

COMUNICACIÓN EN ÉPOCA DE CAMBIO (UNA APROXIMACIÓN A LA COMUNICACIÓN EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO)

Castellanos, Marlenis

RESUMEN

En este ensayo se pretende reflexionar sobre las nuevas formas de comunicación que se han apoderado de la sociedad y que están planteando nuevos abordajes en el estudio del tema, en el ámbito de la sociedad de la información y del conocimiento. Se parte de la premisa de que comunicarse implica una relación mucho más compleja que intercambiar información y que involucra un proceso de construcción colectiva de saberes. En un primer momento se revisarán los conceptos clásicos de comunicación que han establecido la pauta en la investigación del tema, y en un segundo momento se abordarán las nuevas teorías e investigaciones que permiten la construcción colectiva de nuevos modelos para comunicarse en la sociedad del conocimiento. El objeto de estudio de esta investigación se fundamentó en una investigación documental de autores tradicionales en la disciplina, a quienes se les contrastó con los abordajes que explican y aportan visiones y percepciones con las nuevas aproximaciones comunicacionales en la Sociedad del Conocimiento.

Palabras claves: Comunicación, Sociedad de la Información, Sociedad del Conocimiento

COMMUNICATION IN TIMES OF CHANGE (AN APPROACH TO COMMUNICATION IN THE KNOWLEDGE SOCIETY)

ABSTRACT

This essay seeks to reflect on new forms of communication they have seized the society and who are considering new approaches in the study of the topic in the field of information and knowledge society. Part of the premise communication involves a much more complex relationship to exchange information and it involves a process of collective construction of knowledges. First review the classic concepts of communication which have established the pattern in the investigation of the issue and new theories and research that enable the collective construction of new models for communication in the knowledge society will be addressed in a second time. The purpose of this research study was based on a documentary research of traditional authors in the discipline who are contrasted with the approaches that explain and bring visions and perceptions with the new communication approaches in the knowledge society.

Keywords: Keywords: Communication, information society, knowledge society

1. El problema

La comunicación es uno de los primeros elementos que salen a colación cuando se hacen análisis organizacionales. En cualquier momento del proceso, aparecerá el tema comunicacional como un ítem fundamental, casi siempre relacionado con los problemas que enfrenta el grupo, y entre las soluciones no faltará un apartado especial con un decálogo de propuestas tendentes a mejorar las limitaciones organizacionales para comunicarse.

Esta situación, proveniente de asesores externos o producto de reflexiones internas, tiende a complicarse debido a la velocidad y los cambios tecnológicos con los cuales se ha movido la sociedad en las últimas décadas. El ritmo casi desbocado de giros que se han presenciado en las últimas décadas, supone rupturas en la manera de concebir el trabajo, las organizaciones, la gerencia y la manera de comunicarnos. Ante esta realidad, no dejamos de preguntarnos ¿Cómo es la comunicación en la sociedad de la información y del conocimiento ¿Cuál debe ser el aporte de la comunicación en la deconstrucción-reconstrucción de las nuevas formas de trabajar que estamos observando?

El hombre de hoy ha sido testigo y partícipe del surgimiento de la sociedad del conocimiento. A conciencia (o sin ella) forma parte de una malla que se ha ido tejiendo a su alrededor, y ello supuso (y supone) rupturas en la manera de aprender, de adquirir conocimientos, de compartir información y de crear nuevas organizaciones y nuevas propuestas gerenciales. Por ello surgen algunas interrogantes ¿Cómo debería ser la comunicación en esta sociedad? ¿En qué se diferenciará de la tradicional? Estamos ante el reto de sumar elementos que contribuyan en la creación colectiva de nuevas propuestas de comunicación en la sociedad del conocimiento.

Los rápidos cambios que estamos viviendo, requieren la revisión de algunos paradigmas, entre ellos el de la información, la comunicación y su papel en la globalización y la postmodernidad. Sobre este tema hay abundante bibliografía, entre las que destacan las que señalan que la sociedad actual se desplaza de la era de la Modernidad a la era de la Postmodernidad (Llano, 1994), las que señalan que nos desplazamos hacia la Sociedad Post-capitalista (Drucker, 1994) o hacia la Sociedad del Conocimiento (Stewart, 1998). Otros autores describen nuestra época como la Sociedad Tecnológica (Nora y Minc, 1984) o como la Sociedad de la Información (Rojas, 1994). Estos autores coinciden en la apreciación de que la humanidad cuenta con la misma información globalizada, aunque la manera de apreciarla, procesarla e interiorizarla, está condicionada por el entorno cultural social y nacional de quien percibe dicha información.

La comunicación se asume, desde esta perspectiva, como un concepto donde la información se convierte en conocimiento, y el manejo de ese

conocimiento en una interacción constante entre los integrantes de la sociedad, la transforma en un potencial integrador. Por ello es importante revisar el aporte del ciclo definido en la pirámide informacional, en la cual destaca el hecho de que un elemento se concatena con otro para co-crear conocimiento: el dato, mínima expresión de la información, debe ser procesado para convertirse en información como significado; sin información no hay conocimiento (información como comprensión) y por último, si no se dispone de conocimiento no es posible aprovechar la información como oportunidad.

Partiendo de los enunciados que configuran el contexto problemático, el objetivo general de la investigación radica en vislumbrar nuevos epístemes de la comunicación en la Sociedad de la Comunicación/Conocimiento, para lo que se plantearon dos objetivos específicos:

- Reflexionar sobre el estado actual del uso de la comunicación en la gerencia y las organizaciones.
- Abordar una aproximación comunicacional en la Sociedad del Conocimiento.

2. Aspectos metodológicos

La investigación se realizó bajo la modalidad documental descriptiva, con revisión bibliográfica relacionada al tema. Producto de las lecturas y referencias digitales, se ofrece un resumen de las propiedades de la comunicación y su importancia en la Sociedad del Conocimiento. Las preguntas y reflexiones en torno al tema, parten de la percepción que existe una visión del mundo integrada, articulada, articulante, cambiante y caótica, donde el hombre y su ambiente se convierten en elementos fundamentales, claves y estratégicos, que puede y debe ser abordado como una dupla que forma parte de un complejo universo de relaciones e interrelaciones. En este contexto, el hombre tiene un papel transformador al ser capaz de mejorar su entorno a través de la comunicación y el conocimiento.

La matriz epistémica de este estudio se apoyó en el enfoque fenomenológico, el cual sostiene que el objeto de estudio es observado desde adentro “se busca la esencia en su conciencia, es la vuelta del mundo vivido para buscar el significado del fenómeno” (Leal Gutiérrez, 2005) y se le asocia con lo inductivo, lo holístico, lo subjetivo, lo intuitivo y lo intangible.

3. Desarrollo teórico argumentativo

3.1 Modelos lineales y circulares

Los estudios de la comunicación fueron asimilados hasta finales del siglo XX desde dos perspectivas: una mirada lineal y otra visión circular. Los primeros modelos se basaban en el modelo de comunicación de Harold Laswell (1948) quien mejoraba el ya clásico modelo Mensaje-Emisor-Receptor de David Berlo, y planteaba una “teoría de la transmisión de mensajes” al responder las preguntas “¿Quién dice qué, en qué canal, a quién, con qué efecto?”.

Las investigaciones focalizaron la comunicación de masas desde varios modelos: desde la perspectiva de quién habla y/o desde el inicio del acto de comunicarse (análisis del control); otros enfocaron sus ideas en el qué dice (análisis de contenido); algunos en las referencias de las personas con relación al medio de comunicación (análisis de audiencia) y otros se centraban en el impacto que producía el mensaje (análisis de los efectos).

Casi en paralelo, Claude Shannon y Warren Weaver (1949) iniciaron la Teoría Matemática de la Información para estudiar aspectos técnicos de la comunicación orientada, fundamentalmente, hacia el mundo de la ingeniería, e incorporaron elementos novedosos, como señales, y transmisión y ruido. Concebían el canal como un medio tecnológico o natural, y años después se le agregaría a este modelo, la distinción entre ruidos físicos y semánticos.

El modelo lineal parte de que la comunicación es un mero transporte, y que la clave del significado está en el propio mensaje y no en las personas como sujetos de la comunicación. Se tiene una concepción general de la comunicación como si fuera una cinta transportadora de conocimiento y de informaciones de una persona a otra.

Otras posturas epistémicas trabajaron con el modelo circular de comunicación, lo que significó dejar de lado la aparentemente clara distinción emisor-receptor, y el uso de nuevos conceptos que complementaron los modelos lineales e hicieron que el proceso comunicativo estuviera más adaptado a la realidad.

Los modelos circulares definen la comunicación como algo más que transmisión de ideas, convirtiéndola en un proceso en el que fuentes individuales inician mensajes usando símbolos convencionales, signos no verbales y señales contextuales para expresar significados por transmisión de información, de tal manera que otro proceso similar (o paralelo) de comprensión es producido por quienes reciben el mensaje. Schramm (1949), Maletzke (1963) y Berlo (1960) fueron construyendo lo que se ha denominado el modelo circular de la comunicación, que insiste en la ida y vuelta del contenido informativo como su

esencia. En el modelo circular se propone, por tanto, una visión más amplia de comunicación con una concepción temporal que describe cómo esta tiene lugar de una forma más realista.

El impulso y la importancia que ha tenido el elemento comunicación en la sociedad de la información o de la comunicación, obligan a preguntarnos si seguimos estudiando, asumiendo, observando y asumiendo la comunicación con parámetros de una realidad que no es la nuestra. Ciertamente, desde que Aristóteles planteó la primera aproximación de comunicación que se conoce, los cambios y las investigaciones han derivado en modelos complejos que implicaron un largo recorrido epistémico, y que presentan nuevos modelos de comunicación que se concatenen con la nueva sociedad que afrontamos.

3.2 Comunicación como relacionamiento

Como concepto de comunicación, trabajaremos con varios investigadores, entre ellos Rojas (2001), quien especifica que comunicarse es mucho más que intercambiar información, puesto que “implica un proceso de construcción colectiva, basado en necesidades, expectativas y proyectos de las personas que intervienen” (p.369). También entenderemos la comunicación como la transferencia de contenidos, la coordinación de comportamientos y la coordinación de conductas que por sí solas no podrían crear actos colectivos recurrentes.

En la sociedad y en las organizaciones, el uso de la información y de la comunicación ha caminado en paralelo con las teorías gerenciales. Usualmente la información ha sido concebida como soporte operacional, tecnológico, estratégico y vital, en la medida que las organizaciones y los grupos sociales dejaban de ser rígidas. López (2004) explica que el estudio del comportamiento organizacional fue “atravesado” por los enfoques clásicos que dominaron el inmenso campo discursivo de las ciencias sociales y del comportamiento organizacional expresado a través de las teorías clásicas del enfoque epistemológico positivista, las cuales concebían el comportamiento humano como la consecuencia de la interrelaciones funcionales de estructuras o sistemas: cultural, organizacional, grupal e individual; de allí que se crearan campos discursivos cerrados que excluían enfoques alternativos. Estos modelos concebían la información y la comunicación como una tarea más a ser trabajada desde las organizaciones.

Por ello abordaremos la comunicación desde la perspectiva de la pirámide informacional, en la cual se explica que convertir el dato en inteligencia implica someter los niveles de la información a diferentes procesos de elaboración informacional, los cuales van desde el dato al análisis de la información; la

evaluación a nivel de conocimiento y decisionales a nivel de inteligencia (Páez, 1992).

Al extrapolar lo anterior hacia la evolución de la gerencia, se obtendrá que el problema no radica en no disponer de datos, de información o de conocimiento; lo que realmente falta es un eficiente y oportuno uso de la información, para someterla a los procesos de agregación de valor (organizacionales, análisis, evaluativos, decisionales), que permitan potenciar cualquier dato.

En la pirámide informacional destaca el hecho que un elemento se concatena con el otro: si no se procesa el dato, no puede trabajarse con la información como significado; sin información no hay "conocimiento" (información como comprensión) y por último, si no se dispone de "conocimiento", no es posible aprovechar la "información como oportunidad".

Tener conocimiento se relaciona con la percepción de las cosas. "Un conocimiento no es el espejo de las cosas o del mundo exterior" (Morin, 1999: 11) sino que son parte de las percepciones, traducciones y reconstrucciones cerebrales a partir de estímulos o signos captados y codificados por los sentidos. Para Morin, las sociedades domestican a los individuos con los mitos y las ideas, los cuales a su vez domestican a las sociedades y los individuos, pero los individuos podrían recíprocamente domesticar sus ideas al mismo tiempo de controlar la sociedad que los controla. A su juicio, el conocimiento no se produce de manera aislada, y el manejo de las informaciones o de los elementos aislados entre sí es insuficiente. Según este autor las informaciones y los elementos deben ubicarse en su contexto para que adquieran y tengan sentido: la palabra necesita del texto y el texto necesita del contexto donde se enuncia.

3.3 Construir la red

La relación hombre-sociedad y aprendizaje necesita de la suma de la mayor cantidad posible de información y del entorno en el cual se aprende. Según Morin, lo global es más que el contexto: es el conjunto que contiene partes diversas ligadas de manera inter-retroactiva u organizacional. De esa manera, una sociedad es más que un contexto:

... es un todo organizador del cual hacemos parte nosotros (...) las unidades complejas, como el ser humano o la sociedad, son multidimensionales; el ser humano es a la vez biológico, psíquico, social, afectivo, racional. La sociedad comporta dimensiones históricas, económicas, religiosas (...) el conocimiento pertinente debe reconocer esa multidimensionalidad e insertar allí sus informaciones. (Morin, ob.cit:11)

Lo instantáneo, caracterizado por lo atemporal y lo omnipresente, junto con la información como valor agregado de los bienes desmaterializados, son parte del día a día de cualquier organización de la Sociedad de la Información. Lo real da paso a lo virtual. Con las nuevas dimensiones se crean nuevas realidades. La información se convierte, en esta sociedad, en un bien administrable, en un intangible de mucho valor.

Al respecto, varios autores han focalizado sus investigaciones en la sociedad de la información, la globalización, las relaciones de poder, la inmediatez, la rapidez y la instantaneidad de las informaciones y las nuevas formas de interactividad del aprendizaje. Uno de ellos, Trejo (2001), explica que los flujos de información continúan siendo unilaterales a pesar de las múltiples posibilidades de interacción derivadas del uso de las nuevas tecnologías (y específicamente en Internet); para él, la brecha informacional entre los países con acceso a las nuevas tecnologías y los rezagados, continúa siendo la diferencia entre países que aprovechan sus recursos info-comunicacionales y quienes desperdician información y conocimiento.

Según ese autor, la nueva relación del hombre y el acceso a la información se ha trastocado, y conceptos como “centro y “periferia” se trastocaron radicalmente porque todos podemos ser el centro aunque no sepamos qué tan lejos están los alrededores, las fronteras se encuentran no en el mundo virtual sino en el mundo real. Para este autor, la globalización está transformando continuamente las relaciones entre el centro y la periferia, y de igual manera modifica las percepciones de sí mismo y de los otros dentro de ambos mundos. “En eso consiste justamente la postmodernidad; en una cultura no canónica hecha de combinaciones inverosímiles” (Brunner, citado en Lanz, 2001)

Al explicar los rasgos que caracterizan a la Sociedad de la Información, Trejo (ob.cit) destaca la exuberancia como primer rasgo distintivo: la cantidad de información que inunda la cotidianidad es significativa, asimismo destaca la omnipresencia y la irradiación de la información a la cual se tiene acceso; igualmente la velocidad para enterarse de los grandes acontecimientos de la historia diaria.

Según su criterio, la Sociedad de la Información es una de las expresiones más promisorias y contradictorias de la globalización, ya que a pesar de que se han difuminado las fronteras entre la dimensión local y la dimensión planetaria, y entre la periferia y el centro, los flujos de la comunicación siguen siendo unilaterales. A juicio de Trejo (ob.cit), la televisión se ha mundializado sin que ello implique la presencia de una aldea global. La mundialización mediática modifica las maneras de percibir la dimensión local y regional, de la misma forma como altera los alcances tradicionales de la dimensión nacional y la dimensión mundial.

Las organizaciones, las empresas, la sociedad en general han sufrido y están viviendo transformaciones significativas en el uso y disfrute de la comunicación. La tecnología, de ser un soporte, se convirtió en una herramienta esencial en las nuevas organizaciones que están surgiendo. En la actual sociedad se observa una disminución de bienes, de inventarios, uso del tiempo y de presencia física en los nuevos modelos de gerencia, nuevas modalidades en las transacciones electrónicas y nuevos estilos de comunicación.

El hecho de que exista tecnología masificada para la interconexión, ha dado cabida a las redes (formales e informales). Ellas están gestando estructuras con formas finales aun desconocidas que poco a poco han ido transformando el concepto de jerarquía y de los comportamientos dentro de la organización.

3.4 Nueva realidad, nuevas teorías

La clásica estructura piramidal de la comunicación, definió una jerarquía verticalizada para transmitir la información en la sociedad. Este tipo de estructura se justificaba por la información que poseían los diferentes niveles jerárquicos y por su responsabilidad en el análisis de la información que implicaba la toma de decisiones.

La realidad actual hace que la velocidad de respuesta se haya convertido en una ventaja, y se requiere que la información fluya rápidamente en cualquier dirección exigiéndose rápidas tomas de decisiones. Esta exigencia se entiende cuando se observa el aplanamiento de las estructuras organizacionales, transformándolas en empresas horizontales, de naturaleza reticular o en sociedades de redes, pero tal como lo expresa López (2004)

... la conversión de la sociedad en una sociedad de redes indica además que el mundo empresarial donde el sujeto laboral realice su modo de vida organizacional, está siendo igualmente poblado por estas nuevas formas organizativas. (López, 2004:190)

Este proceso ha dado lugar a la integración de funciones y a la constitución de actividades en grupos, siendo oportuno citar nuevamente a ese autor quien señala:

Como sociológicamente los equipos son sistemas de relaciones interpersonales y toda relación interpersonal es un sistema de interacción, y como toda interacción es por definición comunicación, las organizaciones basadas en equipos han terminado siendo entonces sistemas de comunicación o redes de información. (López, ob.cit)

De tal manera que las nuevas organizaciones y sociedades reticulares, en tanto sistemas de comunicación, tienden a deconstruir-reconstruir el proceso de comunicación, donde se pierda y desconfigure la forma monológica para adoptar formas comunicativas dialógicas.

Algunos autores apelan a la generación del conocimiento como base para que la disyuntiva consumo-sustentabilidad se minimice:

Las Sociedades de la Información se caracterizan por basarse en el Conocimiento y en los esfuerzos por convertir la información en conocimiento. Cuanto mayor es la cantidad de información generada por una sociedad, mayor es la necesidad de convertirla en conocimiento. (Ortiz, 1995)

Bajo las nuevas formas organizativas, los canales de comunicación originan estructuras más aplanadas, con procesos comunicaciones más concertados, mensajes más rápidos y con capacidad de respuesta con mayor inmediatez.

Para Olmedo (2005) las capacidades tradicionales de planificación, organización, dirección, coordinación y control, no son suficientes para atender las demandas del nuevo entorno. Las nuevas capacidades deben incluir una visión compleja, lo que significa tener la habilidad de ver conscientemente o de tener la capacidad de modificar las percepciones de la realidad. También se necesita de un pensamiento complejo, es decir, tener capacidad de pensar de manera paradójica y estar en desacuerdo usando las energías creativas que originan las diferencias. Igualmente se precisa de un sentimiento complejo, que se refleje en altos niveles de energía emocional, de vitalidad; un conocimiento complejo donde se combine lo cognitivo con la intuición y la percepción; una actuación compleja, que permita el reconocimiento de la globalidad, donde se actúe por el bien común y en beneficio de lo global y no de lo individual; una confianza compleja, que abandone la predicción y el control. También se asume la utilidad del caos, de la incertidumbre, se aumenta la flexibilidad en los comportamientos. Por último, un ser complejo está abierto a un aprendizaje continuo, complejo y con capacidad para relacionarse.

Capra (sf), al hablar del pensamiento complejo, precisa que los sistemas vivos son totalidades integradas cuyas propiedades no pueden ser reducidas a las de sus partes más pequeñas, porque sus propiedades esenciales o sistémicas son propiedades el conjunto que ninguna de las partes tiene por sí sola, por ello sostiene que los sistemas vivos no pueden ser comprendidos desde el análisis, ya que las propiedades de las partes no son propiedades intrínsecas y sólo pueden entenderse desde el contexto del todo mayor.

De estas propuestas se desprende que la gestión en las nuevas organizaciones presenta una necesidad de diálogo, de interacción, del manejo de

paradojas, de amplitud frente a las percepciones y las subjetividades, de vitalidad, de redefinición de los marcos de acción basado en actitudes y no en regulaciones o normativas, entre otros aspectos.

Esta invitación hacia nuevas formas de comunicación en las organizaciones, ha sido revisada en profundidad por Echeverría (2000), quien al definir una ontología del lenguaje, recuerda que antes de la invención del alfabeto, los humanos vivían en un “lenguaje del devenir” y explicaban que de alguna forma las cosas sucedían porque las hablábamos. Para este autor, lenguaje y acción se presentaban unidos y se aprendía a través de lo que los poetas comentaban y consideraban como válido.

En su recorrido por la historia del lenguaje, Echeverría explica que con la invención del alfabeto, se separó al orador, el lenguaje y la acción, produciéndose un desplazamiento de un lenguaje de acción a un lenguaje de ideas. El énfasis dejó de estar en las acciones y pasó a ser considerado como el ser de las cosas. Se dejó atrás el lenguaje del “devenir” por el lenguaje del “ser”, con lo cual el pensamiento se volvió reflexivo, racional, certero, lógico y el instrumento para alcanzar lo verdadero y lo falso en las ciencias.

Otros cambios de suma importancia los produjo la invención de la imprenta. Según explica Echeverría (ob.cit), al masificar el proceso de lectura se generaron consecuencias sociales, la democratización y extensión de la racionalidad a todos los rincones de la vida social. Siglos más tarde, la llegada del lenguaje electrónico ha actuado como un “detonador” que une varios medios de comunicación y hace posible la idea de que el mundo se convierta en la Aldea Global que predijo MacLuhan hace más de 30 años atrás.

Con el nuevo lenguaje producto de la cibernética, la distancia es cada vez más irrelevante y cambiará la forma en que vivimos, el cambio se hace permanente y la predominancia del “ser” está siendo sustituida por el “devenir”, con lo cual el observador “metafísico” se está agotando.

Según este autor, el lenguaje es la clave para comprender los fenómenos humanos, y parte de la premisa de que la existencia humana reconoce tres dominios primarios: dominio del cuerpo (posturas), dominio de la emocionalidad (emociones) y dominio del lenguaje (lo que se dice, lo que se escucha). Estas relaciones de coherencia habilitan la posibilidad de efectuar reconstrucciones sin reduccionismos, y nos permiten reconocer la existencia de dominios existenciales no lingüísticos relacionados con los dominios del cuerpo y de la emocionalidad.

Sostiene, además, que el lenguaje genera el ser. El lenguaje es acción y hace que las cosas ocurran, es capaz de alterar acontecimientos. El lenguaje es activo “Basta pensar en las oportunidades en las que una persona, un grupo, un

país, cambiaron de dirección y alteraron su historia porque alguien dijo lo que dijo".
(Echevarría, ob.cit: 10)

4. A modo de conclusión

Las sociedades están entendiendo y aprendiendo que el conocimiento especializado e individual tiene valor limitado, y que su valía se eleva si se combina o fusiona en algo multidisciplinario y diverso. De hecho, las fusiones o adquisiciones organizacionales emergentes buscan primordialmente incrementar las capacidades de las organizaciones. Así, el trabajo en equipo debe pasar a ser trabajo de equipos multifuncionales. Esto es un reto para quienes están re-aprendiendo en organizaciones con procesos de comunicación novedosos, con aprendizajes, habilidades y capacidades mayores que les permitirán pertenecer y mantenerse dentro de las organizaciones.

Capacidades, trabajo en equipo, organizaciones reticulares; estas realidades se concatenan con los novedosos conceptos que están surgiendo con el nuevo siglo. Destaca por su importancia vital, la comunicación y el impacto de las nuevas tecnologías en esta realidad que nos asombra y nos conecta con el resto del mundo. En este marco se concibe, entonces, que las organizaciones planteen sus relaciones desde una perspectiva holística e integrada, donde se revisen las perspectivas de los integrantes de un grupo u organización. Por ello, la necesidad de re-aprender la realidad que permita abordar la construcción colectiva de nuevos modelos para comunicarse en la sociedad del conocimiento.

5. Referencias Bibliográficas

CASTELLS, M. (2004): *La Era de la Información. Economía, Sociedad y Cultura*. Vol. II. Siglo Veintiuno Editores, Quinta Edición en español. México.

CAPRA, Fritjof (sf): *La trama de la vida. Una nueva perspectiva de los sistemas*. (Material Mimeografiado).

DRUKER, P. (1994). *La sociedad postcapitalista*. (Primera reimpresión). Colombia. Editorial Norma

ECHEVERRÍA, R. (2005): *Ontología del Lenguaje*. Granica, Buenos Aires,

LANZ, R. (Comp.) (2001). *Organizaciones Transcomplejas*. Caracas IPOSMO. / CONICIT.

LOPEZ, F. (2004): *Del Comportamiento organizacional a la práctica de producción del sentido*. En: Lanz, R (comp), Organizaciones Transcomplejas, Iposmo, Conicit, Caracas

MORIN, E. (1999). *Los siete saberes necesarios para la educación del futuro*. UNESCO. Traducido por Mercedes Vallejo-Gómez. Disponible: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001177/117740so.pdf> (Consulta: Diciembre 2008)

OLMEDO, F. y otros (2005). *De la linealidad a la complejidad: hacia un nuevo paradigma*. Cuaderno de Estudios Empresariales. (15), 73-92. Disponible: www.ucm.es/BUCM/revistas/emp/11316985/articulos/CESE0505110073A.PDF. (Consulta: Enero 2009)

ORTIZ, F. (1999): *Comunicación, Gerencia y Futuro: una interpretación posmoderna*. En Revista Venezolana de Gerencia. Año 4 N° 9. Disponible: http://www.serbi.luz.edu.ve/scielo.php?script=sci_serial&lng=es&pid=13159984&nr m=iso (Consulta: Marzo, 2009)

PÁEZ, I. (1992): *Gestión de la Inteligencia Social*. USB. Gestión de la Inteligencia. Aprendizaje Tecnológico y Modernización del Trabajo Informacional. Retos y Oportunidades. Universidad Simón Bolívar-Conicit, Primera Edición. Caracas,

ROJAS, L. (2001): *Comunicación, Conflicto y Negociación*. Revista Telos. Vol. 3 (3), (Material Mimeografiado)

TREJO, R. (2001): *Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital*. Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación. N° 1/ Septiembre-Diciembre 2001. Disponible: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm> (Consulta: Septiembre 2007)