

COLABORADOR SOCIAL DEL CONOCIMIENTO: NOCIÓN DESDE LA TEORÍA DEL CAPITAL INTELECTUAL

*Londoño Palacio, Olga Lucía*¹

International Corporation of Network of Knowledge ICONK.

olgalucia@iconk.org

Bogotá-Colombia

*Escobar-Sierra, Manuela*²

Universidad de Medellín

manuelaescobar@gmail.com

Medellín-Colombia

RESUMEN: El siguiente artículo tiene como objetivo conceptualizar el colaborador social del conocimiento a partir de la noción del capital intelectual. En tal sentido se revisan algunos modelos para la gestión de conocimiento a través de la empresa y se precisa el concepto de trabajador del conocimiento, para luego verificar el estado actual de la discusión en torno a la creación y gestión del conocimiento, para posteriormente conceptualizar el colaborador social del conocimiento, como aquella persona que además de conformar el capital humano, se integran como parte del capital relacional y estructural a través de las relaciones sociales y el intercambio representados por redes.

PALABRAS CLAVE: Colaborador social del conocimiento, capital intelectual, capital humano, capital relacional, capital estructural.

SOCIAL KNOWLEDGE EMPLOYEE: NOTION FROM THE THEORY OF INTELLECTUAL CAPITAL

SUMMARY: The following article aims to conceptualize the social collaborator of knowledge from the notion of intellectual capital. In this sense, several knowledge management models for companies are reviewed and the concept of knowledge worker is defined. Then, the current status of the discussion about the creation and management of knowledge is examined. Finally, the social collaborator of knowledge is conceptualized as a person who, besides comprising the human capital, is integrated

¹ *Londoño Palacio, Olga Lucía.* N° ORCID: 0000-0003-4972-7502. International Corporation of Network of Knowledge ICONK. Bogotá. olgalucia@iconk.org. Calle 169 N° 16C-92 Torre 6 Ap. 602. Doctora en filosofía con énfasis en Antropología. Magíster en Hábitat. Investigadora en áreas de educación, antropología, tecnología, hábitat. Ha dirigido proyectos de investigación y publicado diversos libros y artículos relacionados con estas temáticas.

² *Escobar Sierra, Manuela.* N° ORCID: 0000-0003-1865-6238. Universidad de Medellín UdeM. Medellín. maescobar@udem.edu.co. Carrera 87 N° 30 – 65 Bloque 12 Oficina 101. Doctorante en Ingeniería – Industria y Organizaciones. Magíster en Ingeniería Administrativa. Investigadora en áreas de gestión del conocimiento, responsabilidad social e innovación. Investigadora principal en proyectos de investigación y publicación de diversos libros y artículos relacionados con estas temáticas.

into the relational and structural capital through the social relations and the exchange represented by networks.

KEYWORDS: Social knowledge employee, intellectual capital, human capital, relational capital, structural capital.

1. Introducción

En el actual contexto de globalización se espera que las organizaciones sean integrales, debido según Laloux (2014) a tres grandes avances: a) la Autogestión que permite la toma de decisiones entre pares, no entre jefes y empleados; b) la Plenitud que fusiona lo personal con lo profesional, es decir, los colaboradores presentan sus trabajos como personas, no desde determinados roles o cargos; y, c) el Propósito evolutivo que coloca el propósito de la empresa por encima de las ganancias financieras, lo que conlleva el integrar la responsabilidad social en aquello que se hace no en la ganancia que se obtiene. De esta forma, el concepto Capital Intelectual surge como una dinámica relacional entre el saber cómo (*know how*) y el saber por qué (*know why*), que debe definir cada empresa y que le sirve como impronta de su propio conocimiento organizacional.

Según el modelo de medición del capital intelectual, denominado proyecto INTELECT, el capital intelectual es el conjunto de activos de una empresa que a pesar de que no se reflejen en los estados financieros, generan o pueden generar valor, a partir de tres componentes básicos: el Capital Humano, el Capital Relacional y el Capital Estructural (Euroforum, 1998). Esto en palabras de Stewart (1991) significa que el capital intelectual es todo aquello que, aunque no es tangible puede hacer ganar dinero a la empresa pues es la suma de todos los conocimientos que poseen los empleados y que otorgan ventajas. En este trabajo se concibe que el ambiente en el cual se pueden desenvolver y/o formar los colaboradores sociales del conocimiento es el Capital Intelectual, si se entiende como un proceso intencional y práctico que conlleva el adquirir, capturar, compartir y usar el conocimiento explícito con el fin de mejorar el aprendizaje y desempeño al interior de las organizaciones.

En cuanto a sus componentes, se entiende que el Capital Humano es el conjunto de conocimientos, valores, creatividad, destrezas, potencial de innovación, talento, experiencias, competencias y capacidades que poseen los miembros de una

organización, adquiridos a través de procesos educativos formales o informales y su actualización de acuerdo con la labor desempeñada. Se caracteriza porque no se puede comprar, sino que se adquiere por contrato (Euroforum, 1998). Según Schultz (1960) y Becker (1983) se entiende por capital humano a los conocimientos obtenidos a través de la formación académica, la experiencia adquirida en el trabajo, el entrenamiento laboral proporcionado por la misma empresa y sus condiciones óptimas de salud las que hacen que una persona sea considerada competente para ser económicamente productiva a nivel empresarial. Es decir, es gracias al nivel de educación como al trabajador se le ofrece un puesto de trabajo mejor remunerado y, por consiguiente, mejorar su calidad de vida. De esta forma se puede considerar que la educación es una inversión que permite el crecimiento de una organización y, por extensión, de una nación.

El Capital Relacional se entiende como el valor que representan las relaciones que tienen las empresas con sus clientes (canales de distribución, proveedores, competidores, alianzas, bancos, accionistas, agentes sociales, etc.). En concreto, son las relaciones que la organización establece con sus clientes y agentes que configuran su entorno y dan valor a la imagen de la empresa (CIC, 2003).

El Capital Estructural es el conocimiento que posee la organización, el cual surge cuando lo adquieren las personas y los equipos de la empresa. Puede ser explícito, estar codificado o sistematizado y debe ser internalizado por la organización a través de procesos formales traducidos en rutinas organizacionales o de pautas de acción que se socializan en la misma empresa. Integra las capacidades que tienen las organizaciones para satisfacer los requerimientos del mercado, el conocimiento capturado por la organización a partir de sus rutinas, procedimientos, sistemas, culturas, bases de datos, etc. (Euroforum, 1998).

La sumatoria de estos capitales según Morcillo (1997) y Bueno et al., (2006) es lo que hace que se generen las competencias de los colaboradores empresariales, otro actor social de la organización, pues se refieren a lo que desean hacer y ser las personas (voluntad, actitud y motivación); a lo que saben hacer (conocimiento); y, a lo que pueden hacer (habilidades, destrezas y creatividad). Para estos autores una competencia es el resultado de estos tres elementos integrados, resumidos como visión, recursos y capacidades. De esta forma las competencias personales se vinculan a la labor que cada

persona desempeña y a través de la cual los trabajadores pueden ser eficaces y eficientes frente a las situaciones, actividades o problemas que enfrentan en la organización. Desde luego, esto involucra al aprendizaje individual como un activo intangible que convertido en aprendizaje colectivo, al ser socializado e internalizado, se acumula a manera de memoria histórica empresarial como fuente de conocimiento, constituyéndose en aprendizaje organizacional, lo cual se traduce en cambios significativos de carácter tecnológico, personal, social, organizativo y estratégico; el proceso descrito parte del conocimiento tácito personal, en el que se incluyen tratamientos biológicos que vinculan los procesos neurológicos causales, los estados mentales subjetivos y los actos del habla (Nightingale, 2003); este conocimiento tácito personal constituye la base del llamado conocimiento explícito o conocimiento formal y disponible (Polanyi, 2009), que pasa a ser gestionado en las organizaciones a través de mecanismos de creación, captación, almacenamiento, transmisión e interpretación para alcanzar objetivos organizacionales, satisfacer necesidades, desarrollar nuevas oportunidades y generar ventajas competitivas sostenibles (Rivas y Flores, 2007), a través de la llamada memoria histórica empresarial.

Las anteriores precisiones conceptuales se realizan con el fin de contextualizar el objetivo del presente artículo, el cual se concentra en realizar una propuesta en torno a la noción “colaborador social del conocimiento”, entendiendo que esta expresión resume nominalmente el perfil que se espera formar y conformar del trabajador de acuerdo con la Teoría del Capital Intelectual. Para el desarrollo de este objetivo, inicialmente se presentan los modelos más reconocidos para gestionar el conocimiento desde la actividad empresarial (modelo *top-down*, modelo *bottom-up* y *middle-up-down*), el concepto de trabajador de conocimiento desde la óptica de diversos teóricos, en el cual se aprecia el estado de esta discusión. Estos planteamientos sirven como base para lograr una conceptualización de un trabajador que social y colaborativamente genera, crea y logra hacer partícipe sus conocimientos en bien de las organizaciones empresariales, instituciones públicas, fundaciones públicas y privadas, universidades e instituciones superiores de investigación.

2. *La gestión de los conocimientos a través de la empresa*

A partir de considerar que el conocimiento debe ser creado por los individuos que conforman una empresa, haciendo interactuar dinámicamente el conocimiento tácito con el conocimiento explícito (Nonaka, Reinmoeller y Senoo, 1998) se entiende que se requieren acciones para lograr este proceso, tales como, a) es necesario compartir el conocimiento tácito; b) se debe tener un marco conceptual común que esté teóricamente soportado; c) es importante que cada empresa construya su propio modelo que tengan como objetivo crear o gestionar el conocimiento; y, d) el conocimiento deberá difundirse transversalmente a los miembros de la organización y, de esta forma, hacerlo explícito.

Como resultado del estudio de experiencias recogidas en empresas japonesas, los autores presentan dos modelos de gestión predominante en las organizaciones, el *top-down* (de arriba hacia abajo) y el *bottom-up* (de abajo hacia arriba) para concluir que el proceso de gestión que mejor encaja en la creación de conocimiento organizacional es diferente de estos dos modelos, al que denomina *middle-up-down* (medio-arriba-abajo) en el cual logran integrar los beneficios de ambos. A continuación, se presentan los dos modelos, para pasar luego a explicar el modelo integrado, como arquetipo que promueve la creación de conocimiento.

2.1. El modelo *top-down* se caracteriza por ser jerárquico; es decir, la creación de conocimiento consiste en procesar la información de una manera vertical y con base en una estructura piramidal. Así, la información asciende por los niveles de la pirámide organizacional hasta llegar al más alto, el directivo. A partir de esta información, los directivos elaboran las planeaciones que descienden a manera de órdenes a los distintos eslabones jerárquicos. En este modelo, la dirección es la responsable de la creación de conceptos y los trabajadores operativos se encargan de implementarlos, como condición operacional asumida por los mandos intermedios quienes, además, deberán acogerse a unas directrices para elaborar las pautas prácticas. De esta forma, solo quienes fungen como directivos pueden crear conocimiento teniendo en cuenta únicamente el conocimiento explícito.

2.2. El modelo *bottom-up* se basa en la autonomía y para el flujo de la información su estructura organizativa es horizontal. El conocimiento es creado y controlado por los trabajadores operativos a través de tareas individuales, aisladas y sin interacción entre los trabajadores o los equipos de trabajo. Los directivos son impulsores y motivadores de los trabajadores. De esta forma, el conocimiento es creado por los trabajadores operativos, dando relevancia a la gestión del conocimiento tácito y genera muchas dificultades para difundirlo en la organización.

Para Nonaka et al., (1998) ninguno de estos dos modelos es apropiado debido a que los consideran parciales. El primero se enfoca hacia el conocimiento explícito sin tener en cuenta el tácito a través de la asociación y la interiorización; el segundo sirve para gestionar el conocimiento tácito y la autonomía de los trabajadores lo lleva a desconocer el explícito sin tener en cuenta la socialización y la exteriorización debido a su carácter individualista. Por ello, consideran que es necesario plantear un modelo que defina la gestión de los conocimientos explícitos y tácitos.

2.3. El modelo *middle-up-down* define el proceso interactivo continuo en el cual el conocimiento es creado. En este modelo la creación de conocimiento recae en los mandos intermedios, quienes serían los coordinadores de las actividades, debido a que son ellos quienes están en condición de asumir el proceso de una interacción que involucre a la dirección y a los trabajadores operativos. No es un modelo vertical ni horizontal sino como un centro que, a manera de puente, irradia la información a los directivos y los operativos. Explican que el equipo directivo se debe concentrar en la visión hacia la cual deben dirigirse los objetivos de la empresa, los mandos intermedios traducen dicha visión en conceptos comprensibles para la base operativa, siendo entonces los encargados de direccionar la creación y gestión del conocimiento.

Es importante resaltar que en la propuesta descrita para la gestión del conocimiento a nivel empresarial (Nonaka, Reinmoeller y Senoo, 1998), se presentan diferentes perspectivas de estudio (Hong y Stahle, 2005), en donde adicional a la estructura organizativa se consideran diversas dimensiones tales como, psicológicas y filosóficas, relacionadas con el origen del conocimiento; sociales, dirigidas a resolver

preguntas relacionadas con la creación y control del conocimiento; específicas del negocio, enfocadas en la administración eficiente del conocimiento en relación con ciertas metas organizacionales; y tecnológicas, que priorizan el diseño y desarrollo de herramientas para la captura, distribución y aplicación del conocimiento, para referirse a gestión del conocimiento (Prusak, 2001).

3. Conceptos de sociedad de conocimiento y sociedad de la información

El ingreso a la era de la información y el conocimiento, está marcada por una relación internacional entre economía y sociedad, según Esping-Andersen (2000), quien habla de una forma de trabajo basada en el ciclo información-conocimiento-información que brinda empleo a los miles de egresados del sistema educativo y entran en juego las capacidades de desarrollo de las empresas que comienzan a competir de manera global, en mercados de masivos y fragmentados.

Según Castells (2001) todas las sociedades se han caracterizado por ser sociedades del conocimiento, razón por la cual prefiere el término "sociedad informacional" antes que "sociedad de la información" (diferenciando industria e industrial) debido a que jamás han existido vacíos cognitivos y a que el poder siempre se ha manifestado desde formas jerárquicas de conocimiento, argumentando que la innovación está en el informacionalismo, paradigma tecnológico basado en el aumento de las capacidades humanas para procesar la información; igualmente afirma que si el conocimiento y la información son elementos decisivos en todos los modos de desarrollo, "el término informacional indica el atributo de una forma específica de organización social en la que la generación, el procesamiento y la transmisión de información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico" (Castells, 1999, 47).

Uno de los referentes para hablar de la sociedad del conocimiento es Drucker (1994), quien afirma que "Lo que hoy consideramos conocimiento se prueba a sí mismo en la acción. Lo que entendemos por conocimiento es información eficaz en la acción, información enfocada en los resultados" (p.52). Argumenta que el cambio se expresa en la "mudanza de conocimiento a conocimientos, -lo cual- le ha dado al conocimiento el

poder de crear una nueva sociedad” (p.52) que ha organizado sus actividades incluso la económica alrededor de la información y el conocimiento. Entre sus planteamientos explica que “uno de los cambios fundamentales es que ya no hay historia “occidental” ni siquiera civilización “occidental”; sólo hay “historia universal y civilización universal” (p.2); en ese contexto considera que el conocimiento pasó de ser una especie de bien individual a ser un bien público y describe esa transformación en tres fases: a) “Durante cien años el conocimiento se aplicó a las herramientas, procesos, productos. Esto creó la revolución industrial; b) hacia 1880 el conocimiento empezó a aplicarse al trabajo. Esto introdujo la revolución de la productividad; y, c) se da después de la Segunda Guerra Mundial, cuando el conocimiento se está aplicando al conocimiento mismo, generando la revolución administrativa en la que el conocimiento se está convirtiendo actualmente en el único factor de producción” (p.22). Para el mismo autor, la riqueza no está en la posesión de la tierra, ni en el trabajo manual, ni en el capital, sino que también se encuentra en la gestión del conocimiento. “Y el conocimiento en este nuevo sentido es conocimiento como instrumento como el medio de obtener resultados sociales y económicos” (p.47).

A partir del análisis de los orígenes de la teoría de la sociedad del conocimiento, Walsh (2013) presenta un marco para entender el desarrollo de la sociología clásica del conocimiento y posiciona a dicha teoría dentro de esta tradición conectándola a la teoría anterior de la sociedad post-industrial. Su argumento se basa en afirmar que la teoría de la sociedad del conocimiento es recomendable en términos de eficacia al desafiar la relación entre la sociedad y el conocimiento, pero no se diferencia de la teoría de la sociedad post-industrial y recae en muchos de sus problemas. Afirma que lo anterior puede mitigarse cuando se logre una conexión con algunos desarrollos teóricos propuestos por la teoría de la sociedad del conocimiento y la forma como debe constituirse el sujeto del conocimiento.

En las últimas décadas se ha planteado un debate en torno al término "sociedad del conocimiento"; algunos lo defienden afirmando que representa una visión más integral y un proceso esencialmente humano, cuyo objetivo es reconocer la importancia social y económica que genera conocimiento y pasa a ser parte de un valioso producto común surgido de las tecnologías y las industrias, culturales o no, dedicadas a la generación o transmisión del conocimiento. Otros, sin embargo, lo objetan por la

asociación con el concepto dominante, que reduce el conocimiento a su función económica, como, por ejemplo, la noción de *knowledge management* en muchas empresas, el cual apunta a encontrar una fórmula para buscar cómo obtener provecho de los conocimientos de sus empleados, pero en esencia solo valora el tipo de conocimiento objetivo, científico y que sea digitalizable, en menoscabo de aquel que no tiene dichos atributos.

Por su parte, el concepto "sociedad de la información" nació junto con los principios de la globalización neoliberal, basado en asegurar que son las revoluciones tecnológicas las encargadas de determinar el camino del desarrollo y, gracias a ello, minimizar los conflictos sociales. Este planteamiento de Bell (2001), primero en proponer el concepto y asegurar que el conocimiento teórico es el que debe conformar la estructura nuclear de una nueva economía concentrada en la información antes que, en las ideologías, resalta que es el valor estratégico y el gran impacto social, económico, político y cultural de la información, entendida como materia prima de las sociedades industrialmente avanzadas.

Desde su génesis, el concepto sociedad de la información se apreció como término que causó un enorme impacto en los medios masivos de comunicación y, por extensión, en la vida social y cotidiana del hombre. Hoy, con la aparición de la Internet, muchos expertos y teóricos de las ciencias humanas y sociales, en especial de la comunicación y la información, plantean que con esta tecnología comunicativa innovadora, no solo nació una nueva forma organizativa de las sociedades locales, regionales, nacionales y la mundial, sino que la humanidad se encuentra, desde un punto de vista económico o social, en una nueva era histórica que debe entrar a formar parte de los períodos cronológicos reconocidos o de los modelos de civilización existentes hasta este momento.

Para Pasquali (2002) "Informar connota por lo esencial mensajes unidireccionales causativos y ordenadores con tendencia a modificar el comportamiento de un receptor pasivo; comunicar es la interrelación de mensajes relacionales, dialogales y socializantes entre interlocutores igualmente habilitados para una libre y simultánea recepción/emisión. Si la información tiende a disociar y jerarquizar los polos

de la relación, la comunicación tiende a asociarlos; solo la comunicación puede dar nacimiento a las estructuras sociales" (p.6).

Más allá de discutir lo apropiado o inapropiado de ambos conceptos, lo fundamental es deslegitimar cualquier término o definición que refuerce una concepción tecnocéntrica de la sociedad. Es claro que el conocimiento no está escondido ni es exclusivo para unos cuantos iluminados; es universal y está disponible para aquellos que deseen utilizarlo, gestionarlo y multiplicarlo. Desde luego, es importante diferenciar entre información y conocimiento. Por ejemplo, en la Internet hay una gran cantidad de información, pero está en sí misma no se constituye en conocimiento; es necesario conectarla, relacionarla y organizarla para que se convierta en un determinado cuerpo de conocimientos. En síntesis, la información tiene que ser asimilada para que se pueda calificar como conocimiento. Por ello, es importante sumarse al planteamiento hecho en la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información CMSI (2003) en la cual se adoptó la fórmula plural de nombrarlas como "sociedades de la información y la comunicación".

4. Concepto de trabajador del conocimiento

La globalización ha generado procesos interdisciplinarios en algunos campos del conocimiento y de las interacciones humanas, lo que generalmente aumenta y acelera el impacto de los cambios en las dinámicas sociales y culturales. En términos de Torres (1998) esto significa que hoy las problemáticas humanas pertenecen a diversos contextos como el sociocultural, el científico, el tecnológico y el ambiental, entre otros, y conlleva a buscar diversas maneras de utilizar el conocimiento, trascendiendo concepciones exclusivamente disciplinares; la reorganización del conocimiento es incesante y exige romper los límites de las comunicaciones y de la información, además de conformar tensiones entre los conocimientos especializados y la unificación del saber; por ello es necesario crear modelos de análisis interdisciplinarios que, desde diversas miradas, contribuyan a comprender el mundo actual.

Uno de los principales retos de las nuevas organizaciones económicas postindustriales consiste en contrarrestar la noción de empleos industriales con los denominados empleos de servicio, buscando fomentar la productividad general y crear

tendencias dirigidas a buscar la equidad económica y social. En un inicio, la idea surgió de una propuesta hecha por Solow (1957) sobre las variables explicativas del crecimiento económico de los Estados Unidos, buscando con ello resaltar la relevancia que implica para el capital de trabajo, el incentivar a los trabajadores a generar y transmitir los conocimientos. Fueron estos postulados los que iniciaron el discurso en torno al concepto de trabajador del conocimiento.

Aunque los hechos más visibles se aprecian en el campo de las telecomunicaciones o de la economía, es necesario admitir que se trata de una transformación cultural, debido a que dichos cambios están íntimamente relacionados con las creencias, los valores, los modos de relación, los idearios e ideales, las maneras de pensarnos, lo que genera nuevas antropologías, nuevas sociedades y nuevos lenguajes. Esto conlleva la importancia de reflexionar no solo sobre el fenómeno de la globalización sino sobre la cultura misma como esa gran construcción de la humanidad que hoy se re-crea sistemática y cotidianamente, pues hoy toda organización necesita fundamentar estrategias de sostenibilidad y crecimiento a través del capital intelectual que poseen. En palabras de García Canclini (1999): “Así como la globalización lleva escondidos sus objetos culturales, estos procesos de integración regional avanzan con apuro sus acuerdos económicos deteniéndose poco en los radicales cambios simbólicos que están generando” (p.75).

Fue Drucker (1959) quien primero pronosticó la emergencia de una nueva capa social de trabajadores de conocimiento y, diez años después, explicó la tendencia hacia una sociedad de conocimiento (Drucker, 1969). Este tipo de sociedad se caracteriza porque el conocimiento en su estructura económica y social substituye, al trabajo, a las materias primas y al capital como una fuente importante de productividad, crecimiento y desigualdad social. Lo que posteriormente, le permitió a Drucker (1994) hablar de trabajo del conocimiento, cuyo recurso económico básico no es el capital ni los recursos naturales, ni el trabajo; es y serán los grupos sociales dominantes los “trabajadores del conocimiento” (p.8), quienes se caracterizan por reconocer que el conocimiento solo es productivo si se aplica para lograr una diferencia vital que con pequeños pasos generen grandes cambios, los cuales se alcanzan gracias a una dedicación disciplinada y a través de acciones continuas a corto plazo. En síntesis, para Drucker los trabajadores de conocimiento son quienes a través de sus actividades agregan valor al conocimiento que

reciben como insumo y al que considera como actor principal de los procesos económicos.

En relación con la economía informática Hardt y Negri (2002) distinguen tres tipos de trabajo inmaterial que hace que los trabajadores se constituyan en trabajadores del conocimiento: a) quienes participan de una producción industrial transformando los procesos de producción incorporando tecnologías de la comunicación. La fabricación se considera una forma de servicio y el trabajo material de producción de bienes durables se mezcla con el trabajo inmaterial, cada vez más predominante; b) quienes llevan a cabo tareas analíticas, simbólicas y creativas, ocasional o rutinariamente; c) quienes tienen contacto humano virtual o real, es el trabajo en modo corporal.

Según Aportela y Ponjuán (2008) los colaboradores de conocimiento son aquellas personas que conforman comunidades de práctica o de investigación de manera continua, con el fin de capacitar, innovar, integrar y fomentar el conocimiento, teniendo como centro a las personas y sus iniciativas; su objetivo es generar un capital intelectual medible, codificado, organizado y transformado. Para estos autores son las mismas organizaciones las que deben buscar las estrategias para que cada trabajador de manera individual aporte su conocimiento en beneficio de la organización en la que laboran, garantizando que el conocimiento compartido dentro de la empresa sea realmente motivante.

El concepto de trabajador de conocimiento invita a los seres humanos a apartarse de la lógica positivista y adoptar una nueva perspectiva metodológica y un nuevo enfoque de la ciencia que permita hacer ciencia de la ciencia. Según Mejía (2004) esta metodología, además de intensificar las relaciones sociales al lograr conectar lo local con lo universal, transforma los procesos de producción y las condiciones de trabajo, haciendo que surjan los “asalariados del conocimiento” (p.58).

A comienzos de los 90, Reich (1991) define tres tipos de ocupaciones para las nuevas economías postindustriales: a) servicios de producción rutinaria basado en procedimientos predefinidos con el fin de generar bienes para el mercado mundial; b) servicios personales que conllevan relaciones interpersonales; y, c) servicios simbólico-analíticos o actividades conducentes a identificar problemas y su solución a través de intermediaciones estratégicas de clientes que se organizan en redes o cadenas de valor.

Estos tres tipos de trabajadores tienen en común el hecho de que manipulan símbolos, datos, palabras, representaciones orales y visuales, con el fin de simplificar “la realidad en imágenes abstractas que pueden ser reordenadas, manipuladas, experimentadas comunicadas a otros especialistas y transformadas en realidad.” (p.178). Sus ingresos son distintos y no están ligados a una organización. Sus carreras no son lineales ni están sometidas a unos principios jerárquicos, sino que conforman equipos y redes laborales. Lo que hace que sobresalgan y su estatus profesional crezca es su capacidad de utilizar de modo efectivo y creativo su conocimiento y habilidades, más que sus diplomas académicos.

En conjunción con la propuesta de Reich, los autores Arthur y Rousseau (1993) impulsan una corriente enfocada al análisis organizacional y laboral centrada en definir el trabajo profesional “sin fronteras”, dando un lugar relevante al espacio social en el cual se desarrollan las carreras profesionales, en tanto experiencias de trabajos individuales de personas que se desligan de las organizaciones y se caracterizan por asumir el dinamismo de los cambios tecnológicos, las interdependencias globales buscando oportunidades frente a la inseguridad, la flexibilidad y la incertidumbre que conlleva el acumular experiencias laborales y relacionarlas con el empleo. Así, según estos autores, se abren nuevas posibilidades sin fronteras no sometidas a organizaciones particulares.

Nonaka y Takeuchi (1995) afirman que no son las organizaciones las que crean conocimiento sin tener en cuenta a las personas. Si el conocimiento no se pone a disposición de los otros y si no es potenciado a nivel grupal o individual, no puede formar un espiral de conocimiento organizacional, el cual es indispensable para entender la creación del conocimiento de una organización. La creación de conocimiento de las organizaciones la entienden como el proceso que permite ampliar el conocimiento creado por los individuos y lo solidifica como red de conocimiento de una organización. Explican que dicho proceso es dinámico y autotrascendente, pues cada persona, cada equipo de trabajo y cada organización, al superar las restricciones, favorecen la creación de conocimiento. Es la organización quien debe proveer contextos adecuados para el desarrollo de las actividades individuales y grupales para facilitar la creación de conocimiento. Establecen cinco condiciones que permitan crear conocimiento: a) siempre debe existir un propósito; b) a los trabajadores se les debe

permitir actuar autónomamente; c) en las organizaciones deben presentarse fluctuaciones y caos para así estimular la interacción entre el entorno exterior y la organización; d) debe implementarse la reiteración debido a que fomenta el diálogo y la comunicación y contribuye a crear un “campo cognitivo común”, facilitan la transferencia de conocimiento tácito y propicia que el nuevo conocimiento explícito sea interiorizado dentro de la organización; y, e) es necesario que exista diversificación para enfrentar posibles problemas desde enfoque que provengan de diferentes fuentes disciplinares.

Por su parte, Bell (2001) habló de la transición de una economía que ocasiona productos, a una economía soportada en servicios, en la que la estructura profesional debe estar marcada por el trabajo con personal técnicamente cualificado, generando un impacto social en la sociedad post-industrial. De esta forma, el conocimiento teórico sería la fuente principal de innovación y el punto de partida de los programas políticos y sociales. Este tipo de sociedad está orientado hacia el progreso tecnológico y la evaluación de la tecnología, y se caracteriza por la creación de una nueva tecnología intelectual como base de los procesos de decisión. Para este autor la estructura profesional está determinada por los trabajadores de conocimiento profesionalizado y su cualificación académica. Por ello, en su estudio se aproximó a considerar que una cuarta parte de la población pertenecía a este nuevo tipo de conocimiento, incluyendo a los empleados con un diploma universitario o de una escuela superior, a los empleados y los funcionarios de altas categorías y a los empresarios, lo que conlleva a sugerir cambios en las estructuras sociales.

Según Simone (2001) el proceso humano que ha logrado una transformación es los tipos y la manera como las personas llegan al conocimiento, lo que facilita el interactuar social y económico, esto gracias a la expansión de la informática y telemática, dispositivos que se han encargado de transformar los actos cognitivos y, por consiguiente, las estructuras sociales relativas a la transmisión y el uso de los conocimientos. Por su parte, Prada (2005) considera a todos los individuos como poseedores de un atributo de conocimiento que cuando es especializado y se aplica a un rol laboral, se incrementa con el tiempo a través de la experiencia práctica. Afirma que el conocimiento adquirido a través de la formación o por experiencia de sus actividades,

convierte a las personas en potenciales recursos de información para necesidades de una comunidad de usuarios de una red de conocimiento.

4.1. Estado de la discusión en torno a la creación y gestión del conocimiento

Al revisar la discusión reciente en torno a la creación y gestión del conocimiento, se identifican diferentes aproximaciones, en las cuales se aborda la necesidad de incluir aspectos sociales, de intercambio, vivenciales y relacionales en su definición; en este sentido se desarrolla la siguiente revisión de literatura, en donde a partir de una pesquisa general sobre creación y gestión del conocimiento, se procede a ampliar la discusión en torno a aspectos sociales presentes en su estudio, para posteriormente revisar el contexto empresarial de este entorno social y sus relaciones a nivel intra e inter organizacional, hasta finalizar vinculando el concepto de redes al referirse a la creación y gestión del conocimiento.

Específicamente, al verificar los estudios recientes sobre creación y gestión del conocimiento, se evidencia que algunos autores además de resaltar la ambigüedad del tema, vinculan para su definición las relaciones de mediación desde la orden epistémica, deóntica y emocional entre el conocimiento, el poder y las emociones (Stevanovic y Peräkylä, 2014); mientras otros, se enfocan en la creación de los conocimientos tácitos, para resaltar el poder de las experiencias de campo inducidas, su seguimiento y administración (Wu He, 2013). Otros se enfocan a relacionar los llamados ecosistemas emergentes de conocimiento (*blogs, wikis* y otras plataformas de redes sociales), para referirse a aspectos sociales de la creación del conocimiento (Hemsley y Mason, 2013).

Al tratar de ampliar la discusión en torno a los aspectos sociales de la creación y gestión del conocimiento, se encuentran diversas posturas, a saber: a) algunos reconocen la acumulación de experiencias personales para desarrollar y mantener las relaciones, e incluso para mejorar el rendimiento en la creación de conocimientos (Liu et al., 2013), b) otros se atreven a presentar la llamada gestión social del conocimiento como actividad principal de las universidades, para referirse a la resolución de problemas sociales y el desarrollo de formas de trabajo colectivo desde el conocimiento (González-López et al., , 2015); c) hay quienes al tratar de analizar el legado a través de la producción conjunta y su posterior aplicación, subrayan la importancia de supervisar

y refinar el intercambio de conocimientos (Reed et al., 2014); d) otros suponen la relación entre conocimiento y sociedad, para contribuir con los estudios sobre las estructuras de difusión del conocimiento, y a nivel general, ampliar la literatura sobre las fuerzas sociales que determinan el aprendizaje y la difusión del conocimiento (Kamath, 2013); e) algunos afirman que para conceptualizar la economía del conocimiento, como el flujo de las interacciones entre individuos y las oportunidades para compartir el conocimiento entendido como un bien relacional, afirmando que de allí se derivan (Vidoni et al., 2009); y, f) quienes aseguran que es necesario extender a las empresas el alcance de las relaciones sociales en sus tres dimensiones: fuerza del vínculo, normas compartidas y confianza, con el fin de estudiar los comportamientos de intercambio de conocimientos (He et al., 2009).

En este sentido, al revisar el estatus de la discusión en torno al conocimiento y los aspectos sociales del contexto empresarial específicamente, se identifican diferentes niveles para su análisis, entre los que se encuentran el individual-personal y el intra e inter organizacional. Específicamente a nivel individual se referencian: a) la necesidad de vincular personal especializado capaz de orientar, facilitar y apoyar las actividades de intercambio de conocimiento ante los nuevos desafíos del entorno (Franssila, 2013); b) el aporte de las experiencias positivas y negativas al conocimiento, como determinantes del aprendizaje vivencial y organizacional del ser humano (Terzieva, 2014); c) la relación entre el intercambio de conocimientos y el desempeño del trabajo individual (Kwahk y Park, 2016); y, d) la importancia de considerar el aprendizaje organizacional, no como algo cognitivo-abstracto, sino como un asunto basado en la relación entre las configuraciones físicas y las habilidades cognitivas individuales (Antal et al., 2014).

Entre tanto, en el estudio sobre creación y gestión del conocimiento a nivel intra e inter organizacional, también existen diversas posturas: a) algunos autores plantean cómo el conocimiento organizacional trasciende la suma de los conocimientos individuales, para lo que se requiere incentivar la cultura investigativa, generar una cultura del aprendizaje y comprender que existen relaciones dinámicas, estructurales y estratégicas, no solo al interior de la empresa sino también con el entorno (Marín, 2005); b) otros vinculan la socialización de experiencias al interior de la compañía e incluso entre compañías como esencial para aprender de los errores e incluso de los

aciertos (Gressgård y Hansen, 2015); c) mientras otros le atribuyen a las interacciones sociales dentro y fuera del grupo, la alineación de los sistemas de gestión del conocimiento con la estrategia corporativa (Dulipovici y Robey, 2013); d) para sugerir aspectos tanto técnicos como sociales-situacionales, que deben tenerse en cuenta para garantizar la continuidad de estos sistemas (He y Wei, 2006); e) algunos, por otro lado se alejan del contexto organizacional propio de la compañía, para asumir la perspectiva de un cliente, que crea conocimiento en redes sociales que incide sobre la decisión de compra (Bilgihan et al., 2016); f) finalmente, otros autores proponen la necesidad de modelar la organización en términos de una sociedad en la que cada experto puede ser representado como un actor primitivo a nivel computacional (Becerra-Fernández et al., 2005).

Finalmente, se presentan algunos autores que vinculan la creación y gestión del conocimiento con el concepto de redes, algunos, por ejemplo, a) resaltan la utilidad del análisis de redes sociales en el estudio de los patrones de difusión, la definición actores, e incluso la formación de subgrupos (Sáiz-Bárcena et al., 2015); b) otros lo hacen mediante las redes multinivel de las ciencias sociales que permiten examinar la interdependencia entre la interacción formal y social en las organizaciones (Zappa y Lomi, 2016); y c) otros que introducen un modelo de interacción de conocimientos entre empresas para distinguir las relaciones sociales de la red de relaciones de redes de conocimientos (Zhang et al., 2016).

5. *Colaborador social del conocimiento*

Luego de introducir los conceptos que conforman el capital intelectual, es decir, los capitales humano, relacional y estructural, se pasará a caracterizar el colaborador del conocimiento y revisar el estatus actual de la discusión en torno al tema. De aquí surge el interrogante sobre ¿Cuál sería la alternativa para involucrar las relaciones sociales y el intercambio al referirse a temas de conocimiento?

5.1. *Contextualización conceptual de la propuesta*

El concepto “relaciones sociales” en este trabajo está tomado desde una perspectiva organizacional, más concretamente de los planteamientos hechos por Gómez (2001) y Marqués et al., (2012), quienes las definen como las interacciones

cognitivas que se dan entre personas en las organizaciones (capital estructural) que se encuentran en un contexto de cercanía, conformando una estructura social, en la que un actor puede ser desde un individuo hasta una organización, y además, ser unidireccionales, bidireccionales o multidireccionales (capital relacional). Así, una relación social implica la interacción frecuente de dos o más personas a través de la cual se intercambian conocimientos, recursos y habilidades; es decir, cada miembro encuentra refuerzos para adaptarse al entorno en el que se desenvuelve (capital humano).

De acuerdo con Argyle (1992), Reis y Downey, (1999), las relaciones se mantienen en la medida en que sus miembros ofrecen motivaciones sociales que recompensan su actuar. Esta premisa sustenta las teorías del “intercambio”, planteadas por Kassin, et al., (2010) al argumentar que las personas se interesan por aumentar al máximo sus recompensas y reducir al mínimo los costos en la búsqueda de reciprocidad en una relación social. Para este trabajo se tuvo en cuenta la perspectiva de redes en la que las personas obtienen soporte para su vida personal y profesional de sus relaciones interpersonales; de esta forma, una red se entiende como un conjunto de relaciones que ofrecen asistencia y en el que hay una construcción mutua de identidades que pueden darse de parte de colegas, compañeros, familia y miembros de una misma comunidad (Podolny y Baron, 1997). Las redes se focalizan en el individuo; esto es, cada persona centra su atención en unas relaciones más que en otras dependiendo del desarrollo a nivel profesional y personal que busca obtener (Marcinkus y Kram, 2007) y de acuerdo con las condiciones en las que intercambian sus actividades y participan en el proceso de la organización.

Ahora bien, para que estas relaciones sociales y de intercambio se den, se requiere desarrollar competencias de interacción, o como las denomina Fernández y Galván (2008), de unas habilidades sociales que despliega un miembro de la relación cuando entra en contacto con el otro, con el fin de favorecer la cooperación y la colaboración. Para poder estudiar y entender de mejor manera las relaciones interpersonales desde la perspectiva de redes, dichas habilidades sociales, según este autor, son:

- Confianza: es la percepción de credibilidad y benevolencia en el otro.

- Compromiso mutuo: es el nivel está involucrado el otro para la consecución de objetivos comunes).
- Complementariedad: es la empatía en cuanto a capacidades y recursos de los miembros de una relación.
- Compatibilidad: es la congruencia, afinidad en gustos y formas de pensar, expresar, actuar y sentir.
- Intercambio de información: es la efectividad de la comunicación entre los actores de la relación.

5.2. Propuesta: introducción del término “colaborador social del conocimiento”

Con base en lo anterior, se propone la introducción del término “colaborador social del conocimiento”, para referirse a aquellas personas que además de conformar el capital humano medible, codificado, organizado y transformado de las organizaciones, propicien la creación de comunidades de práctica o de investigación con el objetivo de capacitar, innovar, integrar y fomentar el conocimiento, centrado en las personas y sus iniciativas; estas personas además se integran como parte del capital relacional y capital estructural, a través de las relaciones sociales y el intercambio, conformando redes que faciliten la socialización y la interdisciplinariedad cognitiva en el contexto de las organizaciones.

Al referenciar la importancia de las relaciones de la empresa con sus partes interesadas, y en este sentido, de sus colaboradores con el entorno como unidad fundamental de la organización; estas relaciones se plantean para facilitar el proceso de intercambio de conocimientos, favorecer su interpretación a través del análisis de redes sociales, ampliar el concepto inicial sobre aprendizaje organizacional y reconocer la complejidad propia del entorno actual.

Como se ha venido afirmando, la integración de los capitales humano, relacional y estructural, conforman un todo denominado capital intelectual. En particular, al relacionar el capital estructural, vinculado con el conocimiento que posee la organización, representado a través de conocimientos explícitos y adquiridos a través de las personas y los equipos de la empresa codificados o sistematizados para

posteriormente ser internalizados por la organización, se reconoce la necesidad de reflexionar sobre sistemas de gestión del conocimiento a nivel organizacional que consideren las particularidades de este colaborador–aprendiz y su relacionamiento, la importancia de este reconocimiento relacional en pro de la continuidad del sistema, la influencia de las interacciones sociales en la alineación de la estrategia corporativa y los sistemas de gestión del conocimiento, además de la posibilidad de representar las rutinas organizacionales o las pautas de acción para socializar en la misma empresa.

Puede entonces decirse que para que un trabajador pueda ser denominado “colaborador social del conocimiento” toda empresa debe tener en cuenta dos tipos de conocimiento, el que posee cada trabajador y el que surge colectivamente, y tener presente que el proceso es de doble vía; esto es, el individual determina el colectivo y este, a su vez, determina el individual, sin desconocer que siempre será apreciado como un trabajo en red. Para ello, la propuesta realizada por la mayor parte de los teóricos sobre la gestión de conocimiento se basa en la necesidad de convertir el conocimiento tácito en explícito, argumentando que es indispensable hacerlo visible y explícito, con el fin de que también pase a ser un legado del conocimiento organizacional, como sucede con el explícito. Esto debido a que el conocimiento tácito es el que se encarga de explicar el cómo y el por qué se hacen aquello que le permite a una empresa ser exitosa. Igualmente, este conocimiento debe ser integral y estar permanentemente activo conformando una fuerza sustentable de la empresa, además de disponible para ser socializado por cualquier actor de la organización.

La propuesta aquí presentada entiende que para un colaborador social del conocimiento el proceso de hacer explícito lo tácito, debe además ser convertido en acciones, hechos concretos y marcos de referencia fundamentados, que puedan ser interiorizados y se transformen en procesos cognitivos efectivos y eficaces. Esto es posible a través de la socialización basada en una dinámica socio-pedagógica productiva que facilite el desarrollo de competencias que integren el conocimiento individual y especializado con el aprendizaje interdisciplinario colectivo, y que, asimismo, permita conformar marcos organizacionales contextualizados, respondiendo así a lograr el cumplimiento misional de las entidades, el cual debe estar axiológica y éticamente acordes con la cultura corporativa del entorno al que pertenecen. En este sentido se

entiende que el conocimiento tácito también puede fungir como un operador de las dinámicas de cambio propias de toda organización.

Para las organizaciones que consideren importante sumergirse en un modelo basado en la gestión de conocimiento, un reto interesante consiste en tener en cuenta las siguientes dimensiones: a) necesidad de crear perfiles individuales y colectivos a partir de las posibilidades de interrelación; b) conformar una cultura propia organizativa de aprendizaje, basada en la formación académica y las experiencias de cada individuo y de los equipos colaborativos de trabajo; en otras palabras, se requiere que cada organización, teniendo siempre en mente; c) tener siempre presente su propia misión; d) crear modelos para socializar el conocimiento, a través de los cuales se puedan desarrollar las competencias particulares y grupales que se necesitan; e) traslapar dichos perfiles enfocándolos hacia el ser, el deber ser y el saber hacer del objeto corporativo, como una visión posible de alcanzar; f) inculcar en cada uno de sus miembros el sentido de pertenencia y de compromiso, lo que luego repercutirá en productos y labores realizados dialéctica, dialógica, motivacional, responsable e integradamente.

El concepto de Gestión de Conocimiento, en línea con el fenómeno de la globalización, reta a los seres humanos a pensarse como parte de un entorno relacional, acercarse a entornos interpretativos propios de las ciencias sociales, para adoptar un nuevo enfoque o perspectiva metodológica, que les permita hacer ciencia de la ciencia, para contribuir de esta manera con la solución efectiva de los problemas organizacionales a partir de la socialización del conocimiento individual con las partes interesadas, socialización que se comprende no solo el proceso de intercambio puntual del conocimiento tácito y explícito de los colaboradores, sino también los procesos de relacionamiento propios de las etapas del ciclo de gestión del conocimiento, relacionadas con: a) la creación (para la identificación de necesidades reales del entorno), el archivo (para reconocer las particularidades del colaborador actual); b) la transmisión (para apalancarse en los roles y patrones naturales de los procesos de intercambio a nivel organizacional); y, c) la aplicación (para garantizar la solución de los problemas o necesidades identificadas en el entorno) del conocimiento.

Por su parte, las organizaciones e instituciones de educación son retadas bajo este concepto a replantearse como arenas de intercambio o facilitadoras de esta

socialización, proceso que puede ser intencionado en un comienzo, pero que en la medida en que se oficialice como una conducta común puede ser autónomo; mientras que organizaciones empresariales, instituciones públicas, fundaciones públicas y privadas, universidades e instituciones superiores de investigación deben ser conscientes de su papel en la formación continua de sus colaboradores, a través, por ejemplo, de espacios de capacitación y formación e incluso de estrategias para promover la difusión de experiencias y saberes, desde un enfoque de competencias, entendido como un sistema integrado de conocimientos que permiten que una labor pueda ser calificada de exitosa y conforman un cuerpo organizacional que tiene como uno de sus pilares la inteligencia colectiva capaz de canalizar tanto los conocimientos explícitos como los tácitos.

De esta manera, se reconoce que las instituciones de educación están llamadas a formar a los futuros colaboradores, desde la experimentación y el intercambio de conocimientos propios de las ciencias sociales, y son las encargadas de contribuir a crear las condiciones que se requieren para comunicar, estimular, planificar y activar el conocimiento de aquellas organizaciones que deseen ser competitivas y, por extensión, generar procesos de aprendizaje interactivos para conformar su propio y sólido capital humano. Paralelamente, las facultades de ciencias sociales poseen más herramientas socio-pedagógicas dirigidas a formar a los miembros de una organización para que generen una cultura organizacional de acuerdo con las necesidades de su entorno, e igualmente los capaciten para que la comuniquen y la hagan visible en espacios formales o informales, facilitando la gestión cognitiva desde trabajos colaborativos desempeñados por los aquí denominados “colaboradores sociales del conocimiento”.

CONCLUSIONES

Se propone la introducción del término “colaborador social del conocimiento”, para referirse a aquellas personas que además de conformar el capital humano medible, codificado, organizado y transformado de las organizaciones, propicien la creación de comunidades de práctica o de investigación con el objetivo de capacitar, innovar, integrar y fomentar el conocimiento, centrado en las personas y sus iniciativas; estas personas además se integran como parte del capital relacional y capital estructural, a

través de las relaciones sociales y el intercambio, conformando redes que faciliten la socialización y la interdisciplinariedad cognitiva en el contexto de las organizaciones.

En este trabajo se recogen diversas concepciones sobre lo que diversos autores conciben como cualidades que deben tener los trabajadores según la Teoría del Capital Intelectual, entendiendo que la conjunción de conocimientos adquiridos desde la academia, sumados a aquellos logrados gracias a la experiencia laboral, conforman el capital cognitivo de una organización. Se entiende que este capital está basado en la capacidad para compartir, aprender y adaptarse, generando valores que incrementan los conocimientos de cada individuo, de cada organización como saber colectivo, además de potenciar las capacidades innovadoras de las empresas.

Como se aprecia en lo descrito, cuando se plantea la teoría del Capital Intelectual se llega a la conclusión de que lo más importante de una empresa no son sus recursos materiales sino las personas, sus conocimientos, su creatividad e iniciativa. Es por esto que hoy se habla de empresas basadas en el conocimiento, elemento fundamental para generar competencias, entendidas como elementos intangibles que se desarrollan en la formación académica y en la experiencia, y conllevan no solo la importancia del conocimiento sino también el interés, de saber cómo emplearlo, compartirlo crearlo o utilizarlo eficazmente. Es lo que Sveiby (2000) denomina competencias de los trabajadores, definiéndolas como la capacidad que tienen los miembros de una organización para actuar ante diversas situaciones y les permite crear activos materiales e inmateriales.

Es así como la gestión del conocimiento reconoce como valiosos los conocimientos que poseen los trabajadores de una organización, adquiridos fundamentalmente a través de la formación académica y de la experiencia práctica, y aboga para que ambos puedan ser compartidos en beneficio de otros trabajadores y, por extensión, de la misma organización, por ser los que conforman el capital humano. Esto significa que el conocimiento y la experiencia individuales son determinantes para generar un conocimiento colectivo. En palabras de Kim (1993) la experiencia puede moldear el conocimiento, pero igualmente, el conocimiento moldea la experiencia.

Un espacio de trabajo debe entenderse como un proceso de información, formación y generación de conocimiento que se da colaborativamente, permitiendo el

desarrollo de competencias. La empresa lo hace a través de la capacitación, los trabajadores lo logran desde la socialización de los conocimientos adquiridos formalmente y aquellos que se conciben como informales. Lo importante es entender que la educación y la experiencia son elementos pedagógicos que entregan herramientas para la competitividad laboral en el sector empresarial y que tienen una relación directa con las posibilidades de productividad, innovación y formación de personas con capacidades para ser verdaderos colaboradores sociales del conocimiento.

Muchos estudiosos del tema se han concentrado en diferenciar entre los términos “sociedad del conocimiento” y “sociedad de la información”, precisión que es importante realizar debido, por ejemplo, a que en la red hay mucha información que es necesario conectar, relacionar y organizar para poder calificar como conocimiento, reforzando de esta manera, la capacidad de gestión cognitiva del ser humano y poder hablar de una forma unificada y plural de las “sociedades de la información y la comunicación”.

REFERENCIAS

- Antal, A.B., Meusburger, P. y Suarsana, L. (2014). The importance of knowledge environments and spatial relations for organizational learning: an introduction. En: A. Berthoin Antal, P. Meusburger, & L. Suarsana (Eds.), *Learning organizations* 6, 1–16. Dordrecht: Springer Netherlands.
- Aportela, I.M. y Ponjuán, G. (2008). La Segunda Generación de la Gestión del Conocimiento: un nuevo enfoque de la gestión del conocimiento. *Ciencias de la Información*. 39 (1) 19-30.
- Argyle, M. (1992). Relaciones sociales, en M. Hewstone., W. Stroebe., J. Codol y M. Stephenson. (Eds.), *Introducción a la psicología social: una perspectiva europea*, 222-244. Barcelona: Ariel Psicología.
- Arthur, M.B. y Rousseau, D.M. (1996). *The Boundaryless Career*. New York: Oxford University Press.
- Becerra-Fernández, I., Wang, T., Agha, G. & Sin, T. (2005). Actor model and knowledge management systems: social interaction as a framework for

- knowledge integration. En: K.-D. Althoff, A. Dengel, R. Bergmann, M. Nick, & T. Roth-Berghofer (Eds.), *Professional knowledge management, Third Biennial Conference, WM2005 3782*, 19–31. Kaiserslautern, Germany: Springer Berlin Heidelberg.
- Becker, G.S. (1983). *El capital Humano*. Madrid: Alianza Universidad de Textos, Alianza Editorial.
- Bell, D. (2001). *El advenimiento de la sociedad post-industrial. Un intento de pronosis social*. Madrid: Alianza Editorial.
- Bilgihan, A., Barreda, A., Okumus, F., y Nusair, K. (2016). Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related Online Social Networks. *Tourism Management, 52*, 287–296.
- Bueno, E., Morcillo, P. y Salmador, M. (2006). *Dirección Estratégica. Nuevas Perspectivas*. Madrid: Pirámide.
- Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento CIC (2003). Modelo Intellectus: medición y gestión del capital intelectual. *Documentos Intellectus*, 5. Madrid: IADE (UAM).
- Castells, M. (1999). *La Era de la Información: Economía, Sociedad y Cultura: La sociedad Red México: Siglo XXI*.
- Castells, M. (2001). Epilogue. En: Imanen, P. *The Hacker Ethic and the Spirit of the Information Age*. New York: Random House.
- Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información CMSI. (2003). Construir sociedades de la información que atiendan a las necesidades humanas. *Declaración de la Sociedad Civil*. Ginebra, diciembre. Disponible en: http://movimientos.org/es/foro_comunicacion/show_text.php3%3Fkey%3D2346
- Drucker, P.F. (1959). *Landmarks of Tomorrow*. New York: Harper.
- Drucker, P.F. (1969). *The Age of Discontinuity*. New York: Harper & Row.
- Drucker, P.F. (1994). *La sociedad post capitalista*. Bogotá: Norma.

- Dulipovici, A. y Robey, D. (2013). Strategic alignment and misalignment of knowledge management systems: a social representation perspective. *Journal of Management Information Systems*, 29 (4), 103–126.
- Esping-Andersen, G. (2000). *Fundamentos sociales de las economías postindustriales*. Barcelona: Ariel.
- Euroforum Escorial. (1998). *Medición del Capital Intelectual. Modelo Intelect*. Madrid: Ed. I.U.
- Fernández, M. y Galván, I. (2008). Desarrollo de relaciones satisfactorias en la franquicia: un análisis de los antecedentes desde el enfoque de redes. *Cuadernos de estudios empresariales*, 18, 154-174.
- Franssila, H. (2013). The role of knowledge intermediaries in the management of experience knowledge. *Knowledge and Process Management*, 20 (4), 232–242.
- García Canclini, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Gómez, A. (2001). El sociograma, estudio de las relaciones informales en las organizaciones. *Revista de psicología del trabajo y de las organizaciones*, 18, 111-114.
- González-López, S., Salvador-Benítez, J. L. y Aranda-Sánchez, J. M. (2015). Social Knowledge Management from the Social Responsibility of the University for the Promotion of Sustainable Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 191, 2112–2116.
- Gressgård, L.J. y Hansen, K. (2015). Knowledge exchange and learning from failures in distributed environments: The role of contractor relationship management and work characteristics. *Reliability Engineering & System Safety*, 133, 167–175.
- Hardt, M. y Negri, A. (2002). *Imperio*. Buenos Aires: Paidós.
- He, W. (2013). A process-oriented framework for knowledge-centered support in field experience management. En: L. Uden, F. Herrera, J. Bajo Pérez, & J. M. Corchado Rodríguez (Eds.), *7th International Conference on Knowledge Management in Organizations: Service and Cloud Computing* 172, 59–67. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.

- He, J.W. y Wei, K.-K. (2006). Knowledge management systems (KMS) continuance in organizations: a social relational perspective. En: J. Lang, F. Lin, & J. Wang (Eds.), *First International Conference, KSEM 2006* 4092, 34–41. Guilin, China: Springer Berlin Heidelberg.
- He, W., Qiao, Q., y Wei, K.-K. (2009). Social relationship and its role in knowledge management systems usage. *Information & Management*, 46 (3), 175–180.
- Hemsley, J. y Mason, R. M. (2013). Knowledge and knowledge management in the social media age. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 23 (1-2), 138–167.
- Hong, J. y Stahle, P. (2005) The coevolution of knowledge and competence management. *International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 1 (2), 129.
- Kamath, A. (2013). Interactive knowledge exchanges under complex social relations: A simulation model of a developing country cluster. *Technology in Society*. 35 (4) 294–305.
- Kassin, S., Fein, S. y Rose, H. (2010). *Psicología social*. México, Cengage Learning.
- Kim, D.H. (1993). The link between individual and organizational learning. *Sloan Management Review, ABI/INFORM Global*, 35 (1) 37-50.
- Kwahk, K.-Y., y Park, D.-H. (2016). The effects of network sharing on knowledge-sharing activities and job performance in enterprise social media environments. *Computers in Human Behavior*, 55, 826–839.
- Laloux, F. (2014). *Reinventar las organizaciones*. Barcelona, Arpa.
- Liu, C.-H., Gan, B. y Chou, S.-F. (2013). A Widely Ranges of Social Relations Extension of Different Impacts on Knowledge Creation. *Academy of Management Proceedings*, (1) 10779 - 10788.
- Marín, H. (2005). *Gestión del conocimiento. Capital intelectual, comunicación y cultura*. Medellín: Unal.
- Marcinkus, M. y Kram, K. (2007). Understanding non-work relationships in developmental networks. *Career development international*, 17 (7), 637-663.

- Marqués, P., Farrerons, L., Arian, N. y Quiroga, E. (2012). Las relaciones informales: un valor añadido en la gestión de personas. *Revista electrónica Enfermería Global*, 26, 310-323.
- Mejía, M.R. (2004). Socialización de la familia en la globalización. *Educación Hoy*. 33 (157) 57-84.
- Mincer, J. (1974). Education, experience, and the distribution of earnings and employment: an overview. En: Juster, Th. ed. *Education, Income, and Human Behavior*. New York: National Bureau of Economic Research. 71-94.
- Morcillo, P. (2006): *Cultura e innovación empresarial. La conexión perfecta*. Madrid: Thomson.
- Nightingale, P. (2003) If Nelson and Winter are only half right about tacit knowledge, which half? A Searlean critique of “codification”. *Industrial and Corporate Change*, 12 (2), 149–183.
- Nonaka, I. y Takeuchi, H. (1995). *The knowledge creating company: How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation*. New York: Oxford University Press.
- Nonaka, I, Reinmoeller, P. y Senoo, D. (1998).The ART of Knowledge: Systems to Capitalize on Market Knowledge. *European Management Journal* 16 (6) 673–684.
- Pasquali, A. (2002). "Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información: Dos precauciones a tomar". Ponencia presentada en el "Encuentro Latinoamericano: ¿Y por qué no una sociedad de la comunicación", preparatorio de la Cumbre Mundial de la Sociedad de la Información -CMSI, Quito, junio 2002.
- Podolny, J. y Baron, J. (1997). Resources and relationships: social networks and mobility in the workplace. *American sociological review*, 62 (5), 673-693.
- Polanyi, M. (2009) *The tacit dimension*. (A. Sen, Ed.). Chicago, University of Chicago Press
- Prada, E. (2005). Las redes de conocimiento y las organizaciones. *Revista Bibliotecas y tecnologías de la información*. 2 (4) 1-23.

- Prusak, L. (2001) Where did knowledge management come from?. *IBM Systems Journal*, 40 (4), 1002–1007.
- Reed, M.S., Stringer, L.C., Fazey, I., Evely, A.C. y Kruijsen, J. H. J. (2014). Five principles for the practice of knowledge exchange in environmental management. *Journal of Environmental Management*, 146, 337-45.
- Reich, R. (1991) *The Work of Nations*, New York: Alfred A. Knopf.
- Reis, H. y Downey, G. (1999). Social cognition in relationships: building essential bridge between two literatures. *Social cognition*, 17 (2), 97-117.
- Rivas, L. A., y Flores, B. (2007) La gestión del conocimiento en la industria automovilística. *Estudios Gerenciales*, 23 (102), 83–100.
- Sáiz-Bárcena, L., Díez-Pérez, J.I., M.A., M.C. y Martínez, R.D.O. (2015). Information Enclosing Knowledge Networks: A Study of Social Relations. En: P. Cortés, E. Maeso, & A. Escudero (Eds.). *Enhancing Synergies in a Collaborative Environment* 315–321. Cham: Springer International Publishing.
- Schultz, T.W. (1960). Capital formation by education. *The journal of political economy*. 68 (6) 571-583.
- Schultz, T.W. (1983). La inversión en capital humano. *Educación y sociedad*. 8, (1) 181-195.
- Simone, R. (2001). *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*. México: Taurus.
- Solow, R. (1957). Technological change and the aggregate production function. *Review of Economics and Statistics*, 39.
- Stevanovic, M. y Peräkylä, A. (2014). Three orders in the organization of human action: on the interface between knowledge, power, and emotion in interaction and social relations. *Language in Society*, 43 (2), 185–207.
- Stewart, T.A. (1998). *La nueva riqueza de las organizaciones: El Capital Intelectual*. Buenos Aires: Granica.
- Sveiby, K.E. (2000). *Capital intelectual. La nueva riqueza de las empresas: cómo medir y gestionar los activos intangibles para crear valor*. Barcelona: Gestión.

- Terzieva, M. (2014). Project knowledge management: how organizations learn from experience. *Procedia Technology*, 16, 1086–1095.
- Torres, J. (1998). *Globalización e interdisciplinariedad: el curriculum integrado*. Madrid, Morata.
- Vidoni, D., Mascherini, M. & Manca, A. R. (2009). Scouting for drivers of the european knowledge society: the role of social participation. En: M. D. Lytras, P. Ordonez de Pablos, E. Damiani, D. Avison, A. Naeve, & D. G. Horner (Eds.). *Best practices for the knowledge society. Knowledge, learning, development and technology for all* 49, 319–327. Berlin, Heidelberg: Springer Berlin Heidelberg.
- Walsh, P. (2013). Knowledge and the constitution of society: Dead ends and ways forward in the sociology of knowledge. *Journal of Classical Sociology*. 13 (4) 405–429.
- Zappa, P., y Lomi, A. (2016). Knowledge Sharing in Organizations: A Multilevel Network Analysis. En: E. Lazega & T. A. B. Snijders (Eds.), *Multilevel Network Analysis for the Social Sciences* 333–353. Cham: Springer International Publishing.
- Zhang, H., Wu, W., y Zhao, L. (2016). A study of knowledge supernetworks and network robustness in different business incubators. *Physica A: Statistical Mechanics and Its Applications*, 447, 545–560.