

HISTORIAS DE VIDA, COMUNICACIÓN Y PROCESOS COGNITIVOS: ¡TODO ES APRENDIZAJE!

Siendo niño y adolescente mi paso por el colegio nunca ha resultado una historia grata de contar. A los quince años fui expulsado de un colegio de curas... transcurrió el tiempo y un día un ex compañero me contó que una obra de teatro que yo había escrito en los '80, con el tiempo se había transformado en obra de culto para muchos estudiantes. Mi amigo me decía que de curso en curso, cada año, se interpretaba con éxito el mismo libreto dentro del establecimiento educacional. Reconozco que me sorprendió la noticia al observar cómo esa creación artística logró perdurar tanto en esa comunidad educativa... con el autor la historia fue otra.

En la básica (primaria) muchas veces el mirar en forma diferente el campo del conocimiento -con otras dimensiones y preguntas- me generó complicaciones con las estructuras formales burocráticas-educativas. Esto con el tiempo fue frenando mi interés por aprender, y siempre afirmo lo mismo, ese desinterés desaparecía en mi cada vez que sonaba la campana y salía del colegio. Ahí mi disposición a aprender era otra. Ya fuera del colegio el mundo se ampliaba segundo a segundo, en cambio dentro del establecimiento las preguntas morían con una velocidad abismante. En esa época, y pienso hoy se mantiene, el foco en el mundo educativo primario estaba en buscar respuestas, certezas y resultados concretos a las consultas de los profesores. La memoria era aplaudida en aquel tiempo, lo mismo ocurría con el uso de la técnica... y bueno, el colegio desde su coerción interna siempre persiguió cumplir un mismo desafío: alinear miradas y con esto delimitar (cercar) nuestros procesos de “aprendizaje”.

Soy crítico a esa etapa de la vida, ya que mi interés por conocer, mis ganas por aprender no fueron validadas, integradas y materializadas en años y años de educación formal. En aquel tiempo, por ejemplo, la intuición no se hizo presente en las aulas de clases. Esta variable (intuición) descrita por Robin Hogarth (Educar la intuición) como “fruto de nuestra experiencia”, plantea que para educarla -la intuición- hay que hacerlo en torno a lo que aprendemos y al cómo aprendemos de las experiencias. El reto no está sólo en adquirir intuiciones apropiadas, sino también que sus contextos (estructuras de aprendizaje) sean los adecuados. En la universidad este espacio de preguntas se amplió, pero soy de la idea que este podría haber sido mil veces más desafiante y audaz. La academia nos habla desde un conocimiento validado por décadas, en donde las eminencias dan la pauta... los alumnos escuchan a sus académicos, toman nota y leen “los clásicos”.

Es así como el conocer en todo proceso de aprendizaje se hace fundamental, básico e imprescindible. Desde la biología del conocimiento humano, Humberto Maturana (El árbol del conocimiento) afirma que “Todo hacer es conocer y todo conocer es hacer”. Surge la experiencia como el resultado de un campo no gratuito en el desarrollo del hombre, la experiencia desde una dimensión arquetípica nos construye un capital simbólico dinámico y coherente que se sostiene -y nos sostiene- a lo largo del tiempo.

Qué grato hubiese sido que los profesores chilenos de los '70, '80 y '90 hubiesen recorrido el campo del aprendizaje con estas dimensiones. Desde la perspectiva del Coaching Ontológico, Julio Olalla (Un nuevo discurso de lo que es aprender) percibe el aprendizaje como una ventana aún en proceso de apertura. Ventana que por décadas se ha sustentado según el autor en tres grandes fundamentos: "el aprendizaje es una tarea individual, no una tarea grupal o comunitaria; la verdad objetivamente existe y por último, el aprendizaje es básicamente un proceso lingüístico y científico/racional". Estas dimensiones por siglos han fundado nuestra miradas, actos y perspectivas del futuro y del cómo articularlo. Pero también es cierto que hoy, con mayor fuerza diversos campos de la producción, el arte, la cultura, la política, la comunicación... diversos espacios discursivos del ágora social de este país buscan replantear esto de la educación, del aprender, del construir una red argumentativa fundada más en respuestas que en preguntas. Frente a estos desafíos el Ph.D en Filosofía, Rafael Echeverría (Escritos sobre aprendizaje) afirma que en el actual proceso educativo se enseñan muchas cosas, pero no se enseña a "aprender". El autor, también reconocido por su obra, Ontología del lenguaje, es enfático, "el futuro pertenecerá a aquellos quienes expandan progresivamente su capacidad de aprender, a nivel individual y grupal".

Desaprender y aprender; construir asumiendo que el conocimiento está cargado de énfasis... repensar el rol de la academia, y a la vez, repensar el cómo construiremos respuestas claras frente a un futuro incierto. He ahí los grandes desafíos por abordar.

Reflexionar sobre la educación, sobre el cómo aprendemos, es igual de relevante para todos los campos del conocimiento. La comunicación desde sus diversas disciplinas (Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, Multimedia, Periodismo, Comunicación Estratégica, Diseño Gráfico, Cine y Televisión, Diseño Digital, entre otras carreras) no está exenta de este análisis. En esta páginas me interesa agendar el tema del DIRCOM (director de comunicaciones), visto como un espacio profesional, fundado en una fusión de miradas y competencias laborales. Este ejercicio deseo hacerlo con mi propia experiencia formativa, experiencia que me he permitido mutar y transitar dentro de las organizaciones, con diversos recursos y énfasis, todos alineados al deseo de sumar a los múltiples procesos comunicativos de los grupos humanos.

Daniel Prieto (Comunicar -recopilación de Alan Rey) plantea que "Comunicar es ejercer la calidad de ser humano". Así de simple, así de honesto y certero. Con los años me ha tocado percibir diversas experiencias comunicativas, experiencias que toman muchas veces al hombre como un elemento predecible, acotable y empíricamente medible. No son pocas las ocasiones donde lo cualitativo resulta un recurso menor, un acompañamiento frente a la verosimilitud del número "exacto" en la conducta, en la emoción, en las creencias, en los sueños de las personas. Guillermo Orozco (La investigación en comunicación desde la perspectiva) ejemplifica esta afirmación con una de las tantas técnicas cualitativas, las Historias de Vida. "Llegar a entender la historia de una vida implica 'ir y venir' varias veces con el sujeto: se trata de saber por qué el sujeto está actuando como actúa en función de lo que ha sido (...) lo que uno es ahora está conectado con el pasado", concluye el investigador. Nada es tan perfecto, nada es tan exacto. También me ha tocado observar experiencias fundadas en lecturas semióticas (en

exceso), lecturas a ratos exuberantes en sus interpretaciones, argumentos que más allá del análisis de la obra en sí (acción o mensaje), nos hablan de la erudición y el ego de sus supuestos críticos-analistas más que del producto final. Desde esa mirada surgen ambiciosas lecturas, todas cargadas de quintas y sextas interpretaciones.... todas posibles, pero a ratos, desconectadas de la simpleza y ocasionalidad de los sucesos del diario vivir. Creo en la semiótica, pero también creo en la gratuita casualidad, en el imponderable, en el desmarco infundado, en el absurdo mismos de la vida.

APRENDIZAJES MULTIPLES, APRENDIZAJES PARA LA VIDA

Salido del colegio, durante dos décadas centré mis esfuerzos en estudios de comunicación. Y así fue como partí estudiando Comunicación Audiovisual. Esta carrera me acercó al mundo de la narrativa audiovisual. Conocí de la semiótica del cine y de sus temas centrales (guión, lenguaje, géneros, historia, producción, etc.), como de igual forma, del audiovisual en general (video, televisión, etc.) Esta carrera me dio insumos para darle contenido a la imagen, al movimiento, al sonido (y su plástica) y al campo de la expresión del guión en su globalidad. Desde la narrativa del cine, desde los géneros cinematográficos, desde la psicología de la cámara visualicé el poder de un relato audiovisual y su capacidad tremenda para articular la relación filmofónica -proceso identificadorio entre el espectador y los personaje. En aquel tiempo para mí la realidad se fundaba en movimientos de cámara, montajes, vanguardias cinematográficas (Neorrealismo Italiano, Nueva Ola Francesa, Cine Soviético, Expresionismo Alemán, Cine Imperfecto Cubano, Cine de la Transparencia Norteamericano, entre otros)... y todo concluía en una persistencia retiniana seducida por contar historias, historias documentadas o ficcionales. En aquellos años mi deseo era narrar para interpelar a otros.

Fue con esta carrera que logré comprender el rol ideológico del cine en la historia humana, y del cómo desde este arte se construyen realidades, se modelan conductas, se levantan personajes y se articulan escenarios que tan solo son una interpretación más de lo real. Con esta carrera la creatividad explotó en su máxima expresión. Experimentar fue el norte a seguir. Desde la vanguardia Surrealista de los '20, André Bretón (compilación de Antonio Bonet, El Surrealismo) fue enfático un día al afirmar que, "El cine no sólo nos presenta a seres de carne y hueso, sino a los sueños de estos seres también convertidos en carne y hueso. En este sentido el cine alcanza ese punto del espíritu donde la vida y la muerte, lo real y lo imaginario, el pasado y el futuro, lo comunicable y lo incommunicable, lo alto y lo bajo, dejan de percibirse contradictoriamente", concluyó el padre del Surrealismo. Con esta cita yo me pregunto, ¿qué mejor apertura para entrar al mundo de la comunicación organizacional?

Cerrado ese proceso trabajé en el rubro y siempre sentí la carencia de escribir con mayor fluidez los contenidos y miradas para los guiones. Pasado un tiempo ya estaba matriculándome en la carrera de Periodismo (con Licenciatura en Comunicación Social). El aporte de esta carrera fue la de generar en mi, procesos narrativos escriturales flexibles dependiendo de las necesidades periodísticas. Surgieron los géneros periodísticos, aparecieron soportes tan disímiles como la radio, el tabloide, la revista, la web, el audiovisual, etc. El poder de la imagen absorbida con pasión en el proceso de audiovisualista se entrecruzó con la escritura formal. El poder acá estaba en las palabras, en la mirada escrita, en el énfasis de la noticia, entre otros muchos elementos. La nota informativa, la entrevista, la columna de opinión, la crónica, el reportaje en profundidad, entre otros recursos, me dieron el rigor para articular

múltiples estilos para instalar temas. En aquel tiempo el periodismo me generó un interés absoluto por las industrias culturales (cine, televisión, diarios, entre otros). El cruce de estos dos pre grados cumplieron el rol de ampliarme la mirada e invitarme a ver más allá. En esos años comprendí que la comunicación era una, y que la técnica era un componente más en estos proceso narrativos. Las dos carreras generaron un perfil dialéctico en mi: tesis (comunicación audiovisual) + antítesis (periodismo)= síntesis (hambre por la comunicación en los grupos humanos).

El Periodismo finalmente me sumó a la hora de expresar ideas y construir mundos informativos de vida corta, de alta rotación y generadora de sentido para el cotidiano. Crear soportes comunicacionales, comprender el rol de cada uno de estos, informar para audiencias internas y externas, crear líneas editoriales... trabajar para informar y desde ahí articular sentido y acción en otros, eso me cautivó. Stella Martini (Periodismo, noticia y noticiabilidad) nos plantea que “La sociedad como fuente de acontecimientos realiza dos tipos de acciones: la de producir los hechos noticiables, y la de producir comentarios y opiniones que originan y se construyen en nuevos hechos y nuevas noticias”. Yo me pregunto, y en este proceso ¿qué ocurre con el sentido?

Siempre el estudio marchó a la par con el trabajo, y éste por lo general se realizó dentro de las empresas. Durante esos años me fui pagando las carreras produciendo revistas, tabloides, videos y campañas para empresas. Trabajar como DIRCOM fue una alternativa que año a año se fue perfilando como un campo posible, pero para eso el conocimiento requería de nuevos aprendizajes.

Un Magister en Comunicación fue el camino a seguir para profundizar materias. En esta instancia educativa el conocimiento permeó hacia el campo de una reflexión mayor, espacio que me invitó en forma permanente a repensar el por qué de la comunicación. Este magister estaba perfilado para el mundo organizacional y con esto, surgieron insumos alineados a la identidad de los grupos humanos, sus cambios culturales, el liderazgo, la gestión del conocimiento, entre otros muchos temas. Desde esta perspectiva el conocimiento en comunicación se multiplicó y por primera vez, me invitó a sistematizar muchas experiencias ya vividas dentro del campo profesional. En este proceso la comunicación cumplió el rol de acercarse al aprendizaje, al cambio y a la articulación de sueños compartidos (visión, misión, valores, etc.).

Otro elemento que valoro de esta etapa, fue el acercamiento profundo al campo metodológico investigativo. Los estudios cualitativo, a ratos tan desacreditados, se transformaron en un mar de posibilidades ya que innovando en sus técnicas generaba poder a la hora de buscar profundidad en las respuestas. Otras materias a las que me abrí en esta etapa formativa fue a comprender el poder de las TIC's en el mundo social, organizacional e individual de las personas. En lo concreto, con esta etapa de aprendizajes pude respirar con mayor intensidad el rol de la identidad, la cultura y la comunicación en los actuales procesos de mundialización del género humano. Dominique Wolton (La otra mundialización) hace un énfasis en la paradoja de la mundialización, instancia que permite inaugurar una nueva historia política, historia que el autor la observa en campos como el aprendizaje, la convivencia y la fraternidad. “Este desafío desplaza la cuestión política tradicional de la independencia y obliga a tomar en cuenta la importancia creciente del triángulo identidad-cultura-comunicación”, concluye el autor.

Bajo este criterio se me hizo más simple comprender, por ejemplo, el rol de las comunidades virtuales en los procesos de co construcción de la realidad.

Otra experiencia formativa que llevé a cabo en ese tiempo fue un Diplomado en Estudios de Audiencias. En esta instancia el foco se centró en estudiar a las audiencias y sus procesos de consumo medial. ¿Cómo las audiencias receptionan?, ¿Cuál es la diferencia entre un público objetivo y otro?, ¿Cómo operan los sistemas de lectorías en los medios escritos, audiovisuales, digitales, radiales?, ¿Cómo se articula la emocionalidad en los diversos soportes comunicativos?, ¿Cuál es el rol de las técnicas cuali y cuantitativas en medios comunicacionales en general?, ¿Cuál es el rol de los actuales observatorios de comunicación social?, etc. Estudiar a las audiencias es optimizar el escucha y desde ahí, ampliar la mirada hacia las necesidades, consultas, desafíos e intereses de los diversos públicos. Una cápsula radial, un programa de televisión, un diario, una revista o un sitio web, día a día aspiran a conocer en detalle a sus audiencias. El reto no sólo cruza por optimizar una técnica determinada para levantar los contenidos estratégicos, sino también en articular nuevas miradas, contenidos y formatos para cumplir un rol mayor como medios de comunicación social. Un ejemplo concreto a esta afirmación la expone Valerio Fuenzalida, director de este innovador diplomado. En su libro, *Televisión y cultura cotidiana*, el investigador es claro y directo en los retos que hoy debemos emprender los comunicadores: “¿por qué los niños son atraídos por programas de TV (sean animados, comedias o telenovelas) que los padres o profesores muy a menudo descalifican como triviales, inútiles o indeseables?, ¿Tiene la TV una influencia dañina en los niños, como habitualmente se afirma?, ¿Por qué hay pocos programas de educación escolar formal por TV?”. Fuenzalida desde el estudio de las audiencias persigue no sólo comprender razones del porqué del éxito de un programa u otro, sino también, de cuáles son las urgencias para hacer de la oferta medial, un espacio responsable para la co construcción (comunicadores y audiencias) de una sociedad mejor, sociedad más educada y fundada en valores reconocibles.

El tiempo transcurrió y los aprendizajes se fueron acumulando. Los soportes comunicacionales (industrias culturales), las técnicas escriturales (audiovisuales, impresas, radiales, digitales), los géneros (periodísticos, cinematográficos, televisivos, radiales, etc.), las metodologías investigativas y la necesidad de conocer a la audiencia, las organizaciones y sus procesos comunicativos internos y externos (en 360°)... en fin, la comunicación avanzaba en la práctica diaria y nuevas preguntas comenzaron a surgir hacia el campo de las empresas. Un Doctorado en Comunicación Organizacional fue la alternativa para validar nuevos conocimientos. En esta experiencia el reto era estudiar, investigar y crear miradas. Fueron 4 años de repensar lo aprendido, lo estudiado, lo practicado. Este posgrado me invitó a crear modelos y obviamente, a hacerlos funcionar con todo lo que eso implica. Construir conocimiento sobre sistemas identitarios; replantear el cómo articular el sentido en los grupos humanos; validar sistemas de gestión en dinámicas digitales 2.0; trabajar mapas conceptuales donde las dimensiones duras y blandas dialogan en la práctica diaria... en fin, este doctorado cumplió un rol gravitante a la hora de modelar ideas, sistemas y criterios. Cada concepto tenía sus procesos, dimensiones y variables propias. Desde esta perspectiva, la investigación permanente y el conocimiento comenzaron a dar sentido. Construir una mirada integral de comunicólogo, ¿por qué no? cruzar las experiencias y conocimientos y articular una propuesta mayor. Dar visibilidad al DIRCOM desde un criterio integral (teórico/práctico), criterio fundado en multiplicidad de conocimientos... ¿será posible?... ¡claro que sí!

Aprendí mucho en este pos grado, surgieron nuevos temas como el endomarketing, la construcción de marca país, las auditorías comunicacionales, la resiliencia (o resiliencia) organizacional, entre otros. La comunicación tomó un mayor sentido en la medida que su rol dentro de las organizaciones iba calando, iba permeando, iba transformando iniciativas y resultados. Desde esta tribuna el conocimiento, el nuevo conocimiento, fue tomando un poder mayor. Surge la acción. Joan Costa (La comunicación en acción) es claro en este punto, “¿Qué es la acción? Una acción es esencialmente un desplazamiento de energía humana, mecánica o técnica en el entorno físico y social, que crea una modificación en este entorno o que introduce una nueva realidad, o un nuevo significado”. Sumar acción al nuevo conocimiento, ¡el norte a seguir!

A la par, en medio de esta aventura que era crear conocimiento con los riesgos que esto implica, un Diplomado en Indagación Apreciativa me cautivó para repensar el cómo convocar a sueños colectivos en el mundo empresarial. El reto de este conocimiento estaba en, desde la Psicología Positiva, construir una emocionalidad organizacional más cargada de sentido, más fundada en alineamientos. ¿Y esto cómo se conjuga con la comunicación organizacional se preguntará usted? Absolutamente desde la médula. La perspectiva apreciativa cruza la identidad de los grupos humanos, es decir, el quién soy yo -colectivo. En Chile un 90% de las empresas no cumple su planificación estratégica, ya que por lo general los esfuerzos siempre apuntan más a informar (vertical) los contenidos que a comunicarlos (horizontal). La Indagación Apreciativa en cambio cruza las experiencias exitosas de la organización, con la articulación de un sueño compartido por todos. La Indagación Apreciativa se va a las luces de los grupos humanos y desde ahí diseña acciones con sentido de pertenencia. En este conocimiento la comunicación cumple el rol de dar visualidad a los equipos de trabajo, la comunicación articula roles, devela acciones e invita a cumplir desafíos mayores, desafíos fundacionales muchas veces. Con este diplomado pude valorar con mayor fuerza el rol de los líderes, el poder de la participación transversal de la organización en su conjunto y el impacto que puede generar el carisma (o luz propia) en las comunidades de trabajo. La Indagación Apreciativa colinda con la resiliencia de Boris Cyrulnik (revertir la adversidad y trabajar los factores protectores), con la Ontología del Lenguaje de Echeverría (Escritos sobre aprendizaje), con el mundo del conocer de Maturana (El árbol del conocimiento) y Varela (Conocer), con el oficio del coach de Olalla (El ritual del coaching), entre otros. En una compilación de artículos sobre esta materia (I.A.), una de sus autoras, Fernanda Astudillo (Psicología organizacional humana) expone que el aporte del enfoque apreciativo resulta un contribución al mundo organizacional en su conjunto, “(Indagación Apreciativa) ... otorga la posibilidad real de dejar atrás la resolución de problemas, para avanzar hacia una metodología que se oriente a reafirmar, estimular y acelerar el aprendizaje y la proactividad; basándose en aquello que funciona, de modo de enfrentar el entorno con estos recursos”, concluye la investigadora. Como consultor y académico, conocer esta mirada es validar una otra emocionalidad en el proceso articulador de la gestión comunicativa interna.

Por último, en el 2009 viví un proceso formativo absolutamente diferente a todo lo experimentado hasta ese momento. Ese año tomé un curso de Coaching Ontológico. En este proceso de acompañamiento del aprendizaje el foco fue el ser humano, fue la validación del yo y desde ahí se profundizó en la coherencia del cuerpo, la emoción y el lenguaje. Repensar la vida desde una perspectiva Ontológica ha significado entender la comunicación como un espacio colectivo e individual, fundado en posibilida-

des de desarrollo para el ser humano. En este tiempo el valor de la comunicación se ha materializado en el plano del entendimiento (uno a uno) de la persona con su entorno. El Coaching Ontológico es una invitación formal a generar un proceso transformacional en el otro, en los otros y en uno mismo obviamente. Desde esta mirada el reto es generar un tránsito de un estado a otro. En esta dimensión la comunicación no persigue informar y alinear, en este proceso el reto es hacer sentido y conducir a la acción de una nueva coherencia, de un nuevo yo.

Aprender a aprender; acceder a una flexibilidad mayor en materias conversacionales; manejar las distinciones del habla (juicios, declaraciones, pedidos, ofertas, afirmaciones, quiebres maestros, transparencias, etc.); construir nuevos estados emocionales para la articulación de un mejor proceso de desarrollo (grupal e individual) son algunos de los desafíos que instaló el Coaching Ontológico en mi. Debo enfatizar que esta etapa formativa por lo general genera actitudes desafiantes en los aprendices frente a sus propios juicios, ¿el reto?, apalancar una actitud de construcción y desconstrucción permanente, ejercicio que generará mayor flexibilidad, mayor capacidad adaptativa y voluntad para optar por el sendero de las preguntas frente a contextos inamovibles. Muchas veces hemos habitado en juicios maestros que nos han marcado de por vida, juicios que después, con mayor perspectiva, hemos invalidado ya que estaban infundados. Pero igual fueron años de creer... lo mismo ocurre con los estados emocionales, instancias en las que hemos habitado por extensos períodos de nuestras vidas, sin grandes recursos con que revertirlos. Cuando estas interpelaciones se generan (formarse como coach ontológico) los nuevos desafíos, estos se hacen más llevaderos.

Desde la dimensión comunicacional, el aporte del coaching fue tremendo, incalculable para ser más honesto. Fue mi perfil personal y profesional los beneficiados con esta experiencia. Asumí el rol de la escucha con mayor atención; validé el factor “emocional” como un tema en el proceso comunicativo; pude captar en la práctica el poder de la conversación, y el conjunto de texturas que contempla esta particularidad del ser humano (el conversar) a la hora de impactar en una organización; entendí el rol del sentido en el actuar y el poder que genera la flexibilidad, el saber que uno, que yo mismo puedo cambiar... este aprendizaje resultó un regalo de vida, y por sobre todo, una subida al balcón como comunicador para hacer énfasis en lo realmente importante a la hora de construir discursos, sueños, desafíos compartidos y cambios en la estructura (organizacional) y en nosotros mismos. Lo último, el coaching no busca ayudar ni cambiar al otro, el coaching sí acompaña en el proceso de cambio. Saber escuchar, ¡el gran aprendizaje de esta experiencia! Julio Olalla (El ritual del coaching) sabiamente sintetiza esta dimensión (escucha): “Una cosa es saber acerca de los árboles, otra cosa es escucharlos”.

Deseo cerrar este texto con ideas y miradas sobre el DIRCOM, la comunicación y el conocimiento en sí. Considero que el conjunto de estas valiosas iniciativas (editar libros, generar congresos, distribuir revistas, alimentar sitios web, elaborar conocimiento, etc.) suman al proceso mayor de fortalecer nuestro campo, el de los comunicadores. Replantearnos el quehacer, replantearnos el mirar son desafíos básicos que sí o sí debemos emprender todos los días. Desde la gratuidad de las letras, Marcel Proust nos extiende una ventana generosa y sugerente: “El verdadero viaje del descubrimiento no consiste en buscar nuevos territorios sino en tener nuevos ojos”.

Por último, desafíos pendientes, desafíos posibles... insumos para un DIRCOM del nuevo siglo:

- El conocimiento es una experiencia personal, resultado de una búsqueda que se potencia día a día por una pasión y por un amor absoluto por lo que se hace.
- La comunicación es un cruce de variables: conocimientos, experiencias de vida y autonomía permanente por crear y modelar ideas. Imaginar sin claudicación.
- Enseñar comunicación resulta un desafío mayor a transmitir conocimientos, lo gravitante está en el sentido, en el proceso transformador que éste genera.
- Un comunicador (DIRCOM) tiene que navegar por múltiples aguas (psicología, sociología, tecnologías, etc.). El conocimiento genera perspectiva en las acciones.
- El foco de un DIRCOM, su centro formativo tiene que estar en la condición humana, en la complejidad absoluta del género humano. Debemos conocernos.
- La intuición es un radar de posibilidades. Esta debemos cuidarla y validarla todos los días. Cuando creemos en nuestra intuición, creemos en nosotros mismos.
- Un DIRCOM es una suma de conocimientos y experiencias, y estos deben habitar con criterios y competencias declaradas y ejercitadas en la práctica diaria.
- El reto de las universidades está en generar conocimiento desde la base, es decir, con y desde sus estudiantes. En el caso de la empresa el desafío está en ver a los DIRCOM como ideólogos, como arquitectos de escenarios posibles.
- Aprender es el resultado de una suma de emociones (esperanza, entusiasmo, alegría, optimismo...), el desafío de un académicos es ser algo más que un buen parlante de conocimientos ya estandarizados y validados a lo largo del tiempo.
- Las vanguardias en su amplia acepción (artísticas, teóricas y políticas) son el resultado de un conocimiento (en proceso de experimentación) que busca ser aplicado. ¡Sumar!
- Olfatear la comunicación, articularla, debatirla, soñarla... la comunicación en sí es un campo dialéctico, transformador y cambiante. Su poder está en el dinamismo.
- Integrar la flexibilidad como un campo de oportunidades, desde ahí crecer, desarrollarse y validar nuevas perspectivas para los presentes y futuros desafíos... ¿qué mejor?

BIBLIOGRAFIA

- Astudillo, Fernanda. Psicología organizacional humana. Santiago, UAI, 2008.
- Bonet, Antonio. El Surrealismo. Madrid, Cátedra, 1983.
- Costa, Joan. La comunicación en acción (informe sobre la nueva cultura de la gestión). Buenos Aires, Paidós.
- Echeverría, Rafael. Escritos sobre aprendizaje. Santiago, J.C. Sáez, 2009.
- Fuenzalida, Valerio. Televisión y cultura cotidiana (la influencia social de la TV percibida desde la cultura cotidiana de la audiencia). Santiago, Promoción Universitaria, 1997.
- Hogarth, Robin. Educar la intuición. Barcelona, Paidós, 2002.
- Manucci, Marcelo. Contingencias. Bogotá, Norma, 2010.
- Maturana, Humberto. El árbol del conocimiento. Santiago, Universitaria, 2006.
- Olalla, Julio. Nuevo discurso de lo que es aprender. Santiago, Newfield, 2002.
- Orozco, Guillermo. La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa. Jalisco, Universidad de la Plata e Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario, 1997.
- Prieto, Daniel. Comunicar. Buenos Aires, V&R, 2006.
- Wolton, Dominique. La otra mundialización. Barcelona, Gedisa, 2003.