes de adentrarse y proponer la construcción a través de dinámicas participativas se tenga muy claro que serán muchas las barreras que se van a presentar y muchos los esfuerzos que tendremos que hacer si realmente esperamos alcanzar unos resultados de interés.

La realidad actual, nos muestra un marco especialmente propicio para el desarrollo de metodologías participativas. Internet y el desarrollo de los espacios 2.0, ofrece herramientas colaborativas que facilitan no sólo el encuentro y contraste de ideas, sino que además elimina las fronteras y la distancia permitiendo la comunicación fluida entre ciudadanos de distintos lugares y realidades.

La apuesta de Ibercotec es clara, avanzar desde la creación compartida de propuestas que en base a una participación libre y empoderada permita el nacimiento de nuevos conceptos organizacionales que con la implicación de la ciudadanía faciliten el avance de sociedades igualitarias y con las mismas oportunidades para todas las personas.

6.2.- LA AUTOFORMACIÓN PARA EL CONOCIMIENTO.

“El aprendizaje a lo largo de la vida, tiene que acompañar la transición hacia una economía y una sociedad basada en el conocimiento, es fundamental para que esta transición pueda tener éxito” esta fue la conclusión a la que se llegó en el Consejo de Europa de Lisboa, sin embargo no es hasta finales de los 90 cuando se reconoce la importancia de este concepto en la economía, en la cohesión social y en la participación activa para la economía del conocimiento. El abandono de la concepción de la educación enmarcada en un espacio y asentada sobre unos contenidos establecidos, ofrece a las personas un itinerario atemporal donde el aprendizaje y el constante reciclaje está presente en todos los momentos de su vida, lo que le habilita, por su capacidad de adaptación, para afrontar con éxito los constantes cambios que se producen en las sociedades actuales.

Las exigencias de los mercados obliga, tanto a los profesionales como a la ciudadanía a la búsqueda de la excelencia, para mostrarse competitivos y resolutivos a la hora de abordar propuestas innovadoras, ante la falta de referencias en los anteriores modelos o en la historia reciente de la humanidad.

Posiblemente nos encontremos ante uno de los pilares más importantes para una ciudadanía más competente, que asume las responsabilidades éticas y sociales en la que se configuran las actitudes y aptitudes de las personas y que son absolutamente necesarias, para generar un cambio en las estructuras actuales que permitan un mejor desarrollo más igualitario entre todas las personas y los territorios.

Si bien, en los parámetros educativos, se establecen tres niveles básicos para afrontar la formación y educación de las personas:

- » Formal: Aquella que se desarrolla en un contexto determinado, estructurado, organizado y explícitamente destinado al aprendizaje.
- » Informal: Que viene dada de la propia vivencia, de los entornos, de nuestra cotidianeidad.
- » No formal: En la que el ciudadano se nutre de actividades planificadas y estructuradas, aunque no específicamente diseñadas para el aprendizaje.

La incorporación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación a la cotidianidad ha supuesto el fácil acceso a la información y al conocimiento, lo que ha permitido un nuevo nivel en los parámetros educativos y que denominamos autoformación, consistente en el diseño de itinerarios de aprendizaje estructurados en base a un proceso de investigación, sistematización y búsqueda de contenidos en distintos formatos que genera en el individuo el conocimiento ajustado a sus propias potencialidades y características, propiciando la participación activa y pasando a ser parte de la construcción compartida que se apoya en parámetros de intercambio de información multipunto.

Desde Ibercotec trabajamos para propiciar el crecimiento de sociedades, que apoyadas en el “aprender haciendo”, generen y decidan sus itinerarios de desarrollo argumentados en el conocimiento adquirido en la interrelación de las experiencias, la información y la implicación en espacios de debate y reflexión para la toma de decisiones. Estos espacios se muestran abiertos y exentos de fronteras, tanto de espacio como de



información, para posibilitar la labor docente basada en la investigación colectiva al servicio de la formación de la ciudadanía y su consiguiente cambio de visión ante su propia realidad.

Como ya hemos plasmado a lo largo de este documento, asumir cualquier cambio en los parámetros establecidos en las sociedades, organizaciones y ciudadanía, no es tarea fácil. Por ello, trabajamos para la incorporación paulatina de los Nuevos Códigos de Comunicación, con herramientas que faciliten el descubrimiento de las múltiples alternativas que ofrecen las estructuras actuales en las que el ciudadano es protagonista directo de los avances que se producen. Es desde esta apuesta desde donde pretendemos llegar a todos los sectores y niveles de la sociedad, independientemente de su nivel formativo o rol que ocupen en los distintos estamentos, por ello, partiendo desde el nivel básico, la micropíldora, caracterizada por la transmisión fácil y cercana de conceptos de forma muy condensada, que no sólo genera un conocimiento elemental, sino que además invita y motiva para la profundización en los conceptos. Este primer momento es especialmente importante, si consideramos que con él estamos contribuyendo a favorecer la amplitud de miras de la ciudadanía, ilustrando e inspirando la búsqueda de respuestas a su problemática cotidiana. En un segundo estado, profundizamos en los “grupos activos de producción” donde el formando permite compartir y contrastar las dudas, al tiempo que comparte de forma multidireccional las distintas visiones y herramientas sobre un concepto determinado, además de establecer el itinerario de búsqueda y aprendizaje que más interesa. El tercer estado, son los Geektic, herramienta audio-visual creada por Identic que apoya, facilita y acompaña al participante en su proceso de aprendizaje, ilustrado por enlaces a contenidos que permiten profundizar. Por último, el manejo y participación en las herramientas colaborativas 2.0 y en las Redes Sociales, cuya implicación supone la actualización permanente y el intercambio de recursos.

Pero, de poco sirven los itinerarios establecidos, si previamente no hemos despertado la curiosidad y el interés por parte de la ciudadanía, es por lo tanto, necesario que mostremos de forma sencilla las oportunidades con las que cuenta una persona y una sociedad que conoce y participa de la gestión del conocimiento, no sólo a niveles locales sino globales.

6.3.- LA COORDINACIÓN EN LA CREACIÓN COMPARTIDA.

No basta con tener una buena idea, ni siquiera un buen proyecto, es necesario también, contar con un buen y suficiente equipo de profesionales, que dominen las técnicas de coordinación, dirección y diseño de propuestas y que tenga una implantación directa en los territorios. No se trata, de contar con equipos estancos, cerrados, sino con estructuras participativas, formadas y partícipes de los objetivos y evolución del proyecto que se está desarrollando. No debemos olvidar, que aprender haciendo, es un método que ha demostrado ser muy útil, por ello, es necesario que durante todos los procesos seamos especialmente rigurosos en el seguimiento, evaluación y adaptación permanente de las propuestas, de esta forma, generaremos dinámicas de formación permanente y actualización de conocimientos.

Son muchos los impedimentos que se cruzan en el camino a la hora de abordar cualquier programa, aunque muchos de ellos han sido trabajados repetidamente aun se nos presentan como importantes barreras a franquear no con poco esfuerzo. Es fácil participar en jornadas, simposios, foros, grupos de trabajo, etc, en los que una y otra vez se presenta como principal hándicap la coordinación, aun después de una dilatada experiencia en los social y en los criterios metodológicos de intervención no tenemos ni asumidos, ni aceptados los parámetros estándar para una correcta coordinación entre partes.

Coordinarse es participar de forma complementaria entre miembros que buscan un mismo objetivo, Sin embargo, este principio que a priori se muestra fácil, las repetidas experiencias demuestran que sigue siendo una gran dificultad en la consecución de los objetivos marcados. Basado en el liderazgo y el protagonismo de sus miembros, el equilibrio supone un enrevesado entramado lima considerablemente los parámetros de calidad deseados en los distintos procesos. El establecimiento del rol de coordinación en los distintos procesos, va desde el estamento que regula, marca y define los procesos, hasta el usado actualmente en Ibercotec, donde su función es la de seguimiento y gestión del conocimiento y recursos globales del proyecto. La coordinación debe ser entendida como un espacio donde todos los miembros del grupo participan activamente y son parte de ella.



Es condición indispensable que para que una buena coordinación pueda desarrollarse todos los agentes implicados asuman sus compromisos y responsabilidades, ya que debe ser el propio proceso, diseñado de forma compartida y consensuada, en su diseño a niveles operativos, el que establezca las tareas y las obligaciones que cada miembro debe tener. Desde Ibercotec, entendemos que la figura de coordinación no está representada por una persona o una organización, sino por el propio proyecto y las tareas intrínsecamente ligadas al mismo.

En la mayoría de los casos se pretende que a partir del conocimiento de un plan establecido, los entes implicados bajo la tutela del responsable que desarrollen procesos coordinador que permitan la aglutinación de esfuerzos y el consiguiente avance, sin embargo este hecho no es real, para que realmente esto se produzca, es necesario partir de códigos y definiciones asumidas por todos, de un proyecto elaborado con la participación activa de sus miembros y unos itinerarios establecidos en base a las posibilidades y necesidades de los propios entornos de actuación. A partir de este punto, con el conocimiento explícito de todos los integrantes al máximo detalle, evitando la improvisación, los miembros de los equipos asumen sus responsabilidades y plazos a tenor de las tareas establecidas. La sistematización, el seguimiento, las aportaciones entrelazadas, la validación de las aportaciones, serán las que configurarán los resultados por los que se ha estado trabajando.

6.4.- IBERCOTEC UNA MARCA DE CALIDAD PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS.

Ibercotec, da un giro sustancial a los modelos tradicionales para la aplicabilidad y generalización de las Tecnologías de la Información y la Comunicación hacia la sociedad y la ciudadanía. En él, se dan cita multitud de aspectos innovadores de especial relevancia que nos muestran que estamos ante un proyecto que define claramente una forma de hacer, de crear y de compartir.

En sus dinámicas, los Nuevos Códigos de Comunicación se adaptan a los entornos más desfavorecidos y se sistematizan a través de técnicas de fácil comprensión para mostrarse como herramientas que dan respuestas a las necesidades de la ciudadanía, generando nuevos valores que facilitan el desarrollo de los territorios. Su carácter democrático y de construcción compartida, lo perfila como un proyecto de futuro y en constante evolución, con grandes posibilidades para su implantación en los procesos normalizados de las Organizaciones y las personas.

» La gestión del conocimiento, trasciende más allá de los marcos técnicos y profesionalizados para involucrarse en la cotidianeidad, a través de la instrumentalización del aprendizaje con resultados inmediatos que no sólo motivan a los participantes, sino que además los predispone al emprendimiento y a la innovación, ampliando el abanico de posibilidades y opciones de sus objetivos.

No cabe duda de que nos encontramos ante un proyecto que cuenta con todos los ingredientes para configurar un producto de calidad, de gran reconocimiento y un alto nivel de incidencia. Como así lo demuestran sus identificadores de valor:

» **Factorías del Conocimiento:** El espacio donde se desarrolla el proyecto, no es solamente un lugar para aprender tecnologías, sino donde se generan productos de participación, incidencia, trabajo grupal y conocimiento. Es decir, un lugar donde no sólo se aprende, sino donde se produce para incidir y donde se produce para aprender y trascender... Los nombres utilizados hasta la fecha de Nuevos Centros de Conocimiento, no se ajustan a la definición de lo que realmente buscamos, porque la palabra “Nuevos” implica temporalidad y dejará de tener sentido en el tiempo, al igual que está pasando en Extremadura. Si pensamos en Tele Centro, tampoco es exacta ni válida, porque hace referencia a cosas que pasa en un Centro a través de la telemática pero no menciona para nada, la consideración de creación, transferencia, fabricación de contenidos... Por ello, apostamos por **FACTORÍAS DEL CONOCIMIENTO**, una factoría es una fábrica, una fábrica es un lugar donde se articulan elementos para generar productos manufacturados que faciliten el consumo de la sociedad y se ajusten a sus intereses. En las grandes fábricas, los estudios de mercado, los grados de satisfacción y opinión de los clientes, y la repercusión en la sociedad de sus productos, marcan sus tendencias. Nosotros tenemos la suerte de que



nuestro mercado es quien elabora sus propios productos, por lo que su adaptación es total.

» Guías de fácil comprensión: Uno de los productos estrella del trabajo de Ibercotec, una herramienta diseñada de forma específica para la multiplicación y transferencia hacia la ciudadanía. No encontramos referencia en las metodologías diseñadas, ya que en ella, no sólo se dan cita aspectos contemplados en los materiales de fácil lectura, sino que además se convierten en elementos de motivación, innovación e implicación.

Se caracterizan por:

- » Uso de ejemplos cercanos a la realidad cotidiana y generales.
- » Adaptación a la ciudadanía, haciendo especial hincapié en aquellos colectivos que muestran mayores dificultades para su desarrollo.
- » Adaptación de los términos técnicos a vocablos de uso cotidiano.
- » Construcción de frases cortas y de estructura sencilla.
- » Incorporación de gráficos y dibujos de apoyo a la asimilación del concepto y que hacen atractiva su presentación.
- » Invita a continuar profundizando en el tema a través de vínculos hacia anexos en formatos generalizados y sencillos (vídeos, micropíldoras, diapositivas...).
- » Establece un paquete estructurado a través del enlace de conceptos.
- » Propone y muestra visiones de futuro que invitan al lector a atreverse en la búsqueda de sus propias alternativas.
- » Programas Formativos: Una de las claves del éxito de cualquier proceso formativo radica su adaptación al colectivo destinatario, desde todos sus puntos de vista, adaptación del lenguaje, duración, herramientas que utiliza, así como de la mayor o menor profundidad de los objetivos trabajados. Ibercotec es consciente de la gran diferencia de oferta que existe entre Extremadura y los países miembros de su

red, por ello, firma un convenio con Identec, un Consorcio dedicado a la investigación y al desarrollo de procesos formativos para la capacitación y adaptación de profesionales en el campo de las tecnologías. Este convenio, abre tres campos de actuación de gran interés para el proyecto:

1 | Formación para la especialización de sus técnicos, a través de una participación activa en los procesos de ofertados por Identec, propiciando como valor añadido el intercambio de técnicos de distintos países.

2 | Adaptación de distintos procesos de formación a la realidad de los colectivos prioritarios, que presentan dificultades para el uso y rentabilidad de las tecnologías de la información y la comunicación. A través de un trabajo que permita adecuación de sus contenidos, metodología y duración a herramientas de fácil comprensión, fácilmente asequibles para cualquier ciudadano.

3 | Transferencia de conocimiento y experiencias específicas por organización, desarrollando procesos liderados por las distintas organizaciones en aquellas especialidades en las que cuentan con gran experiencia. Este proceso es especialmente rico, porque al tiempo que se produce el intercambio de conocimiento, conseguimos ampliar el campo de acción de cada organización y sus acciones de multiplicación.

» Información – Comunicación: La universalización de Internet, su generalización y la masiva presencia de información lo ha convertido en un interesante espacio destinado a aquellos privilegiados que además de tener acceso y herramientas para ello, tienen las destrezas suficientes para realizar una búsqueda ordenada que le permita extraer toda la información que necesita. Sin embargo, frente a esta realidad, por otro lado muy interesante, existe aquella, que una vez superado el gran reto de utilizar y rentabilizar las tecnologías para su cotidianidad o su empresa, presenta un rechazo a la búsqueda de información por mostrarse como un mar caótico donde la extracción de un conocimiento o un contenido, requiere de un gran esfuerzo y mucho tiempo.

Siendo consciente del gran valor que representa Internet en nuestros días, IBERCOTEC, apuesta y trabaja para la sistematización y orden de temáticas específicas instrumentalizadas a través de herramientas cercanas y de transmisión generalizada, para que de forma ordenada permitan y faciliten la transmisión del



conocimiento al mayor número de personas. Con ello, pretende contribuir a uno de los principios básicos de las sociedades actuales, el conocimiento integral y global con capacidad de adaptación a los cambios, frente a la alta especialización que dificulta la incorporación a los mercados y restringe las posibilidades en el mercado laboral.

- » TIC para la ciudadanía: Posiblemente este sea el eje central, generar las herramientas, los espacios y las acciones necesarias para acercar la Tecnología de la Información y la Comunicación a la ciudadanía, trabajando para la adaptación de los marcos, los lenguajes y las herramientas de forma que se muestren a todas las personas como un instrumento que aporta un gran valor a nuestra cotidianidad y facilita la resolución de las distintas problemáticas con las que nos enfrentamos. IBERCOTEC se esfuerza por limar las desigualdades que produce la brecha digital, incorporando de forma masiva a través del Software Libre y herramientas de fácil comprensión a todas las personas. Para ello, crea espacios en los territorios prioritarios, Factorías de Conocimiento, y a través de dinámicas cercanas y de conversación directa muestra con aplicaciones útiles sus potencialidades.
- » Metodología Sur-Sur: Desde una perspectiva horizontal, poniendo en valor métodos de construcción compartida, se desarrollan y construyen vectores de trabajo de interés para todos los agentes implicados, favoreciendo una cooperación igualitaria, donde la complementariedad y la implicación comprometida generan posibilidades para todos. Por medio de itinerarios establecidos de forma consensuada en base a sus objetivos y a través de la asignación de tareas, se articulan estrategias, documentos y acciones en las que todos los miembros son protagonistas.
- » Multiplicación y Transferencia: Tras las primeras fases desarrolladas en el seno de las organizaciones participantes y la elaboración de materiales de apoyo, desde las distintas organizaciones se estructuran acciones para la multiplicación y transferencia, con un doble objetivo, por un lado la consolidación de las herramientas y por otro, la transferencia de la experiencia para su aplicación por organizaciones y personas que intervienen en los entornos de actuación, a partir de la retroalimentación y el intercambio de experiencias consolidan las propuestas y se refuerzan las acciones.
- » Autoformación: Los técnicos que integran los distintos equipos de trabajo, se convierten en investi-

gadores y productores de contenidos, como método para reforzar su aprendizaje y conocimiento de nuevas herramientas y materiales de apoyo al desarrollo de los territorios. Partiendo de estructuras formativas estándar, trabajan a través de la metodología de creación compartida en su adecuación a los colectivos, produciendo un doble efecto con un gran valor, al tiempo que se refuerza el conocimiento. Gracias a la búsqueda de anexos y al trabajo de sistematización y ajuste, se produce un material que servirá de elemento de sensibilización, formación y motivación para la ciudadanía.

» **Geektic:** Un término acuñado por Identific que hace referencia a materiales audio-visuales presentado por expertos con un lenguaje sencillo y que tutela la búsqueda y la formación sobre determinadas temáticas. Gracias a él y los anexos que le acompañan, una persona puede profundizar en una determinada materia sin necesidad de adaptarse a los rigores establecidos por los procesos formativos normalizados.

» **Micropíldoras:** Las micropíldoras suponen una de las señas de identidad del proyecto, ya que su formato y características se ajustan a los objetivos del mismo. En ellas, destacamos dos aspectos, especialmente relevantes:

» La sistematización de un concepto en un minuto, a través de una estructura audio-visual de fácil comprensión con herramientas didácticas y muy cercanas a la ciudadanía.

» La creación de productos de conocimiento (micropíldoras) a los procesos de aprendizaje organizacional. Bajo la reflexión de que “hacer micropíldoras” es un nuevo método de aprendizaje (acceder a la información, analizarla, depurarla, reelaborarla, crear un guión, desarrollar recursos gráficos (dibujos, imágenes, etc), recursos de sonido, grabaciones de voz, grabación de video (montaje, postproducción, difusión), proceso en el que se incluyen los 5 momentos en los procesos de creación (caos, sistematización, crítica, creación, validación). Desde esta visión, la marca Ibercotec ofrece al mundo un nuevo proceso de aprender en la que las personas que intervienen crean a su vez conocimiento. De destacar igualmente, en este punto es su aplicabilidad a todos los perfiles formativos, ya que la diferencia radica en la profundización en el concepto que se pretenda transmitir.



Un modelo para el desarrollo de los pueblos basado en el conocimiento

- » El producto final (la micropildora) es un instrumento de formación que vía internet puede ser compartido a muy bajo costo y masivamente con una gran variedad de público. Su lenguaje didáctico, simple y el poder de síntesis que debe tener incorporado, se transforman en características que aportan un gran valor a la sociedad del conocimiento y la información.
- » Red de Alianzas: En la intervención y creación con las Redes de Alianzas, ofrece nuevamente un espacio innovador, ya que su interrelación no sólo se produce a través de la instrumentalización de espacios compartidos, sino que además ofrece a sus miembros, herramientas para su multiplicación, así como la aplicación metodológica para la construcción de nuevos materiales ajustados a sus intereses.
- » Coordinación: Se desarrolla a través del diseño de itinerarios diseñados hasta la tarea, ya que es aquí donde radica la verdadera fuerza de los procesos de coordinación. En este modelo, cada organización participante asume la tarea que le corresponde y lo incorpora al proyecto global de forma consensuada. La coordinación juega un papel meramente de acompañante y de canalización de propuestas, alejándonos de esta forma de modelos de liderazgos que marcan las diferencias entre unos miembros y otros.

Objetivo del trabajo.-

Creación de una estrategia compartida y consensuada entre las Organizaciones participantes en Ibercotec, para potenciar la presencia de Ibercotec en todos los medios de difusión disponibles, mostrándose como una marca de calidad y con alternativas innovadoras que den respuesta a las necesidades de la ciudadanía y las organizaciones.

Imagen Corporativa.-

La asociación del proyecto a la tierra, entendida como cercanía a los territorios y a la ciudadanía, le da el color verde, simulando la vegetación y la naturaleza viva. Brotes de una semilla capaz de construir un bosque con beneficios para todas las personas.

Su nombre Ibercotec, hace referencia a los tres entornos donde se desarrolla el proyecto, Iberoamérica, Cooperación y Tecnologías, posicionando a la persona ante el marco del proyecto.

El punto central del logotipo, simboliza el infinito concebido como un proyecto donde el tiempo y vida se sustentan en la propia participación de la sociedad. Así mismo, muestra hojas verdes como resultado de la implicación e implantación de su metodología democrática y participativa.

El nombre elegido cumple con las recomendaciones estándar:

- » Brevedad.
- » Pronunciabilidad igual en distintos idiomas.
- » Evoca a situaciones de cordialidad y por lo tanto positivas.
- » Sonido agradable.
- » Se aleja de connotaciones negativas.
- » No es común a otras marcas
- » Es atemporal.
- » Insinúa los beneficios del producto.

4 | Elementos identificativos de la marca.-

Con respecto a metodología	Creación compartida. Coordinación en base a tareas y a itinerarios diseñados de forma consensuada. Adaptación de contenidos y productos a los intereses de la ciudadanía. Investigación para la producción formativa. Transferencia y multiplicación para la ciudadanía.
----------------------------	--



<p>Con respecto a Productos.</p>	<p>Publicaciones de fácil comprensión. Adaptación de productos para la igualdad en el acceso a las TIC. Procesos formativos de autoformación. Micropíldoras</p>
<p>Con respecto a Servicios</p>	<p>Soluciones para la formación de técnicos de organizaciones. Propuesta de generalización del acceso y uso de las tecnologías. Procesos de creación de herramientas de difusión y transferencia de conocimiento. Adaptación de materiales editados y creados por cada organización para la multiplicación a toda la ciudadanía. Planificación estratégica para la reducción de la brecha digital entre países como instrumento que genera desarrollo.</p>

<p>Con respecto a la Innovación</p>	<p>Metodología horizontal. Creación compartida. Factorías del Conocimiento. Adecuación de productos al territorio. Contenidos para procesos formativos. Rentabilidad social de los Códigos de Comunicación.</p>
<p>Con respecto a organización</p>	<p>Adaptación a las necesidades de cada organización. Desarrollo de los marcos establecidos en la intervención social, Estratégico – Táctico – Operativo. Retroalimentación permanente. Adecuación a las características del territorio y de la ciudadanía.</p>
<p>Atributos de la marca.</p>	<p>Nuevos lenguajes. Cercanía. Sencillez. Fácil comprensión. Fácil distribución.</p>



Un **modelo** para el **desarrollo**
de los pueblos basado
en el **conocimiento**

<p>Productos de la marca</p>	<p>Factoría del Conocimiento. Productos del conocimiento. Transferencia del Conocimiento. Sociedad Civil. Programas formativos. Manuales Guías didácticas. Herramientas de auto-formación. (esto puede ser parte de la metodología. Las herramientas de auto-formación están implícitos en cada uno de los productos que se van a presentar)</p>
------------------------------	---

<p>Temas de trabajo</p>	<p>Nuevas tecnologías. Alfabetización digital. Emprendimiento. Liderazgo Redes Sociales. TIC para la ciudadanía. Software libre. Valores sociales y democráticos. Agitación Social. Desarrollo Humano Periodismo ciudadano digital Territorios de referencia</p>
<p>Formatos de los productos</p>	<p>Nuevos Códigos de Comunicación. Audio-visuales. Guías didácticas. Publicaciones electrónicas. Procesos formativos.</p>



Dispositivos y soportes para acceder a los productos	Publicaciones escritas. Internet Teléfono móvil. Pendrive. Ipad Televisión. Radio
--	---

La satisfacción de sus clientes:

Como clientes se distinguen tres: la ciudadanía priorizando sobre aquellos sectores con mayores dificultades; las organizaciones destacando las que defienden los valores democráticos, de igualdad y libertad; y las sociedades entendidas como territorios donde se desarrollan sus propias acciones.

La satisfacción viene dada por la participación activa en todas sus fases y no sólo en el disfrute de los resultados, así como en la adaptación de las metodologías, tiempos e itinerarios en base a las aportaciones y el contacto directo. La participación en Ibercotec es su medio pero también es su fin para generar desarrollo.

¿Cómo lo valora la sociedad?

Como un espacio abierto y de fácil aplicación, ajustado a sus intereses en base a la cercanía. Una herramienta que contribuye al desarrollo y la mejora de su trabajo y su esfuerzo.

¿Qué implantación tiene?

En una primera fase destacan los usuarios y participantes en las propias Organizaciones que lo componen. Gracias a su Red de Alianzas amplía su campo de acción e incidencia en algunas zonas con especial relevancia, tanto por sus dificultades como por sus potencialidades, en los países de España, Uruguay, Bolivia y Nicaragua.

Por otro lado, debemos destacar una gran implantación en Internet a través de distintos medios on-line, que le permite tener una dimensión global.

La necesidad de la marca **IBERCOTEC.**

IBERCOTEC, se muestra como una alternativa válida para potenciar la igualdad entre las personas y los territorios. Su apuesta por la generalización de las tecnologías, le hace ser un factor vital e indiscutible en las sociedades del presente y del futuro. Su implementación en los territorios de actuación y su efecto camaleón, de adaptación al entorno, le posiciona como un valor indispensable para la consolidación y acercamiento a concepciones digitales que promuevan el desarrollo.

Estrategias para el desarrollo y puesta en valor de **IBERCOTEC**.

Factores a tener en cuenta.

- » Visto Bueno de la ciudadanía desde el inicio.
- » Comparación con lo existente en el territorio.
- » Ofrecerla como una oportunidad única.
- » Ubicarla en zonas cercanas, habituales para el participante potencial y bien señalizado.
- » Debemos desarrollar una gran difusión por los medios cercanos a la ciudadanía y en Internet.



Fidelización hacia la marca.

- » Establecer niveles de atención y vigilancia para que se mantengan los parámetros establecidos desde el inicio.
- » Es preferible la fidelización del participante frente a la masificación.
- » Adaptación permanente en la evolución de los gustos, intereses y visiones de sus destinatarios finales.

Los medios de comunicación.

- » Establecimiento de los medios de comunicación con los que se va a trabajar.
- » Determinación de los medios de comunicación en los que se difundirán los productos finales.

Confección de la Agenda de medios.

El primer paso a seguir es determinar los medios de comunicación existentes para la difusión y comunicación del proyecto y sus actividades.

Medios de comunicación escritos: periódicos de tirada nacional, regional, periódicos locales / comarcales, revistas...	
Nombre	Dirección de contacto. Persona de contacto: Teléfono: Correo electrónico: Web:

Medios de comunicación radiofónicos: cadenas de radio regionales, comarcales y locales	
Nombre	Dirección de contacto. Persona de contacto: Teléfono: Correo electrónico: Web:
Medios de comunicación audiovisuales: televisión regional, televisión comarcal, televisión local, otros.	
Nombre	Dirección de contacto. Persona de contacto: Teléfono: Correo electrónico: Web:
Medios de comunicación y difusión en internet: redes sociales, prensa digital, portales de Internet....	



Nombre	Dirección de contacto. Persona de contacto: Teléfono: Correo electrónico: Web:
--------	--

Las acciones de comunicación con los medios estarán debidamente coordinadas y será la dirección del proyecto quien establezca las pautas y los pasos a seguir.

Pasos a seguir en el plan de comunicación.

- Definición de documento general.
- Aportaciones de las organizaciones participantes en base a sus visiones.
- Elaboración de materiales para su difusión:
 - Textos / artículos.
 - Micropíldora de presentación.
 - Frases de impacto.
 - Banner publicitarios.
 - Entrevistas a responsables.
 - Productos audio-visuales.
 - Folletos de presentación.
 - Pegatinas publicitarias.
- Elaboración de listados de espacios para la difusión.
 - Presencia on-line.
- Presentación de propuestas en territorio, encuentros con las redes de alianzas.
- Atención y mantenimiento de espacios.

Sobre este plan general, cada organización propondrá un plan de comunicación propio en el ámbito geográfico concreto de desarrollo de su proyecto con toda su agenda de contactos.

Plan de comunicación España
Plan de comunicación Bolivia
Plan de comunicación Nicaragua
Plan de comunicación Uruguay

Confección de la Agenda con las organizaciones aliadas del proyecto.

Organizaciones aliadas España
Organizaciones aliadas Bolivia
Organizaciones aliadas Nicaragua
Organizaciones aliadas Uruguay



Recursos y herramientas para trabajar la comunicación y difusión de las actividades

Para todas las tareas de comunicación y difusión del proyecto y las actividades a realizar, las organizaciones utilizarán el documento del Plan estratégico del proyecto y marca Ibercotec, al objeto de crear una narrativa común del proyecto para todos los socios.

Resumen del plan estratégico y marca Ibercotec
Presentación en diapositivas, díptico....
Se elaborará el primer borrador desde la coordinación general del proyecto y se consensuará entre todas las organizaciones participantes.

Pasos para comunicar el proyecto

Los pasos que seguirán para contar el proyecto y los recursos y herramientas a utilizar (folleto, web, guías del proyecto...), dependerán del contexto general en el que se comunica el proyecto (programa de televisión, nota de prensa, intervención en acto público, comunicación boca – oreja...).

- 5 | Exposición del proyecto (narrativa corta o larga según el contexto).
- 6 | Utilización de los materiales generados para la comunicación (folleto, carteles, presentación multimedia...).
- 7 | Explicación en detalle del proyecto (según el contexto): carteles resumen del proyecto, guías, materiales...

Actividades para la difusión del proyecto en Internet

Presencia en las principales redes sociales de Internet donde se difunda el proyecto y se capten beneficiarias. Usar RSS para interrelación entre Redes sociales y Páginas Web relacionadas.

- » Presencia en Youtube con un canal propio y difusión de las actividades.
- » Crear cuentas de IBERCOTEC en Flickr, Boxnet, Ustream, Goeat y otros.
- » Transformar micropildoras, geektic y demás productos audiovisuales en formatos de Podcast para descargar de las diferentes webs con las cuales IBERCOTEC se interrelacione.
- » Comunicación del proyecto a través de todas las páginas web y sitios de Internet susceptibles de dar a conocer el proyecto y captar beneficiarias. Las webs deberán contar con la tecnología RSS de tal manera de que las actualizaciones sean automáticas e interrelacionadas entre los sitios.
- » Presencia del proyecto en Twitter, con el Hashtag #ibercotec2010 o consensuar un nombre con las demás organizaciones.
- » Mailing list en base a suscripciones a boletines o noticias. Para esto la Web de IBERCOTEC deberá tener habilitada la suscripción de interesados.
- » Anuncios (pagados) en Facebook y Google para promocionar eventos considerados estratégicos y/o la marca IBERCOTEC. De existir posibilidades se puede ampliar a otros servicios más allá de los mencionados.

En este apartado cobra un especial interés el trabajo y las aportaciones que puedan realizar los socios de Bolivia por su experiencia y buen hacer en este campo.



Actividades propuestas para la elaboración del plan de comunicación

- » Elaboración y difusión de notas de prensa.
- » Convocatoria de una rueda de prensa para la presentación inicial del proyecto en cada país.
- » Presentación conjunta del proyecto en todas las sedes del mismo, con la participación de las organizaciones aliadas
- » Presentación pública del proyecto en cada una de las organizaciones aliadas del mismo.
- » Organización de eventos y actividades donde los protagonistas sean las personas que están participando en las diversas actividades del proyecto.

6.5.- VECTORES DE TRABAJO HACIA EL FUTURO.

Si nuestras cabezas pueden pensarlo, es porque en algún rincón de sus archivos tienen guardadas las herramientas para hacerlo, se tratará pues de buscarlas, de ordenarlas y como siempre de usarlas. Luego vendrá la otra medida del tiempo, esa que no fue inventada por nadie sino que lo marcas tu, que reloj puede marcar el ritmo en el que podemos conseguir nuestros sueños u objetivos, que manecilla decide hasta donde es mucho tiempo luchando o hasta donde es suficiente, que calendario es el que debe señalar el final, el que nos hace ver que estábamos equivocados y que la línea de trabajo que llevábamos no era la correcta. Esta claro, el tiempo es relativo y puede que sea útil e incluso necesario, pero desde luego no es único, pues como siempre una vez más, debemos estar contentos por haber trabajado para seguir el camino de los artistas y se nos permitiera divagar por él. Aunque nuestro arte no pudiera verse, ni tocarse, ni siquiera sentirse, e incluso, que algunos piensen que de arte nada, pero bueno, una vez más, en el laboro de nuestras manos y neuronas, se nos ofrece la oportunidad de seguir profundizando en esa metodología de formación que de respuestas a las importantes dificultades que presentan los modelos conocidos.

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS Y LAS PERSONAS.

A través de espacios para la construcción compartida para la transferencia y su multiplicación, poco a poco se nos han ido mostrando nuevas herramientas, distintas formas y esto nos ha permitido seguir avanzando entre los recovecos de su configuración, en esta ocasión, estamos convencido de que conseguiremos cerrar el ciclo y lanzar una propuesta metodológica firme para que todas las organizaciones la usen, la utilicen y permitan su evolución.

Desde el principio de nuestro proyecto hemos escuchado la palabra UTOPIA en muchas conversaciones, hemos tenido que defendernos ante aquellas afirmaciones rotundas que tan sólo entendía de resultados tangibles y que se creían portadoras de la verdad única, hemos escuchado en silencio las críticas de nuestro trabajo silencioso y callado, todos nos ha ayudado a seguir esforzándonos por encontrar respuestas, haciéndonos dudar en muchas ocasiones de si estábamos haciendo las cosas bien y de si nuestra dedicación apoyada en parámetros no conocidos o al menos no lo suficientemente contrastados, iba a dar resultados que fueran útiles para nuestras sociedades.

Hoy después de un tiempo no demasiado largo trabajando, nos reafirmamos en nuestro compromiso de seguir luchando por las utopías, porque en el camino hemos descubierto que una utopía depende de las herramientas con las que cuentas, de las posibilidades que te ofrezcan los entornos y de los compromisos y voluntades que todos los que estamos implicados les pongamos. Nos marcamos los puntos que a continuación les relacionamos y aunque sabemos que la meta está lejos, nos desfalleceremos en la búsqueda.

Trabajamos por:

- » Movilización social a través de un posicionamiento de la ciudadanía sobre el desarrollo local a través del uso de la Tecnologías de la Información y la Comunicación.
- » Búsqueda y puesta en valor de herramientas que creen oportunidades para la ciudadanía.
- » Participación activa.
- » Desarrollo Local.



» Empoderamiento de la ciudadanía.

- ➔ Trabajar para una adecuada gestión del conocimiento y su efecto multiplicador hacia la ciudadanía.
- ➔ Generar desde cada organización participante una Red con
- ➔ organizaciones afines de cada país.
- ➔ Avanzar hacia la creación de propuestas tecnológicas que incidan en las políticas públicas de los países implicados.
- ➔ Desarrollar estrategias que refuercen la identidad de Ibercotec, fortaleciendo su marca como un espacio para la reflexión y la construcción de alternativas.
- ➔ Potenciar la agitación social, favoreciendo el desarrollo de alianzas, la presencia en los medios de comunicación y participación en Red globales.
- ➔ Avanzar en la generación de conocimiento desde la articulación de la información.
- ➔ Generar respuestas concretas para la ciudadanía.
- ➔ Generar una leyenda que atraigan a los colectivos y que faciliten su implicación.
- ➔ Creación y publicación de materiales de fácil comprensión.
- ➔ Debemos buscar referencias en los territorios que motiven a la ciudadanía y vean la gestión del conocimiento como una alternativa.

» Reflexionar y profundizar sobre los conceptos de:

- ⇒ Factorías del conocimiento.
- ⇒ Equipos cooperativos para la producción.
- ⇒ Herramientas TIC que mejoren la calidad de vida de las personas.
- ⇒ Mejorar la articulación de los grupos de trabajo.
- ⇒ Invitar a nuevos actores interesados en temas concretos que se aborden desde Ibercotec.

Posicionar ibercotec como un nuevo actor en el desarrollo tecnológico para la ciudadanía.

Participar en eventos participativos de tecnología.

Nuestros retos inmediatos son:

- » Convertirnos en una Red sólida.
- » Ser una línea de intervención especializada.
- » Desarrollar acciones y generar mayor presencia en la Red
- » Generar una identidad desde la diversidad
- » Posicionar nuestra imagen en lo internacional.
- » Definir claramente las líneas de trabajo.
- » Creación de nuevos productos cercanos.
- » Crear materiales audio-visuales impactantes en la sociedad.
- » Desarrollar y favorecer el uso del software libre.



Un **modelo** para el **desarrollo** de los pueblos basado en el **conocimiento**

Estas entre otras que hemos desarrollado en esta publicación son nuestras líneas de trabajo, si su Organización o usted están interesados, entre a formar parte de nuestra red y entre todos generaremos las fuerzas que consigan una ciudadanía más protagonista de su propia realidad.

“Puede que todo esté inventado, pero no intentando... intentemos”

Coordinación del Proyecto.

AUPEX. Área de Cooperación.
www.aupex.org/cooperacion/portal
Calle Rodrigo Dosma, n° 8
06001 Badajoz
Teléfono: 924257125

Socios del Proyecto.

CEPAD.
www.cepad.org
Avd. Paraguá. Calle Las Cuquizas, Esq
Tapití, Edif.Coral, Dpto 3ª
Santa Cruz – Bolivia.
Teléfono: (5921-3) 3645805

ASDENIC

www.ciiasdenic.net
Edificio Casa Estelí del monumento
El Centenario 25 vrs al sur.
Estelí – Nicaragua
Teléfono: (505) 2713-3573

FACTOR SOLIDARIDAD.

<http://factors.org.uy>
J. Barrios Amorín 1416.
Montevideo – Uruguay.
Teléfono: 4094683

Financia:

AEXCID
www.aexcid.es
C/ Atarazanas, 8
06800 Mérida – Badajoz
Teléfono: 924002760

