

"3º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM". "Agendas Emergentes y Protagonistas Territoriales" "Homenaje a Mabel Piccini". Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales, Villa María, 2022.

La Innovación Social como espacio de formación emergente en la Carrera de Comunicación Social.

César Rogelio Zuccarino, Claudia Isabel Ortiz y Marta Gurvich.

Cita:

César Rogelio Zuccarino, Claudia Isabel Ortiz y Marta Gurvich (2022). *La Innovación Social como espacio de formación emergente en la Carrera de Comunicación Social*. "3º Congreso Latinoamericano de Comunicación de la UNVM". "Agendas Emergentes y Protagonistas Territoriales" "Homenaje a Mabel Piccini". Instituto Académico Pedagógico de Ciencias Sociales, Villa María.

Dirección estable:

<https://www.aacademica.org/iii.congreso.latinoamericano.de.comunicacion.de.la.unvm.la.comunicacin.regional.en.su.la.berinto/43>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eYXv/C2G>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

La Innovación Social como espacio de formación emergente en la Carrera de Comunicación Social.

Eje: Nuevos escenarios comunicacionales: tendencias

Ortiz, Claudia Isabel

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba

Valparaiso y Los Nogales Ciudad Universitaria (Córdoba, capital)

claudia.isabel.ortiz@unc.edu.ar

César Rogelio Zuccarino

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba

Valparaiso y Los Nogales Ciudad Universitaria (Córdoba, capital)

cesar.zuccarino@unc.edu.ar

Marta Daniela Gurvich

Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional de Córdoba

Valparaiso y Los Nogales Ciudad Universitaria (Córdoba, capital)

martadg2014@gmail.com

Resumen

Este trabajo da cuenta de la creación en 2021 del Seminario de Comunicación y Procesos de Innovación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El mismo surge - fundamentalmente - como corolario de tres antecedentes:

- el trabajo realizado desde 2014 en el marco de tres proyectos de investigación.
- el diseño e implementación de espacios de formación alternativos
- la participación del equipo docente del Seminario en la Comisión de Cambio de Plan de Estudios.

Dichas experiencias "núcleo" evidenciaron, por un lado, la necesidad de ofrecer a los estudiantes un espacio académico en el cual se profundice la temática. En este sentido el formato de Seminario facilitó la indagación de situaciones problemáticas, promoviendo la consulta de información y autores especializados, el ejercicio reflexivo, la discusión y la participación en procesos de construcción de conocimiento.

Por otra parte, los trabajos previos permitieron el contacto con egresados quienes desde el "mundo del trabajo", interpelaban a la Academia respecto a la modificación y la actualización de contenidos y estrategias pedagógicas para el estudio de nuevas temáticas y el desarrollo de capacidades y competencias actualizadas. Este artículo expondrá entonces:

1. los criterios para el diseño del Plan de Trabajo del Seminario en su primera edición
2. los resultados de las discusiones y producciones de los estudiantes, en particular referidos a las agendas sobre innovación social en Argentina y que competen a los profesionales de la Comunicación Social
3. algunas conclusiones que permiten la redefinición del plan de trabajo

Cabe decir finalmente, que aquí se intenta promover la discusión crítica sobre la relación Comunicación y Procesos de Innovación en tanto que espacio y área (aún) de vacancia en la FCC, en especial si se lo contempla en contraste con las transformaciones de los *media*, las mutaciones en los roles y funciones laborales y profesionales de los comunicadores; y por ende, en la necesidad de innovar (también) en la formación de los mismos en clave crítico - creativa.

Palabras clave: Innovación; Comunicación Social; Formación.

Presentación

Este trabajo da cuenta de la creación en 2021 del Seminario de Comunicación y Procesos de Innovación en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba. El mismo surge - fundamentalmente - como corolario de tres antecedentes:

- el trabajo realizado desde 2014 en el marco de tres proyectos de investigación.¹

¹ Los proyectos referidos son: Las Ciencias Sociales en las políticas de Ciencia y Tecnología: un análisis sobre la constitución de las agendas de investigación e innovación (2003-2013); Las Ciencias Sociales en el campo de los estudios sobre la tecnología: una aproximación a las representaciones sociales de sus investigadores sobre el uso social de su producción científica en distintos campos de aplicación (2010-2013) y La innovación como concepto y como práctica en la Educación Superior. Una aproximación a las visiones que sustentan la vinculación y la transferencia de conocimiento orientadas a la innovación. Secretaria de Ciencia y Tecnología de la Universidad Nacional de Córdoba.

- el diseño e implementación de espacios de formación alternativos.²
- la participación del equipo docente del Seminario en la Comisión de Cambio de Plan de Estudios.

Dichas experiencias "núcleo" evidenciaron, por un lado, la necesidad de ofrecer a los estudiantes un espacio académico en el cual se profundice la temática. En este sentido el formato de Seminario facilitó la indagación de situaciones problemáticas, promoviendo la consulta de información y autores especializados, el ejercicio reflexivo, la discusión y la participación en procesos de construcción de conocimiento.

Por otra parte, los trabajos previos permitieron el contacto con egresados quienes desde el "mundo del trabajo", interpelaban a la Academia respecto a la modificación y la actualización de contenidos y estrategias pedagógicas para el estudio de nuevas temáticas y el desarrollo de capacidades y competencias actualizadas.

La ponencia está organizada en tres partes. Iniciamos con la discusión crítica sobre la relación Comunicación e Innovación desde una perspectiva conceptual. En la segunda parte, damos cuenta de algunos criterios relacionados con el diseño del Plan de Trabajo del Seminario en su primera edición, considerando a esta temática como espacio y área (aún) de vacancia en la FCC, en especial si se lo contempla en contraste con las transformaciones de los *media*, las mutaciones en los roles y funciones laborales y profesionales de los comunicadores; y por ende, en la necesidad de innovar (también) en la formación de los mismos en clave crítico - creativa. Al final ofrecemos algunas conclusiones en el marco de estas discusiones que nos permiten orientar la planificación futura del propio espacio curricular.

1. Comunicación e innovación: ¿conceptos en tensión?

En las últimas cuatro décadas aproximadamente, se han desarrollado vertiginosos cambios que tienen al conocimiento y la incorporación de las TICs a los procesos socio-

² Se refiere a: el Programa de Internacionalización "Hablemos de Teorías" en conjunto con la UNAM, la Diplomatura en Formación Sindical y Comunicación para el Trabajo del Futuro, el Espacio de Innovación Sindical (FCC - MinCyT - SiReLyF) y el Webinar sobre Innovación (con expertos del MinCyT) como actividad de profundización del propio Seminario de Comunicación y procesos de innovación.

productivos como sus motores impulsores de una llamada *nueva economía*³. En este escenario, el análisis de las agendas políticas y en especial, a la producción del conocimiento en el ámbito de las universidades, adquiere una singular relevancia. En especial, el papel de las políticas de I+D y sus agendas⁴, las visiones sobre los procesos de vinculación y transferencia así como los procesos mismos de la comunicación de la

³ Un conjunto variado de perspectivas abonan el término *Nueva Economía*. Según la OCDE (2000) el término está asociado a los cambios ocurridos en la economía de EE.UU. vinculadas a las transformaciones que han generado las tecnologías de la información y comunicación. Se mencionan tres características de estos cambios (que sólo se mencionan de modo resumido): 1) Mejora en las tendencias de crecimiento económico en términos de eficiencia; 2) Afectan a los ciclos económicos y 3) Las fuentes de crecimiento son diversificadas. Otro componente en discusión está relacionado al concepto de conocimiento como recurso económico. En esa línea se inscriben los distintos desarrollos al respecto de la noción *Economía del Conocimiento*. También, frente a estos análisis se han abierto perspectivas críticas. Una de estas vertientes de discusiones se pueden encontrar en el terreno de lo que se denomina el *Capitalismo cognitivo*. Para revisar una crítica al concepto ver Caffentzis, G.(2016).

⁴ En Argentina, en el 2007 se creó Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación Productiva de la Nación en 2007 y en el 2013, se puso en marcha el Plan Argentina Innovadora 2020 que se pretendió fortalecer el sistema científico-tecnológico y orientar una política de focalización hacia sectores estratégicos denominados Núcleos Productivos Estratégicos (agroindustria, Ambiente y desarrollo sustentable, desarrollo social, industria, salud y energía). En el ideario de este plan, se rescata la explicitación de una visión sistémica de la innovación, la estrategia de la focalización hacia sectores con mayores considerados estratégicos y la acción estatal orientada hacia políticas de asociatividad. Si bien hubo significativos avances en materia de políticas científicas orientadas, quedaron pendientes acciones para lograr una mayor interacción de diversos agentes. El Estado fue el mayor inversor en I+D, con poca participación de sectores empresariales, entre otros aspectos como la emergencia de tensiones (ideológicas e institucionales) al respecto de la función de la CTI, su vínculo con el desarrollo económico y social y la gestión por parte del Estado (Castaño, 2019). Este período se corresponde con los dos gobiernos de la presidencia de Cristina Fernández (2007-2015).

En el 2018 pasó a estatuto de Secretaria de Gobierno dependiente del Ministerio de Educación, Cultura y Ciencia y Tecnología de la Nación por Decreto Nro. 801/2018, durante la presidencia de Mauricio Macri. Con la asunción del presidente Alberto Fernández se restablece el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación. En la actualidad, se encuentra en proceso de definición el Plan Argentina Innovadora 2030 que en su documento preliminar (2020) define ciertas nociones orientadoras para la planificación: desarrollo sostenible y Estado protector y emprendedor. Se enuncia que se adoptan los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que define y promueve la Organización de las Naciones Unidas (ONU) desde septiembre de 2015.

ciencia están atravesadas por estas nuevas dinámicas que asume el capitalismo en su actual fase. Desde esta perspectiva se construye nuestro interés sobre la innovación en términos conceptuales y también, en tanto acicate de prácticas económicas, sociales, educativas, tecnológicas consideradas en clave de transformación social/desarrollo/cambio social. Por otro lado, nos interrogamos: ¿cómo dialoga el concepto de comunicación con el de innovación?, ¿qué tensiones se cruzan al considerar una relación entre ambos términos? A continuación, delineamos algunos de los caminos posibles para reflexionar en torno a estas preguntas.

La innovación es un concepto actual de aparente neutralidad y gran aceptación, sin embargo, como dice Echeverría (2017, p. 98), hay un “buenismo subyacente” que la presenta como un horizonte deseable y que no permite ver otras formas de entenderla y de analizarla en profundidad para considerar no sólo su asociación a la creación y sus oportunidades sino también a la destrucción y otros riesgos. A su vez, su uso se ha extendido en diversos ámbitos y se ha tornado en un concepto polisémico, detrás del cual existen variadas interpretaciones que dan sustento a modelos de generación, transferencia y gestión del conocimiento para su transformación el valor económico y/o bienestar y calidad de vida, tal como es presentado en las políticas de ciencia y tecnología del gobierno nacional y provincial. La sigla I+D+i (Investigación, Desarrollo e innovación) es un esquema que aparece en las bases de las convocatorias públicas de financiamiento de proyectos. A ello se suman nuevas prioridades estratégicas, como la adhesión de los Objetivos de Desarrollo Sustentable, que contribuyen a fortalecer los lineamientos entorno a la innovación como estructurante de toda transformación, gestión y producción de conocimiento encaminados a consolidar distintas visiones acerca del desarrollo (Desarrollo Sustentable, Desarrollo Humano, Desarrollo Inclusivo, Desarrollo Sostenible, entre otras), de los patrones de acumulación que los sostienen o las modalidades de encarar la inclusión social (Alzugaray et al, 2013).

Al realizar una primera exploración, el concepto de innovación se presenta difuso y esta condición ambigua lo coloca en las inmediaciones de propuestas contrapuestas sobre su significación. Este arco de las significaciones oscila entre un término de moda (Gurruchaga A. y Echeverría J. 2010) y sus posibilidades concretas de propiciar e interpretar los procesos de desarrollo o de desigualdad social.

Una de las puertas de ingreso a estos debates es a través de los rastreos de la historia del término innovación. En esta línea podemos situar el aporte que realiza el estudioso canadiense Benoît Godin (2008), que elabora una genealogía del término e introduce algunas aristas para el análisis crítico. En su recorrido se advierte la constitución de un campo semántico donde la calificación de innovador se asocia a la adopción de una invención. En el contexto histórico de la segunda posguerra mundial, este sentido se fortalece con base en el impulso del desarrollo tecnológico. Las novedades tecnológicas configuran el ideario del desarrollo occidental y a partir de esa referencia, se ajustó su sentido en términos de *innovación tecnológica*. A la vez que se fortalece el modelo lineal de innovación en el cual la investigación científica, los científicos considerados como expertos y los desarrollos tecnológicos (I+D), junto con la aplicación que promueven las empresas en los distintos mercados, emergen como las fuentes privilegiadas y/o legitimadas de innovación. Aunque este modelo es cuestionado, no ha dejado de ocupar su lugar como piedra de toque de las denominadas políticas de innovación.

A medida que han avanzado los debates, se ha producido un giro en los estudios de innovación. ¿Qué aspectos promovieron la ampliación del concepto? En primer lugar, aparece la necesidad de incorporar una mirada desde la complejidad y la multidimensionalidad que suponen los procesos de creación de innovaciones. Al respecto Javier Echeverría (2010) propone un modelo pluralista y sistémico de la innovación que podemos sintetizar en los siguientes aspectos:

- a) Innovación: procesos interactivos que generan resultados nuevos, valiosos y transformadores en entornos y sistemas determinados (abarca a las innovaciones tecnológicas, sociales, educativas entre otras).
- b) Procesualidad. Pone énfasis en la palabra proceso porque las innovaciones pueden ser evaluadas en términos del estudio de sus resultados a lo largo de su desarrollo.
- c) Pluralidad de agentes y valores. Se pueden identificar los agentes que intervienen y sus valores, a partir de los cuales promueven estos procesos.
- d) Situacionalidad de las innovaciones. Considera las condiciones (históricas, culturales, económicas, etc.) específicas de las sociedades en las cuales una innovación puede ser considerada o no como tal, rechazada o aceptada.

- e) Enfoque axiológico. Otra cuestión importante considerada por el autor es que la innovación no es algo bueno *per se*. Muchas innovaciones pueden ser enormemente destructivas e incluso nefastas para millones de personas. (Echeverría, 2012, p.4) Este aspecto (ya destacado por Schumpeter), implica incluir en los estudios de la innovación, la evaluación moral de la innovación (ética de la innovación), considerado como un tema que es soslayado. De esta manera, Echeverría busca corregir el sesgo economicista o tecnologicista que atrapó al concepto de innovación. También se posiciona contra toda expresión triunfalista sobre las innovaciones: “La cultura de la innovación no sólo incluye éxitos, también fracasos. (2010, p.26).

En primer lugar, para comprender cómo ingresa la noción de innovación en el terreno de los estudios de la comunicación es necesaria una aproximación socio-histórica a los conceptos e ideas que se configuraron en los debates al respecto de las relaciones entre comunicación/cambio social/desarrollo. En este sentido, el paradigma dominante de la comunicación persuasiva (desarrollado en EE.UU) sentó las bases de un modo de aproximarse al estudio de la modificación de los comportamientos sociales mediado por la intervención de los mass media. Aun cuando en sucesivos estudios, las hipótesis se modificaron quedaba como premisa que la información podría generar cambios de comportamientos.

Estas perspectivas de una u otra manera, alimentaron ciertas visiones al respecto de la noción de desarrollo en la etapa posterior a la Segunda Guerra Mundial. Como lo reseña Ramiro Beltrán (2005) lo que se consolidó como perspectiva de la comunicación para el desarrollo, surgió de tres iniciativas: 1) las radios escuelas de Colombia; 2) las radios mineras de Bolivia y 3) Extensión agrícola, educación sanitaria y educación audiovisual, sustentados “en los servicios públicos en agricultura, educación y salud copatrocinados por los gobiernos de Estados Unidos de América y de los de la región.” (Beltrán, 2005, p.57)

En términos teóricos, las filiaciones de las trayectorias están ancladas en la idea de modernización de Daniel Lerner (1958) y los aportes del *difusionismo* o la teoría de la difusión de innovaciones de Everett Roger (1962) que cierra el sentido positivo en torno al concepto de innovación y será la base explicativa de los cambios en los procesos de modernización de las sociedades, en especial del denominado Tercer Mundo. Esta línea

de trabajos forma parte de los primeros estudios identificados dentro de la génesis de los modelos de la comunicación para el cambio social y que han sido la base de los programas de cooperación internacional durante varias décadas (Gumucio-Dagron, 2011). La revisión de estos aportes en el terreno de los estudios que retoman la noción de innovación es necesaria para reflexionar sobre los idearios que aún subsisten dentro de algunas propuestas de programas que toman a la innovación el atributo necesario de crecimiento social y económico contemporáneo.

Estas perspectivas fueron cuestionadas desde la Teoría de la Dependencia, hacia mediados de la década de los años sesenta. En el transcurso de las próximas dos décadas emergen las discusiones en torno a la noción de comunicación alternativa, participativa o la noción de la comunicación alternativa para el desarrollo democrático (Beltrán, 1973) como una vía de superación de la perspectiva del difusionismo. Las derivas teóricas y los cuantiosos debates que encuentran una filiación cercana a estas líneas en América Latina conforman un conjunto relevante de aportes para plantear el análisis de los procesos de innovación tal como lo ha indicado Echeverría en sus estudios. En especial, la necesaria consideración de la dimensión axiológica y ética que forma parte de una reflexión sobre la innovación ya no en clave de instrumento para la eficacia de un paradigma de instrumental o tecnocrático.

2. La propuesta del Seminario de Comunicación y procesos de innovación.

En la línea de reflexiones precedentes se inscribe nuestra preocupación por el concepto de innovación y su incorporación como contenido vertebrador del espacio curricular optativo del Ciclo Básico dentro del actual Plan de Estudios de la Licenciatura en Comunicación Social. La posibilidad de elaborar esta propuesta no sólo formó parte de una práctica de transferencia pedagógica de los resultados provenientes de la investigación que llevamos adelante sino que se gestó en el devenir del proceso de discusión del cambio de plan de estudios que se retomó en el año 2018, tras varios años de intentos fallidos.

A través de las distintas instancias de debate institucional se perfilaba un conjunto de problemas para asumir y concretar el cambio de una propuesta curricular que fue aprobada en el año 1993. Si miramos el tiempo transcurrido y nos asomamos a los distintos ámbitos en los cuales los egresados ejercen su profesión, nos damos cuenta que existen ciertas brechas entre esa formación formalizada en un plan de estudios y la

gestada en el transcurso de los años, a la luz de las transformaciones tecnológicas que impactaron en ciertos perfiles profesionales tradicionales. En ese sentido, el proceso de cambio de plan de estudios:

Abre un conjunto de tensiones, preocupaciones y, a la vez, se intuyen nuevos desafíos. El peso que tiene cada uno de estos componentes en el proceso de diseño curricular se configura de manera diferente desde la percepción de los agentes involucrados: funcionarios de la gestión política de las instituciones, docentes, estudiantes, personal no docente y egresados. Sin embargo, esa movilización de incertidumbres convoca a una reflexión situada sobre las prácticas profesionales, educativas y las visiones que se construyen sobre el saber *comunicacional*. No sólo con raíces que se hunden en la producción académica legitimada por trayectorias y tradiciones del campo disciplinario sino, también, por los vaivenes de las demandas del mercado laboral que transitan los profesionales de la comunicación en cada época y región. (Ortiz, 2019, p.27)

Desde esta perspectiva, la incorporación de los debates acerca de la innovación social es un contenido vacante en la formación profesional de egresadas y egresados de nuestra carrera en la actualidad. Como hemos planteado en la primera parte de este trabajo, recuperamos un abordaje multidimensional y complejo sobre estos procesos de innovación social. En especial, no podemos dar por sentado que se trata de una manera de afirmar el paradigma de la eficiencia que encubren ciertas visiones sobre el desarrollo o la transformación social. Todo lo contrario, es analizar en clave de dilemas, paradojas, la producción de los conocimientos colectivos y los procesos que tienden a llevar adelante soluciones específicas a problemas socialmente situados. Y en esa clave recorrer los aportes de los estudios en comunicación. Como lo expresa Aystaran (2011)

Es importante estudiar toda innovación como una innovación social, es decir, en una cadena enjaezada de conocimientos y valores en un complejo, lo cual presupone abandonar el modelo lineal y utilitarista del monismo axiológico y profundizar en epistemologías dotadas de un pluralismo axiológico, con valores tanto epistémicos como no-epistémicos de diversa índole. Este paso supone pensar la innovación social como una matriz desde una epistemología de la racionalidad innovadora axiológicamente acotada por valores y vectores. Las visiones unidireccionales de la innovación, basadas en cadenas monocausales del valor económico, no recogen la riqueza y diversidad de valores y vectores implícitos en estos procesos y en sus dinámicas de conocimiento. (p.87)

Ahora bien, arribar a estas cuestiones cuya densidad teórica, metodológica y axiológica muchas veces dista de la experiencia pedagógica que se desenvuelve en los tramos iniciales de las carreras, supone reflexionar sobre el proceso mismo de elaboración de la programa y la planificación de las actividades. En tal sentido, la propuesta cristalizó algunos aspectos que formaban parte de nuestra indagación y otra parte, quedó abierta o se nutrió de las expectativas, nociones previas o aportes que realizaron las y los estudiantes.

De manera sintética, las actividades estuvieron orientadas por un conjunto de interrogantes iniciales:

Interrogantes	Objetivos
¿Qué es la innovación?	Reconstruir la categoría innovación a partir de las aproximaciones intuitivas.
¿Qué experiencias de innovación social conocemos?	Elaborar la lista de emergencias socio-políticas y culturales: hacia una propuesta de agenda desde el Seminario.
Desde la perspectiva de la profesión de la comunicación social: ¿Qué aportes podría realizar para favorecer estos procesos de innovación social?	Reconocer las competencias profesionales de las y los comunicadores vinculadas a los procesos de innovación. Reconocer las metodologías de trabajo actuales, requeridas por el mercado laboral a los profesionales de la comunicación que implican a la innovación como concepto y práctica. Ejemplo: Prospectiva, Planificación, Estratégica de la Innovación, Moderación, Mediación, Gestión de la Innovación, Gestión de Proyectos, Liderazgo, Benchmarking Tecnológico, Vigilancia Tecnológica, etc.

A modo de ejemplificación, la lista elaborada colectivamente de las de emergencias socio-políticas y culturales estuvo estructurada por los siguientes tópicos⁵:

- 1-Reactivación productiva-vinculación.
- 2-Conectividad-pobreza-desigualdad.
- 3-La educación como sistema básico de inserción social para lograr igualdad de oportunidades.
- 4-Innovaciones para el cuidado del medioambiente.
- 5-Comunicación de la ciencia.
- 6-Garantizar el respeto a los derechos más allá de las ideologías.
- 7-Revisar la cultura del trabajo y de los valores.
- 8-Cultura de la cancelación - redes sociales.
- 9-Cuestiones de género.
- 10-Nuevas formas de conocimiento a partir de las TICS

En este conjunto de temas, las y los estudiantes sitúan procesos de innovación social que pueden ser abordados desde las competencias profesionales como comunicadores sociales. En el trabajo final del Seminario debían definir una situación-problema para elaborar un análisis desde el enfoque de la relación entre comunicación e innovación social: teniendo en cuenta el contexto, la pluralidad de actores implicados y ¿qué aspectos o dimensiones de la comunicación participan del proceso de innovación elegido? Para esto, se relevaron previamente algunas agendas de organismos estatales argentinos, latinoamericanos y europeos, vinculados a procesos de innovación social, de modo que los estudiantes pudieran mapear ejes de interés, compararlos y discutir (desde allí) áreas de vacancia y prioridades de las políticas públicas.

3. A modo de conclusión.

Hemos desarrollado hasta aquí los tres tópicos que estructuraron el trabajo. Como conclusiones que abren hacia problemas nuevos, podemos sintetizar:

En lo que refiere a la discusión crítica sobre la relación Comunicación e Innovación, recordemos que nuestro interés surge por trabajos de investigación previos y en el marco de un cambio de plan de estudios que puso sobre la mesa preocupaciones e intereses en tensión entre docentes, investigadores, estudiantes, egresados - profesionales en ejercicio, agendas de las políticas de ciencia y tecnología, entre otros.

⁵ Se presenta un listado resumido.

En este contexto, resulta evidente que para la producción del conocimiento en el ámbito de las universidades (en este caso la UNC), adquiere una singular relevancia el papel de las políticas de I+D+i . En virtud de esto - tal como dijimos - nuestro interés sobre la innovación es tanto en términos conceptuales como de estímulo para prácticas (político - socio culturales, económicas) que propenden a la transformación social/desarrollo/cambio social.

Así, proponemos abordar críticamente el concepto de innovación desde "la sospecha"; es decir, poniendo en cuestión su aparente neutralidad para pasar a un abordaje multidimensional y complejo - fundamentalmente - cuando hablamos de procesos de innovación *social*.

Esto último - desde nuestra perspectiva - será posible si, desde el campo de las Ciencias Sociales y de la Comunicación, se recuperan las dimensiones axiológica y ética, que edifiquen una reflexión sobre la innovación, ya no en clave de instrumento para la eficacia de un paradigma instrumental y/o tecnocrático (y que por ende nos arroja a un lugar "subsidiario" de otras disciplinas y saberes) sino como condición sustantiva y de posibilidad para el desarrollo de procesos de innovación.

Dicho esto, proponemos entonces concebir la innovación social con una mirada crítica e inclusiva, supone entender la innovación como procesos dinámicos y participativos, en diferentes escalas de aplicación y también como oportunidades de transformación gradual consensuada. De esta forma los escenarios futuros a los que apuntan los procesos innovadores responden no sólo a fines económicos sino también sociales y ambientales. Innovar el concepto de innovación y su práctica.

De estos análisis y en este marco, surgió la propuesta de creación del Seminario Comunicación y Procesos de Innovación. Las discusiones mencionadas sirvieron de criterios para su planificación y el producto de este espacio formativo arrojó líneas de trabajo novedosas e interesantes.

Cabe decir aquí que el Seminario en sí mismo constituyó un espacio de innovación. Resulta curioso que el campo de la Comunicación Social, atravesado por el desarrollo y la irrupción incesantes de dispositivos, estéticas, formatos y lenguajes no logra desprenderse aún de tecnologías educativas (en sentido amplio) tradicionales - canonizadas por la Academia; incluso cuando cuenta con valiosas y múltiples miradas críticas en relación a la formación de los comunicadores. De ahí que el trabajo implicó revisar la relación entre Comunicación e Innovación, para luego relevar las agendas de políticas públicas vigentes (fundamentalmente del Ministerio de Ciencia, Tecnología e

Innovación) y proponer desde allí visiones alternativas y/o que potencien propuestas de I + D +i en línea con nuestra perspectiva teórica.

Los trabajos elaborados por los estudiantes revelan que el campo de la Comunicación Social tiene mucho para decir, aportar y hacer en términos de procesos de I + D +i, por lo que su estatuto amerita superar su lugar "secundario" en convocatorias y en su participación en relación a disciplinas técnicas o "duras".

En este sentido, cabe advertir (aunque no es tema de este trabajo) que somos muy críticos a modelos de innovación en boga y vigentes como el que exalta la figura de "unicornios", entendiendo que el mismo no es pertinente para nuestras sociedades (por motivos culturales, por las características históricas de nuestro aparato productivo, empresarial, sindical, de nuestro sistema educativo formal y no formal, del sistema de ciencia y tecnología vigente, demográficos, económicos, entre tantísimos otros) por lo que afirmamos que aún resta fortalecer el desarrollo de políticas públicas y académicas que garanticen la sustentabilidad y sostenibilidad de estos espacios en clave de lo que aquí se propone teóricamente, sobre todo ante los fundamentos (estadísticos y de investigación) existentes en relación a nuestras poblaciones y la posibilidad de llevar adelante modelos vernáculos sobre procesos de innovación *situados* que estimulen la transformación social.

Agendas, tecnologías educativas, marcos teóricos en revisión y un ejercicio crítico incipiente en esta parte del mundo sobre la relación comunicación e innovación, hacen de la Innovación Social un espacio de formación emergente en la Carrera de Comunicación Social.

Bibliografía

- Albornoz, M. (1997). La política científica y tecnológica en América Latina frente al desafío del pensamiento único. *Redes*, 4(10), 95-115. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/907/90711303003.pdf>
- Alzugaray, S; Mederos, L. y Sutz, J. (2013) Investigación e innovación para la inclusión social: la trama de la teoría y de la política. *Isegoría*, (48), 25-50. Recuperado de: <https://isegoria.revistas.csic.es/index.php/isegoria/article/view/809>
- Ayestarán I. (2011). Epistemología de la innovación social y de la destrucción creativa. *Utopía y praxis latinoamericana: revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*, (54), 67-92. Recuperado de:

<https://biblat.unam.mx/hevila/Utopiaypraxislatinoamericana/2011/vol16/no54/6.pdf>

- Beltrán, L. R. (2006). La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica: un recuento de medio siglo. *Anagramas: Rumbos y sentidos de la comunicación*, 4(8), 53-76. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/4915/491549031003.pdf>
- Caffentzis, G. (2016). Una crítica del Capitalismo cognitivo. *Hipertextos*, 4. <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/97369>
- Castaño, J. S. (2019). Explorando el MINCyT: Estado, desarrollo y políticas de CTI entre 2008 y 2015 en Argentina [Tesis de Maestría, Universidad Nacional de San Martín]. Repositorio Institucional UNSAM.
- Echeverría, J. (2017). *El arte de innovar. Naturalezas, lenguajes, sociedades*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Echeverría, J. (2012). Innovación y destrucción. Recuperado de: <https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/4935/Innovaci%C3%B3n%20y%20destrucci%C3%B3n.pdf?sequence=1>
- Echeverría, J. y Gurrutxaga, A. (2010). *La luz de la luciérnaga: diálogos de innovación social*. Madrid: Plaza y Valdés.
- Godin, B. (2008). *Innovation: the History of a Category*. Montreal: INRS, Project of Intellectual History of Innovation. Recuperado de: http://www.prime-noe.org/spip.php?action=acceder_document&arg=432&cle=17ea9b90a9ff9a72e1f4169d039f1a49f4f17993&file=pdf%2FGodin_paper.pdf.
- Gumucio-Dragon, A. (2011). Comunicación para el cambio social: clave del desarrollo participativo. *Signo y pensamiento*, 30(58), 26-39. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/860/86020038002.pdf>
- OCDE (2000). *¿Una nueva economía?: El papel cambiante de la innovación y la tecnología de la información en el crecimiento*. Publicaciones de la OCDE. París. Recuperado de: <https://doi.org/10.1787/9789264182127>
- Ortiz, C. (2019). El diseño curricular en comunicación: aportes para su reflexión a partir del caso de la Licenciatura en Comunicación Social (UNC). *Temas y Problemas de la Comunicación*. AÑO 18. Vol. 17. CICOM. Departamento Ciencias de la

Comunicación, Facultad de Ciencias Humanas. Río Cuarto: UNRC. Recuperado de: <http://200.7.136.16/ojs/index.php/TyPC/article/view/1009>