



Formación de Periodistas

# Gestión del Conocimiento



Konrad  
-Adenauer-  
Stiftung

---

Programa Medios de Comunicación  
y Democracia en América Latina

# **Gestión del Conocimiento**

## ***Conceptos, Ideas, Herramientas***

***Autores: Thomas Otter y Mónica Cortez***

***Diciembre de 2003***

## Índice

Introducción .....	3
<u>Primera Parte</u>	
1. La Sociedad del Conocimiento .....	4
2. Información y la Economía basada en el Conocimiento .....	5
<u>Segunda Parte</u>	
3. La Gestión del Conocimiento .....	6
3.1. Objetivos de la Gestión del Conocimiento .....	7
3.2. La innovación, como elemento fundamental .....	8
3.3. Tipos de Conocimiento .....	9
3.4. Condiciones y herramientas para la construcción de Sistemas de Gestión de Conocimiento .....	10
4. Experiencias de Casos en la aplicación de la Gestión del Conocimiento .....	10
<u>Tercera Parte</u>	
5. El rol de los medios y el periodismo en la Sociedad del Conocimiento .....	12
6. Bibliografía .....	15

## Introducción

El avance acelerado de las nuevas tecnologías está haciendo correr con una fuerza increíble una avalancha de datos e información a personas y organizaciones de distintos puntos del planeta, interconectados entre sí a través de la internet, quienes tienen ante sí la oportunidad de aumentar su gama de conocimiento, y por ende mejorar sus relaciones y calidad de vida.

El tipo de impacto y la magnitud cualitativa de este fenómeno en las organizaciones y las empresas, en un escenario de globalización creciente, en un mundo social y económicamente fragmentado por causa de la desigualdad y la pobreza, es lo que pretende ilustrar este material.

En una primera parte se describen lineamientos generales sobre la Sociedad de la Información o Sociedad del Conocimiento, donde el motor principal de funcionamiento lo constituyen las nuevas tecnologías y su capacidad de generar en “tiempo real” información diversa. En este segmento se relata el surgimiento de la “nueva economía” o la “Economía basada en el Conocimiento”, donde el capital intelectual constituye el nuevo factor de producción de las organizaciones económicas. Estas reflexiones incluyen también las dudas acerca de la influencia positiva del nuevo paradigma en los países de desarrollo, donde amplias mayorías carecen no solo de acceso a las tecnologías sino de elementos vitales como salud, educación y alimentación.

Los conceptos de la Gestión del Conocimiento o la capacidad de crear e innovar conocimientos a partir del manejo del Capital Intelectual son desarrollados en una segunda parte, donde además se hace mención a sus principales características, y se revelan algunas experiencias de casos.

La tercera y última parte plantean el desafío de los medios de comunicación y del ejercicio del periodismo de hacer frente al nuevo paradigma, utilizando las nuevas tecnologías no solo para difundir información en “tiempo real” sino principalmente, para proveer información de calidad, de interés socialmente necesario, con pluralidad cultural y proactiva.

## Primera Parte

### 1. La Sociedad del Conocimiento

La globalización, el acelerado desarrollo de las nuevas tecnologías de información y comunicación y su consecuente derivación en lo que muchos llaman Sociedad de la Información están generando profundos cambios en las sociedades, la organización social y el funcionamiento de las empresas, donde la información y principalmente la posibilidad de disponer de ella en forma inmediata, surgen como elementos determinantes.

Así con la ayuda de las nuevas tecnologías, principalmente de Internet, millones de datos e información está circulando por todo el mundo, en diferentes formatos y canales, a diversas organizaciones sociales, políticas y económicas, abriendo oportunidades para la obtención de nuevos conocimientos, configurándose así el perfil de la nueva sociedad o Sociedad del Conocimiento.

En teoría, en una Sociedad del Conocimiento, las personas tienen acceso a datos e información y por lo tanto, a la posibilidad de adquirir conocimientos para mejorar su calidad de vida, su organización social, fortalecer sus relaciones sociales, económicas, políticas, culturas, étnicas a favor de un desarrollo más justo y equitativo.

En ese contexto, el objetivo central de esta nueva sociedad apunta a facilitar el acceso a los medios de difusión para actuales y futuras generaciones, en todo momento, desde todos los lugares y bajo condiciones justas<sup>1</sup>. Es decir, el sostén principal del nuevo núcleo social se construye sobre estructuras democráticas y de respeto a la diversidad cultural.

Sin embargo, muchos creen que la nueva sociedad no es más que una utopía que nace de intereses económicos y políticos de los países más desarrollados, donde precisamente el avance de las tecnologías cobra predominancia por sobre amplias mayorías de países en desarrollo.

Así, Estados Unidos y Europa concentran a más del 73% de los usuarios de Internet, mientras que América Latina y África solo representan poco más del 2% en conjunto. De ahí que los críticos afirmen que esa *brecha digital* que caracteriza a la sociedad actual, es la evidencia concreta de que el nuevo orden mundial que se avecina responde a las necesidades del Norte, y no precisamente del Sur, donde ni siquiera se han cubierto las necesidades básicas – educación, salud y alimentación – y tampoco se cubrirán con un aumento de la penetración y uso de las nuevas tecnologías.

---

<sup>1</sup> **Carta de los derechos civiles para una Sociedad del Conocimiento Sostenible**". 2002. Contribución de la Sociedad Civil Alemana al proceso preparatorio de la "Conferencia Mundial sobre la Sociedad de la Información". 2003

Por ello, la reducción de la brecha digital debe constituirse en una prioridad mundial, para evitar que un crecimiento irregular de la economía del conocimiento termine por aumentar la desigualdad, visibilidad y sus consecuencias sociales<sup>2</sup>.

## 2. Información y la Economía basada en el Conocimiento

La implantación de las nuevas tecnologías de la información en las sociedades, principalmente las desarrolladas, está efectivamente generando profundas transformaciones, debido a la digitalización de la información, que facilita el acceso a datos de diversa índole a miles de personas, de distintas profesiones y oficios, que enriquecen, en teoría, su capacidad para adquirir nuevos conocimientos y mejorar sus relaciones, actividades, transacciones e intercambios de cualquier índole.

En el campo de la economía, las nuevas tecnologías y la globalización también están produciendo cambios significativos. Si hasta el siglo pasado, la actividad económica dependía de tres componentes fundamentales, - capital humano, capital físico y recursos naturales -, en la actualidad va cobrando fuerza una nueva economía, donde la información y el conocimiento son el motor principal de producción, competitividad y éxito de las empresas.

Esto no implica, sin embargo, que el acceso mismo a mayor información genere automáticamente conocimiento, sobretodo si se tienen en cuenta los problemas de “economía de la atención”<sup>3</sup>, que produce la avalancha de datos e informaciones en la red (muchas de ellas innecesarias y de baja calidad).

No obstante, en el mundo ya comienza a configurarse una economía donde el Capital Intelectual – que se retroalimenta de información y el conocimiento - se convierte en el nuevo factor de producción de las empresas.

Es esa misma argumentación la que sin embargo, genera no pocas reacciones contrarias en organizaciones y estudiosos de los nuevos fenómenos económicos y sociales, que se muestran preocupadas por el nivel de formación académica de millones de personas marginadas, que corren el riesgo de acrecentar su exclusión precisamente por su incapacidad de responder a las nuevas exigencias de información y conocimiento.

Para algunos, esta nueva economía surge de la necesidad de buscar mejores estrategias para aumentar la calidad y la eficiencia de algunos recursos propios de

---

<sup>2</sup> Documento del Club de Roma. 2002 como una contribución del Club de Roma a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible 2002

<sup>3</sup> Shapiro y Varian. “ El dominio de la información”. 2001.

las organizaciones: “el conocimiento y la capacidad para absorber nueva información<sup>4</sup>.”

La filosofía gira entorno a la capacidad de innovar y crear rápido sobre la base del conocimiento, a través del aprendizaje, dentro de las mismas organizaciones empresariales, centros de investigación, laboratorios, etc.

Según Boisier<sup>5</sup>, “conocer supone información, pero comprender supone conocimiento”, y agrega que no se trata de crear conocimiento por el conocimiento para beneficio de los que ya saben.

En un análisis sobre el conocimiento social y la gestión territorial, este autor afirma que el desarrollo de un territorio cualquiera está en manos de la gente y que la falta de progreso se debe, entre otros factores, al desconocimiento de estas personas “de que el saber y poder colectivos son la cara de una misma medalla”.

## **Segunda Parte**

### **3. La Gestión del Conocimiento**

Como resulta lógico, una economía basada en el conocimiento implica la necesidad de aprender a manejar, administrar y potenciar el uso de ese caudal de información y conocimiento que fluye aceleradamente, en consecuencia de la globalización y del desarrollo de las tecnologías, y que se está constituyendo en el factor determinante del progreso y éxito de las empresas y las organizaciones.

La principal tarea de la Gestión del Conocimiento, es manejar, administrar y aprovechar esta avalancha de información y para ello debe formar y reorganizar el Capital Intelectual de las personas que trabajan por ejemplo en una organización con el propósito de desarrollar la “capacidad de aprender y generar conocimiento nuevo o mejorar el que existe”<sup>6</sup>. Este concepto también puede ser aplicado a la gestión de los procesos que generan información dentro de las organizaciones o instituciones, para su uso provechoso.

Peluffo y Catalán<sup>6</sup> identifican cinco dimensiones principales de este incipiente concepto:

---

<sup>4</sup> Peluffo A. Martha Beatriz, y Catalán Contreras, Edith. 2002. Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público.

<sup>5</sup> Boisier, Sergio. 2001. “Sociedad del Conocimiento, Conocimiento Social y Gestión Territorial. P.5. 2001.

<sup>6</sup> Martha Paluffo y Edith Catalán. Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. P. 17. ILPES. 2002

- a) un proceso de producción del conocimiento por medio de aprendizajes organizacionales;
- b) un espacio de conocimiento, que puede ser una región, una ciudad, una organización;
- c) la presencia de herramientas y tecnologías de gestión del conocimiento para documentar el conocimiento organizacional;
- d) una sinergia resultante del proceso de desarrollo de un sistema, la capacidad de respuestas de las comunidades frente a lo nuevo en un medio inestable y cambiante; y
- e) la presencia de trabajadores del conocimiento.

### 3.1 Objetivos de la Gestión del Conocimiento

Según ambas autoras, la aparición de la Gestión del Conocimiento fue en respuesta a la incapacidad de las prácticas gerenciales tradicionales para administrar eficientemente el conocimiento tácito y su transformación a explícito. “Si este no se gestiona de alguna forma, ya sea almacenándolo, o haciéndolo circular, o gestionando las competencias de quienes participan en esa realidad, se corre el riesgo de perder el principal factor diferenciador que promueve la sinergia en la innovación o en el cambio”, afirman.

En ese sentido, afirman que el objetivo de la Gestión de Conocimiento apunta a “generar, compartir, utilizar el conocimiento tácito (know-how) y explícito (formal) existente en un determinado espacio, para dar respuestas a las necesidades de los individuos y de las comunidades en su desarrollo”.

Paluffo y Catalán, sostienen que este proceso debe dar los siguientes resultados:

- a) Poner en funcionamiento los medios necesarios para conseguir la información y el conocimiento que precisa una persona, una comunidad o región en el momento oportuno, por medio de herramientas para analizar la información y fortalecer la capacidad de responder a las ideas que se obtienen a partir de esa información y del conocimiento tácito que estos poseen.
- b) Administrar el conocimiento organizacional y el aprendizaje organizacional con el fin de fortalecer la institucionalidad que va a implantar estrategias de desarrollo de mediano y largo plazo.
- c) Construir marcos (procesos) integrados más eficientes, a partir de la construcción de modelos de futuros, cuyo soporte será el conocimiento estratégico que le dará eficacia y seguridad al proceso.
- d) Crear una base tecnológica adecuada al contexto y espacio donde se va a aplicar, por la cual circule el conocimiento como el caso de las redes universitarias con la

economía, conectar las diversas regiones aprovechando las experiencias más exitosas y las formas en que fueron superados o solucionados los errores más frecuentes. Esto permite solucionar con mayor velocidad los problemas y adaptarse con más flexibilidad.

### **3.2 La innovación, como elemento sustancial**

“La apropiación del conocimiento se da por medio del aprendizaje, por lo que la capacidad de aumentar el stock de conocimiento va a depender en parte por la capacidad que tenga la persona o la organización de aprender”, dicen Paluffo y Catalán.

Agregan que la renovación del conocimiento origina a su vez la innovación, que constituye un elemento sustancial para la generación de nuevos conocimientos.

En ese contexto, quien quiera iniciar un proceso de gestión de conocimiento debe identificar el conocimiento tácito de las personas a fin de promover “un proceso continuo de innovación”.

En palabras de la Sociedad Española de Documentación e Información Científica (SEDIC), la innovación es el proceso que convierte el conocimiento en riqueza, “mediante la creación de nuevos productos o servicios o la mejora de los ya existentes; dicho de otra manera, la innovación sería el proceso de capturar ideas y ponerlas a trabajar”<sup>7</sup>.

A criterio de la SEDIC; el conocimiento en el que se basa la innovación puede tener tanto un contenido tecnológico como referirse a un mejor entendimiento del mercado o de la organización empresarial.

Analizando el sector de las empresas, Boisier asegura que el conocimiento y la innovación son factores determinantes para una competitividad sostenida a largo plazo, dado que permiten crear ventajas competitivas o dinámicas, a diferencia de las ventajas comparativas que nacen de la explotación de recursos naturales y la comercialización de los commodities.

En ese contexto, este autor entiende que una región inteligente funciona como lo hacen las personas inteligentes, es decir, es capaz de aprender de su propia interacción con el entorno, y de cambiar patrones de conducta en un entorno turbulento donde la repetición de prácticas del pasado pueden originar fracaso.

---

<sup>7</sup> SEDIC. Boletín de Gestión del Conocimiento. N ° 13. Noviembre / diciembre 2003. Sociedad Española de Documentación e Información Científica.

### 3.3 Tipos de conocimiento

Si bien existen varias conceptualizaciones del conocimiento, desde el punto de vista de la Gestión del Conocimiento, se lo define como la “capacidad para relacionar de forma altamente estructurada, datos, información y conocimiento de un determinado objeto que permiten actuar efectivamente sobre este sobre la base de un determinado valor y contexto”<sup>8</sup>.

Siempre mirando el escenario de la Gestión del Conocimiento, el **conocimiento tácito** es quizás el más complejo dado que es el tipo de conocimiento que está dentro de las personas, que es difícil de identificar, codificar, procesar y distribuir al resto de los individuos.

Según algunos autores, este conocimiento está compuesto por ideas, experiencias, conocimiento del contexto, costumbres, valores y destreza cognitiva, que permiten resolver problemas complejos y nuevos.

Es decir, el conocimiento tácito es un bien intangible y principal fuente de recursos de los sistemas de innovación, « por lo tanto a mayor conocimiento tácito, mayor valor o competitividad tendrá una organización”, dicen Paluffo y Catalán.

Según Boisier, el conocimiento tácito se está socializando y generando inclusive nichos de mercado gracias a la denominación de origen, lo que a su vez constituye un soporte para una competitividad territorial. Pone como ejemplo, la Comuna francesa de Roquefort, cuyos pobladores adquirieron el conocimiento tácito de fabricar el queso Roquefort, sin necesidad de instalación de una fábrica común. “Precisamente el conocimiento tácito se encuentra más difundido en procesos fabriles que basan su competitividad más en la calidad que en el precio”.

Por el contrario, el **conocimiento explícito** (procedimientos, manuales, software o fórmulas científicas, etc.) es objetivo y racional, capaz de ser identificado con códigos comunicacionales y de fácil reproducción<sup>9</sup>. Y está visto que no siempre el conocimiento explícito es suficiente para resolver situaciones imprevistas y complejas; en cambio sí lo hace el conocimiento tácito; de ahí la importancia de gestionarlo a través de programas de Gestión de Conocimiento.

La gama de conocimientos no termina, sin embargo, aquí. Paluffo y Catalán hablan de la existencia de un conocimiento individual (personal) y de un conocimiento organizacional (empresa); un conocimiento local y un conocimiento global, entre otros.

---

<sup>8</sup> Paluffo y Catalán. 2002. Introducción a la Gestión del Conocimiento y su aplicación al sector público. P. 20.

<sup>9</sup> Paluffo y Catalán. 2002. Introducción al Gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. ILPES.

### **3.4 Condiciones y herramientas para la construcción de sistemas de Gestión de Conocimiento**

Implementar sistemas de gestión de conocimiento supone la generación de condiciones previas que tienen que ver con la apertura mental de las organizaciones hacia la consolidación del funcionamiento de estructuras organizativas más flexibles, dinámicas y abiertas a los cambios, a las innovaciones, al conocimiento, y a la aplicación de las nuevas tecnologías de información.

Como herramientas, algunos autores mencionan varias técnicas especializadas que permiten ir construyendo un sistema de gestión del conocimiento. Entre ellas, se conocen los mapas del conocimiento, que permiten generar conocimiento, transparentar e intercambiar conocimiento e integrar ese conocimiento a la organización<sup>9</sup>.

A través de esos mapas es posible medir el conocimiento de los individuos sobre determinadas situaciones, conocer sus conocimientos conceptuales sobre diversos temas, identificar geográficamente la distribución del conocimiento, medir contenidos en documentaciones, entre otros.

#### **4. Experiencias de Casos de aplicación de Gestión del Conocimiento.**

Según Paluffo y Catalán, existen casos de países que utilizaron estratégicamente el conocimiento para resolver sus problemas de desarrollo.

Ponen como ejemplo el Japón, que después de la Segunda Guerra Mundial trazó una estrategia para crear ventajas competitivas en la producción de manufactura a través de la formación de su abundante mano de obra y posteriormente, mediante la transferencia de tecnología a sus vecinos.

Estados Unidos es citado como otro ejemplo de uso estratégico del conocimiento para el desarrollo económico. Después de los problemas económicos de la década de los noventa, el gobierno esbozó una política económica fundamentada en una base teórica, sustentada en una madurez tecnológica y enriquecida por un programa previo de identificación de conocimiento para la formación permanente.

Estas experiencias han sido interpretadas en el marco de un proceso de gestión de conocimiento donde en una etapa inicial se ha detectado un inventario del conocimiento y organizado el capital social, en una segunda se ha formalizado la función de la gestión del conocimiento y en una tercera se ha creado y fortalecido organizaciones inteligentes o basadas en el aprendizaje.

**Caso SKANDIA.** En el campo del sector empresarial privado, se pueden recoger experiencias en la aplicación de la gestión del conocimiento. Por ejemplo, la federación SKANDIA AFS, que nuclea a organizaciones financieras de varios países y que en 1991 creó una dirección de Capital Intelectual para descubrir posibles maneras de valorar los activos intangibles (u ocultos) de la organización a fin de desarrollar un modelo de gestión del capital intelectual<sup>10</sup>.

A partir de entonces, la organización la logrado introducir información en sus balances financieros que demuestran el crecimiento del capital intelectual de la organización. El objetivo de esta información es entender la relación entre los indicadores de capital intelectual y los resultados financieros obtenidos.

La información del capital intelectual fue obtenida a través del desarrollo de un conjunto de indicadores de desempeño en áreas como finanzas, clientes, personas, proceso, renovación y desarrollo. Específicamente, se recogió información sobre el número de ideas que los clientes aportan a la organización y su desarrollo, número de paquetes de software con relación al número de empleados, cantidad de personas conectadas a internet, cantidad de relaciones entre clientes y empleados, número de buenas ideas surgidas, nivel de educación y formación de los empleados, número de buenas ideas intercambiadas y número de patentes registradas y artículos publicados.

A modo de ejemplo se menciona el caso de una de las compañías de la federación, la Skandia International Aviation, cuyos indicadores se direccionaron de la siguiente manera:

- a) Finanzas; resultado del seguro/empleado y ratio de pérdida (líneas aéreas) menor que la media del mercado;
- b) Clientes: visitas a la empresa, días dedicados a la visita de clientes, cobertura de mercado;
- c) Procesos: PCS / empleados, y ordenadores portátiles/empleados;
- d) Humano : índice de empoderamiento (índice de empowerment de los 1.000), que mide la motivación del empleado, la ayuda dentro de la organización, el nivel de conciencia de las demandas de calidad, responsabilidad, autoridad y competencia; y
- e) Renovación y Desarrollo: gastos en tecnologías de la información versus gastos administrativos.

---

<sup>10</sup> Experiencias de casos en WEB: Gestión del conocimiento. Resumen realizado por [Juan Carrión Maroto](#), basado en "The Knowledge Management Practices Book", desarrollado por "The Global Best Practices Research team", enero 1998

**Caso AYUDA EN ACCION.** La organización Ayuda en Acción<sup>11</sup>, que ha encarado una serie de iniciativas con destino a instalar un proceso de gestión de conocimiento que posibilite mejores logros. Estas acciones se traducen en la edición de boletines técnicos para generar debates e intercambios de experiencias entre sus miembros; la creación de una red de unidades temáticas para recuperar conocimiento en diversas áreas, generar nuevas ideas y distribuir las posteriormente a toda la organización; la creación de una nueva área de investigación al desarrollo, evaluación y aprendizaje, a través del cual está recuperando conocimiento adquirido en Ayuda en Acción, gestionándolo de tal forma que permita perfeccionar el desarrollo de los proyectos y la optimización de la inversión de los recursos.

Esta organización también está probando su incursión dinámica en foros y cursos para adquirir conocimiento externo, y está preparando el diseño de un sistema propio de gestión de conocimiento, a través de la intranet de la organización, que permita poner en comunicación directa a todas las oficinas locales y externas de la organización para recuperar, compartir y difundir de forma rápida el conocimiento que se genera en cada una de las oficinas.

## **Tercera Parte**

### **5. El rol de los medios y el periodismo en la Sociedad del Conocimiento**

¿Qué rol juegan los medios y los/as periodistas en el nuevo paradigma de la Sociedad del Conocimiento y las nuevas formas de organización social y empresarial que se producen en su entorno? ¿Será posible intervenir activamente en la configuración de los nuevos sistemas de Gestión de Conocimiento?

Dado el avasallante flujo de informaciones que circulan por las nuevas tecnologías de la información, pareciera ser que comunicadores y periodistas no son más que un elemento complementario dentro de esa maraña de actores que intervienen en ese escenario. La prueba contundente es que la mayor parte de la información proviene de fuentes ajenas al oficio del periodismo o de empresas de comunicación masiva. Los nuevos informantes son desde aficionados a las nuevas tecnologías hasta ingenieros informáticos, empresarios y profesionales diversos. Los/as periodistas y comunicadores/as son apenas un eslabón más de la cadena de fuentes informativas que fluyen de la red, principalmente.

En ese contexto, la labor periodística adquiere quizás como nunca antes un rol preponderante, en el sentido de cuidar los contenidos y formatos informativos de las tendencias de la inmediatez y la superficialidad. « Lo verdaderamente importante, y donde reside nuestra responsabilidad como comunicadores está en los

---

<sup>11</sup> Experiencias de casos en web. Gestión del Conocimiento. Resumen de Maria Grandillas. 2001.

finés (y no en los medios de la comunicación, como las nuevas tecnologías). Toda esa información que circula por el planeta: ¿Qué necesidades satisface? ¿Nos hace íntimamente más felices? ¿Nos completa mejor como seres humanos? ¿Nos beneficia a todos? Estas y muchas más que podríamos formular en este debate, son, a mi juicio, las preguntas que importa responder cuando proyectamos los escenarios tecnológicos del próximo siglo», son reflexiones que plantean algunos comunicadores<sup>12</sup>.

Para otros<sup>13</sup>, el advenimiento de la nueva sociedad de la información y del conocimiento supone el establecimiento de claros objetivos que permitan entre otras cosas, mantener la diversidad cultural y reducir el riesgo de manipulación y monopolización de la información a fin de asegurar el acceso asequible a las actividades culturales de alta calidad para todos. En ese escenario, los medios son vistos como un bien común con objetivos culturales y educativos, por encima del dominio exclusivo de los negocios con fines culturales.

En el mismo tono, la Carta de la Sociedad Civil Alemana<sup>14</sup> advierte que el “conocimiento es herencia y propiedad de la humanidad y por ello es libre”, y que por lo tanto las limitaciones del acceso público como los derechos de autor o las patentes deben ser la excepción. « La explotación comercial del conocimiento entra en conflicto con el interés de la sociedad en considerar el conocimiento como un bien público. Dentro de la jerarquía de los valores sociales el conocimiento como un bien común debe tener un estatus más elevado que la protección de demandas privadas », enfatiza al respecto.

En tal sentido, esta organización civil cree que la diversidad de los medios de comunicación y la disponibilidad de información de fuentes independientes son esenciales para el mantenimiento de un público informado. Esta reflexión nace de la evidencia de la creciente oligopolización de la propiedad de los medios masivos de comunicación por consorcios empresariales de alcance global. « Es responsabilidad pública fomentar formas de participación en los medios existentes y nuevos. Se deben ampliar los medios sin fines de lucro y aquellos servicios de comunicación públicos que son controlados democráticamente », sugiere.

Agrega que los derechos de libertad de opinión y de expresión deben ser complementados por los derechos generales de libertad de comunicación. « El derecho de comunicación debe incluir el derecho a participar en todo tipo de procesos de comunicación y a contribuir activamente en la creación de medios de comunicación »

---

<sup>12</sup> Fátima Fernández. Escuelas de Comunicación y Tecnologías de la Información. Binomio, de que tipo ?. En Diálogos de la Comunicación. FELAFACS.1997.

<sup>13</sup> Club de Roma. Contribuciones para la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información 2003. P. 7.

<sup>14</sup> Contribuciones de la Carta de la Sociedad Civil Alemán para la Cumbre Mundial de Desarrollo Sostenible 2002.

La presencia omnipotente de la brecha digital es un desafío para el periodismo de América Latina y África. La Organización Internacional del Trabajo (OIT) cree que las nuevas tecnologías impactarán negativamente en los países más desfavorecidos de no adoptarse políticas adecuadas que permitan satisfacer al menos tres necesidades básicas:

- a) La formulación de una estrategia nacional coherente respecto a las TICs
- b) La existencia de una infraestructura de telecomunicaciones asequible,
- c) La disponibilidad de una población activa instruida

En este escenario, la OIT insiste en que la formación es fundamental, así como el aprendizaje continuo para asegurar la empleabilidad y mejores condiciones de vida de millones de personas que carecen de educación básica y por ende, de cualquier posibilidad de participar del nuevo escenario configurado con las nuevas tecnologías de la información. "Ningún país en desarrollo ha conseguido ocupar un nicho en los mercados mundiales de productos intangibles sin disponer de una población activa adecuadamente instruida", dice al respecto.

Esto supone un periodismo de mejor calidad, con noticias socialmente necesarias para la sociedad, con contenidos contextualizados que permitan a los receptores tomar decisiones adecuadas y en tiempo oportuno, en función a los intereses de las mayorías, promoviendo los valores éticos y morales, y con un alto sentido pluralista y democrático.

El Periodismo digital puede ser una herramienta útil para incursionar de una manera más directa en esta relación difusa para muchos, con las nuevas tecnologías. El desafío no pasa por estar a tono con la excesiva inmediatez y la exigencia del "tiempo real" en la tarea de informar. Se trata de participar en el juego sin perder de vista la necesaria rigurosidad académica y científica que requiere un periodismo de calidad. Contar los hechos como ocurren en su momento pareciera que hoy es insuficiente. Hace falta ubicarlos en un entorno mucho más amplio, del cual forman parte por efectos o no de la globalización, aunque a simple vista no nos demos cuenta de ello.

Si pensamos que el nuevo factor principal del desarrollo es el conocimiento, el Capital Intelectual, los datos y las informaciones requieren más que nunca de precisión, actualidad, pertinencia, y representatividad social, es decir deben ser de interés del público y no de minorías de poderes económicos y financieros. En ese contexto, el propio uso de las nuevas tecnologías puede servir de instrumento para la búsqueda de datos e informaciones, que con un adecuado proceso de aprendizaje, permitan acumular nuevos conocimientos en beneficio de la sociedad.

## 6. Bibliografía

- **Boisier, Sergio. 2001.** “Sociedad del Conocimiento, Conocimiento Social y Gestión Territorial. Junio 2001.
- **“Carta de los derechos civiles para una Sociedad del Conocimiento Sostenible”. 2002.** Contribución de la Sociedad Civil Alemana al proceso preparatorio de la “Conferencia Mundial sobre la Sociedad de la Información”. 2003.
- **Club de Roma. 2002.** “Ningún límite al conocimiento, sino a la pobreza. Hacia una sociedad del conocimiento sostenible. En ocasión del 30° aniversario del Primer Informe del Club de Roma: Los límites del crecimiento. Contribución del Club de Roma a la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible 2002
- **Fernández, Fátima. 1997.** Escuelas de Comunicación y Tecnologías de la Información; Binomio. ¿De qué tipo? En Diálogos de la Comunicación. Edición 49, Octubre 1997. FELAFACS, [www.felafacs.org](http://www.felafacs.org).
- **Gradillas Reverte, Maria. 2001.** Sistema de gestión del conocimiento en el Departamento de Programas de Ayuda en Acción. Enero 2001. [www.gestiondelconocimiento.com/casos\\_area/profesional](http://www.gestiondelconocimiento.com/casos_area/profesional)
- **Motuschi, Luisa. 2001.** “La economía basada en el conocimiento: importancia del conocimiento tácito y del conocimiento codificado”. Diciembre 2001. En la Serie Documentos de Trabajo. Universidad del CEMA. [http://www.cema.edu.ar/publicaciones/doc\\_trabajo.html](http://www.cema.edu.ar/publicaciones/doc_trabajo.html).
- **OIT. 2001.** “Salvar la brecha digital: aprovechar las TICS para favorecer el desarrollo económico, la creación del empleo y la erradicación de la pobreza. Revista Trabajo. N° 38. Enero / febrero de 2001. La WEB de la OIT.
- **Peluffo A. Martha Beatriz, y Catalán Contreras, Edith. 2002.** Introducción a la gestión del conocimiento y su aplicación al sector público. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social – ILPES. Serie Manuales 22. Santiago de Chile, diciembre de 2002. <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/uneclac/unpan014565.pdf>
- **SEDIC. 2003.** Boletín de Gestión del Conocimiento. N° 13. Noviembre/Dicembre 2003. Sociedad Española de Documentación e Información Científica. [http://www.sedic.es/boletin\\_km13.pdf](http://www.sedic.es/boletin_km13.pdf)
- **Shapiro Carl. Y Varian 2001.** “El dominio de la Información”.
- **Skandia.** Resumen realizado por [Juan Carrión Maroto](#), basado en “The Knowledge Management Practices Book”, desarrollado por “The Global Best Practices Research team”, enero 1998. Disponible en [www.gestiondelconocimiento.com/casos\\_area/profesional](http://www.gestiondelconocimiento.com/casos_area/profesional)

## Los Autores



Antes de entrar en el área profesional de la consultoría independiente en Desarrollo Económico y en Comunicación, Thomas Otter ha trabajado durante casi 10 años como periodista económico en Alemania y en América Latina. Con su doble formación académica en Comunicación (Magíster) y en Economía (Maestría), busca profundizar el entendimiento de los procesos de Comunicación para el desarrollo económico. En el área de la comunicación ha trabajado temas como Marketing Político y Economía de la Información y en el área económico trabaja principalmente aspectos de Desarrollo Económico y Reducción de Pobreza y Desigualdad. Ha publicado un libro, es coautor de tres libros y cuenta con una docena de publicaciones en revistas especializadas en América Latina y en Europa. Trabaja para organismos internacionales tales como PNUD, Banco Mundial, BID, GTZ y JICA.



Mónica Cortez, consultora y periodista independiente con más de 10 años de experiencia en periodismo económico. En su labor independiente, con su formación académica en Comunicación (licenciatura) y en Población y Desarrollo (postgrado) busca combinar la experiencia práctica en el ejercicio de la profesión periodística y los conceptos de la comunicación social, con los desafíos que presenta el desarrollo social y económico al área del manejo de la información y a la comunicación. Como consultora ha trabajado en áreas tales como Comunicación para el Desarrollo; Descentralización y Análisis Crítico de Programas de Gobierno. Es docente de cursos para periodistas, cuyo contenido busca presentar temas actuales acerca del rápido cambio que vive el área de la comunicación en estos tiempos. Es socio fundadora del Capítulo Paraguayo de la Asociación Interamericana de Periodistas de Economía y Finanzas (AIPEF).

**PROGRAMA MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN AMÉRICA LATINA**  
**FUNDACIÓN KONRAD ADENAUER**

El Programa “Medios de Comunicación y Democracia en América Latina” de la Fundación Konrad Adenauer se instala nuevamente en Lima en junio de 2002, luego de permanecer por varios años en Buenos Aires, Argentina. El Programa se remonta desde la década de los ochenta. Su cobertura abarca desde México hasta la Tierra del Fuego en el sur del continente, teniendo como objetivo el fortalecimiento de las estructuras democráticas de las regiones. Desde el punto de vista de la Fundación, los Medios de Comunicación en América Latina juegan un papel de vital importancia y de gran influencia en los procesos democráticos de los países.

El Programa ofrece asesorías, seminarios, conferencias y talleres. Asimismo, los estudios, análisis, artículos y resultados de trabajos de investigación realizados son publicados como libros, CD-ROM, en revistas y en la internet.

El trabajo del Programa se divide en cuatro temas fundamentales:

- **La Comunicación Política:** En ella, el programa se preocupa por una buena relación entre los medios y los partidos políticos, el Congreso y otras instituciones democráticas. Por ello, el Programa tiene como meta sensibilizar a los políticos, a los medios de comunicación y a la sociedad para hacer valer el significado de la comunicación política en una democracia moderna. De la misma forma, el Programa pretende que exista una libre comunicación entre gobernantes y gobernados; que las decisiones que se tomen sean abiertas y transparentes, al igual que las bases que llevaron a la toma de ellas.
- **La Formación y Especialización de Periodistas:** Los temas son diversos, desde periodismo en zonas de conflicto, ética periodística, periodismo social (es decir, relaciones públicas para las ONG's), periodismo y justicia, periodismo y mejor cubrimiento de campañas electorales, hasta la realización de cursos especializados como periodismo & medio ambiente. Asimismo para la promoción de la formación de periodistas, el Programa tiene como contraparte a la Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social FELAFACS.
- **El Derecho de los Medios de Comunicación:** Los temas que abarca comprenden desde la libertad de prensa y el derecho al acceso a la información hasta el derecho de licencia. Asimismo, apoya el asesoramiento en la comunicación interna y externa de los medios, lo cual abarca desde el manejo de la utilización de encuestas durante las campañas electorales hasta el trabajo en relaciones públicas.
- **Los Nuevos Medios de Comunicación Electrónicos:** Este campo también ha ganado gran importancia para la comunicación política en América Latina. Aquí se observa y analiza su desarrollo y se trata de fijar tendencias y apoyar iniciativas interesantes como, por ejemplo, el Congreso Internacional anual de Periodismo Digital.

Contactos:

Paul Linnarz (Director)

Martina Hahn (Subdirectora)

[medios@kas.org.pe](mailto:medios@kas.org.pe)

Calle Arica 794 Miraflores – Lima 18 – Perú  
Telf: (0051-1) 2415387 – 2415388 / Fax: (0051-1) 4459374