

Comunicación e inteligencia social: nuevas realidades para aproximarnos a otros modelos de comunicación

La caída de las tradicionales formas de comunicación para dar paso a nuevas construcciones de realidades y comunidades virtuales, están impactando especialmente las bases y los conceptos en torno a la comunicación y la inteligencia.

El ser humano está construyendo una simbiosis con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación que le está permitiendo representarse, organizarse y comprenderse desde múltiples y diversas perspectivas. Realidad y certeza, en plena sociedad de la información y del conocimiento, están redimensionando sus paradigmas y límites, que antes permitían apostar por un futuro ordenado y, por lo tanto modificable gracias a variables relativamente predecibles.

Las nuevas realidades se erigen sobre la base de una realidad omnipresente, creada por un conocimiento imperecedero que se crea y se recrea constantemente gracias al vínculo creado por la super autopista de la información, en una especie de meta-realidad en la cual el alma se refleja en gigabytes, donde el humano busca casi con desesperación el contacto con el otro y paradójicamente, tiende a alejarse de quienes están cerca físicamente.

Los estudios relacionados con la inteligencia, la comunicación, han sido un foco de permanentes discusiones, pero no fue hasta finales del siglo pasado e inicio del actual, cuando se produjeron los más

rápidos cambios en torno a ambos temas. La comunicación fue concebida hasta finales del siglo XX desde dos perspectivas: una lineal y otra visión circular. El modelo lineal partía de que la comunicación es un mero transporte y que la clave del significado está en el propio mensaje y no en los sujetos de la comunicación. Se concebía a la comunicación como si fuera una cinta transportadora de conocimiento y de informaciones de una persona a otra. Por su parte, el modelo circular de comunicación 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.

La inteligencia y su estudio estuvo asociada al conocimiento puro, a la capacidad para almacenar información en la memoria, de vincular la mayor cantidad de información y/o conocimiento al razonamiento o a las destrezas numéricas y verbales. Las postrimerías del siglo XX se caracterizaron por sus aportes con relación a la inteligencia asociada a competencias y destrezas, según lo cual un estudiante con menciones honoríficas resultaba tan exitoso o *inteligente* como otro que se destacaba por su excelencia musical, deportiva o artística. De alguna manera, las últimas investigaciones en torno a la inteligencia han retomado el pensamiento aristotélico, filósofo que explicaba que la

Los cambios epistémicos, las nuevas teorías en torno a la inteligencia y los vertiginosos cambios en las formas de comunicarnos, han permitido que el ser humano protagonice diariamente la (re)construcción de saberes y comunidades de aprendizaje que derivan en novedosos procesos en los cuales la comunicación y la inteligencia social conforman el entramado reticular del conocimiento en la sociedad de la información. Este trabajo se sustentó en el paradigma interpretativo y se fundamenta en la Teoría de la Fenomenología para investigar, desde un proceso intersubjetivo, a quince expertos en el área de la comunicación y la gerencia del estado Lara, en torno a la interrelación entre comunicación e inteligencia social.

■ MARLENIS CASTELLANOS

inteligencia, hacía al hombre *inteligible* y le permitía entender el mundo, entre otras razones porque el hombre no es una *cosa* del universo, sino habitante de él. Para el griego, la inteligencia era (es) la potencia que hace diferente a los hombres de todos los entes animados y en el ejercicio y perfeccionamiento de esta potencia, radicará su virtud y su felicidad perfecta.

Entender la comunicación en la sociedad del conocimiento pasa por desmontar las teorías que vinculaban la inteligencia con el coeficiente intelectual y las habilidades lingüísticas y matemáticas, para ampliar el rango hacia las inteligencias múltiples propuesto por Gardner y su concepto de inteligencia interpersonal entendida como la capacidad para comprender a los demás, sus motivaciones y su manera de trabajar en equipo. Además, se comprenderá esta inteligencia interpersonal como capacidades y manejo de las emociones y de motivaciones como mecanismos esenciales para estructurar complejos procesos de comunicación.

Goleman (1995) vinculaba el manejo de las emociones y la capacidad para relacionarse como inteligencia interpersonal que permitía lograr una inteligencia social, como comprender a los demás. Años más tarde, el mismo Goleman (2000), amplió su concepto al afirmar que “una manera distinta de ser inteligente” implica el manejo de las emociones, lo que involucra manejar los sentimientos con efectividad y adecuadamente, de tal forma que las personas puedan trabajar juntas para lograr una meta común en las organizaciones.

El impulso y la importancia que han tenido los conceptos inteligencia y comunicación en la sociedad de la información (o de la comunicación), obligan a preguntarnos si seguimos estudiando, observando y asumiendo la comunicación con parámetros que no reflejan la realidad contemporánea. Ciertamente, desde que Aristóteles propuso la primera aproximación de comunicación que se conoce, mucha historia ha corrido. Hoy, cuando las investigaciones apuntalan a la comunicación como un elemento clave de la postmodernidad, vale la pena indagar acerca de nuevas maneras, nuevas formas y posibles nuevos modelos de comunicación que se concatenen con la nueva sociedad que enfrentamos.

Inteligencia social y comunicación. Aprender a aprender para actuar

Se conoce por inteligencia social la capacidad de una sociedad para resolver sus



Hoy, cuando las investigaciones apuntalan a la comunicación como un elemento clave de la postmodernidad, vale la pena indagar acerca de nuevas maneras, nuevas formas y posibles nuevos modelos de comunicación que se concatenen con la nueva sociedad que enfrentamos.

problemas exitosamente. Páez (1992) vincula la inteligencia y la sociedad, al afirmar que es “la capacidad de una sociedad para resolver exitosamente los problemas que confronta mediante el aprovechamiento del conocimiento al que tiene o puede tener acceso” (1992:109).

En general, esta generación de conocimientos ha sido utilizada como sinónimo del concepto de descubrir la verdad, lo cual pudiera ubicar el término en acepciones más eruditas. Es entonces cuando se habla de una sociedad *sabia*, pero como especie de *sociedad biblioteca*. En el presente trabajo se asociará el concepto inteligencia a la capacidad para resolver. “La sociedad inteligente transforma los problemas en soluciones sobre la base de lo que conoce o puede conocer. Investiga para resolver y resuelve partiendo de las capacidades sociales reales y potenciales. Es una sociedad que aprende a aprender actuando” (Páez, 1992:110).

El investigador asocia la inteligencia con la *capacidad para resolver*, al especificar que una sociedad inteligente transforma los problemas en soluciones sobre la base de lo que conoce o puede conocer; investiga para resolver y resuelve partiendo de las capacidades sociales reales y potenciales. Es una sociedad que aprende a aprender actuando. Surge así el sustento de lo que se conocerá como la sociedad del conocimiento.

Según la pirámide informacional (Páez, 1980), convertir el dato en inteligencia implica someter los diversos niveles de la información a varios procesos de elaboración informacional, los cuales son, según el ni-

vel donde se apliquen, cuatro: organizacionales a nivel de dato; de análisis a nivel de la información; evaluativos a nivel de conocimiento y decisionales a nivel de inteligencia.

Al extrapolar lo expuesto anteriormente 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 permiten convertir el dato en inteligencia.

Cuando se estudia la Pirámide Informacional, destaca el hecho de que un elemento se enlaza con el otro. Es decir, 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* para la toma de decisiones. Es entonces, agregándole valor a cada nivel como se logra generar *inteligencia informacional*.

Caridad y Leal (2008) exponen que al gerenciar la comunicación en la complejidad del siglo XXI, es importante acentuar que los modelos de la comunicación apoyan la creación de equipos inteligentes y que se debe estar consciente de las nuevas realidades, de las interacciones entre los miembros del colectivo con la organización de la que forma parte y su entorno. Exponen que estas interacciones definen una red de significaciones que se construyen y reconstruyen, conformando un sistema asumido desde la perspectiva de la complejidad. Para los autores, la comunicación es un factor de poder en las organizaciones porque hace posible la cohesión e identidad de sus miembros y constituye la identificación, selección y combinación de los medios eficaces para el logro de los objetivos que se propone. Para ellos, la organicidad es una variable dependiente de la calidad de la comunicación, siendo esta la que mantiene interrelacionada las diferentes áreas involucradas, y que asumir las organizaciones como un espacio de contacto funcional entre sistemas implica una visión diferente del proceso de comunicación “el cual ya no está basado en la transmisión y persuasión, sino en la gestión de significados, la sincronía de percepciones en realidades compartidas” (ob.cit:43).

Agregan que si no hay realidades compartidas entre la organización y sus

públicos, no puede haber valor en la comunicación. “El valor como percepción emergente es un espacio común de intercambio dinámico-complejo; es un espacio intangible que se construye a partir de la percepción e interacción; de la percepción de valores, creencias, comportamientos, símbolos, entre otros hechos de la cultura y esencia del ser humano” (ob.cit:49). Argumentan que conformamos grupos de redes sociales en las cuales influyen y están activos los actos del habla que incorporan la retroalimentación como requisito para la comunicación efectiva.

Al revisar y cruzar los elementos antes señalados y al comprender que la velocidad y los cambios tecnológicos con los cuales se ha movido la sociedad en las últimas décadas suponen rupturas en la manera de concebir el trabajo, las organizaciones, la percepción de la realidad y la manera de comunicarnos, surgieron las siguientes interrogantes:

- ¿Cómo es la comunicación en la sociedad de la información y del conocimiento?
- ¿Cómo serían los modelos comunicacionales en la sociedad del conocimiento?

Objetivos de la investigación

Objetivo General

- Explorar los cambios epistémicos en las nuevas formas de comunicación y la inteligencia social en la sociedad del conocimiento.

Objetivos Específicos

- Examinar los constructos teóricos de la comunicación, la inteligencia social en el marco de la sociedad del conocimiento.
- Entender la relación entre la comunicación y la inteligencia social en la sociedad del conocimiento, en la creación de nuevos modelos comunicacionales.

Diseño de la investigación

Se realizó una investigación de campo en tres momentos reticulares:

- *Primer momento:* se utilizó como técnica entrevistas abiertas con observación participante y se utilizó como instrumento un cuestionario.



Los sujetos versionantes, por sus características profesionales y gerenciales, garantizaron un aporte significativo para la indagación y para su selección se utilizaron los criterios de heterogeneidad representativa y accesibilidad.

- *Segundo y tercer momento:* el enfoque fue hermenéutico, la técnica para el segundo momento fue la de reuniones focalizadas, y el instrumento fue la tabla resumen con la información obtenida en el primer momento. En el tercer momento se utilizaron reuniones focalizadas y el instrumento fue un cuestionario abierto.

Criterios de cientificidad de la investigación

La validez interna se obtuvo de quince expertos en comunicación social que trabajan en el área gerencial y de la comunicación en instituciones públicas y privadas del estado Lara, Venezuela. Los sujetos versionantes, por sus características profesionales y gerenciales, garantizaron un aporte significativo para la indagación y para su selección se utilizaron los criterios de heterogeneidad representativa y accesibilidad.

La heterogeneidad representativa se logró al contar con seis expertos en comunicación corporativa de empresas públicas y nueve de empresas privadas. De ellos, doce ocupaban cargos gerenciales en el área de la comunicación social y el resto ocupaban cargos administrativos en la gerencia media o en la investigación.

Se acudió a tres expertos para validar la coherencia interna, la consistencia externa, la precisión conceptual y lingüística, la originalidad, la potencia heurística, la aplicación práctica y la contrastabilidad de la investigación.

Nueve claves y tres categorías emergentes

Entre los hallazgos producidos por los sujetos versionantes del primer encuentro, destacó información clave relacionada con la socialización, la percepción y los procesos de aprendizaje y comunicación que tenían a la comunicación como un acto repetitivo de valores y creencias, y que la comunicación y la inteligencia reconstruían un aprendizaje tradicional. También se asoció la noción de inteligencia con valores cuantitativos, a elementos de estatus o de relaciones de poder.

En el segundo encuentro, los sujetos versionantes deconstruyeron y reconstruyeron procesos comunicacionales comunes para caracterizar la relación de la inteligencia social y la comunicación, y validaron las categorías objeto de estudio a través de la interpretación dialéctica con nueve palabras claves que destacaron en su discurso: valores, hábitos, tecnología, globalización, desinformación, redes sociales, sociedad fría, exceso informativo y conversaciones.

El tercer momento de la investigación permitió comprender la complejidad de la comunicación y la inteligencia social en la sociedad del conocimiento, las nuevas formas de modelar posibles estructuras comunicacionales y el valor agregado de la comunicación y la inteligencia social en la sociedad del conocimiento. El resultado fue una aproximación teórica a un sistema de comunicación emergente, integrado, holístico, inteligente, sustentado en el saber concertado y construido colectivamente. También surgieron *categorías emergentes* que permitieron diseñar un instrumento de análisis y sistematizar la información:

1. Comunicación como elemento básico de una sociedad (la expresión como necesidades básicas del humano).
2. Comunicación como significado y comprensión social (la forma de manifestar esas necesidades básicas).
3. Comunicación como eje integrador de la inteligencia social en la sociedad del conocimiento (el campo vital en el cual se sitúan dichas necesidades).

En la primera categoría –*Comunicación como elemento básico de la sociedad*– la comunicación fue abordada desde la cotidianidad y el aprendizaje que se obtiene desde el hogar. Entre los hallazgos destacaron la percepción que se tiene de que la comunicación puede ser un acto re-

petitivo de valores y creencias y que, por lo tanto, nociones relacionadas con la comunicación y la inteligencia reconstruían un aprendizaje tradicional.

La comunicación empieza desde que somos pequeños; ...la comunicación forma parte del aprendizaje en el hogar, en la escuela y en los otros agentes socializadores; o Nos podemos comunicar pero si alguien se cree superior a uno, esa comunicación no llega. Aprendemos por asociación, de las relaciones, por afinidad...cuando intervengo, busco aprobación con quien tiene cercanía o con quien creo que conoce del tema (ZC).

También destacaron otras frases como “compartir visiones”; “presencia de valores personales”; “la comunicación puede ser repetir una cultura aprendida, que re-

pite discursos y permite construir la realidad a partir de ellos”; “contamos con nuevas tecnologías pero continuamos repitiendo aprendizajes desde los agentes socializadores primarios”.

Una vez presentados y validados los resultados del primer momento epistémico, los sujetos versionantes emprendieron la conversación asumiendo que habían repetido paradigmas convencionales relacionados con los tópicos discutidos. Esta visión crítica les permitió transformar su posición inicial, al internalizar que tenían –en mayor o en menor grado– conocimiento y teorías menos rígidas de las que creían sobre comunicación e inteligencia. Al internalizar esta situación, se apropiaron de visiones y concepciones más completas y complejas. Se obtuvo el siguiente modelo de comunicación:

En la categoría –*Comunicación como significado y comprensión social*–, destacó el hecho de que la comunicación se concibe como una red que se va entrelazando a medida que se entrelazan las relaciones. La metáfora del tejido que se va entrecruzando desde las relaciones sociales básicas (familia, instancias socializadoras) se va entrelazando con grupos más complejos y tecnológicos en donde la información, el conocimiento, van conformando una realidad compartida e integrada.

También se dificultó realizar las conexiones entre comunicación e inteligencia social y costó asociar ambos conceptos como una realidad o posibilidad organizacional. Destacaron que las relaciones y tradiciones se reproducen en las organizaciones al momento de asumir la inteligencia y la comunicación.

La tercera categoría –*Comunicación como eje integrador de la inteligencia social en la sociedad del conocimiento*– permitió que los expertos compartieran la idea de que la acción de comunicarse debe ser abordada como un proceso dinámico donde intervienen múltiples factores y que implica procesos cognitivos donde convergen aprendizajes, competencias, empatías, y de visiones y valores comunes. Para ellos, la comunicación es uno de los hilos invisibles y claves que soportan la sostenibilidad organizacional y puede permitir, o no, la apertura para incluir nuevos paradigmas o estructuras que amplíen las fronteras del proceso comunicacional. Al asumir que la comunicación implica procesos culturales aprendidos, que permite repetir discursos y construcciones de la realidad, sostuvieron que las organizaciones al ser entendidas como sistemas, establecen procesos vitales donde cada uno de sus integrantes es una pieza clave.

El proceso humano de comunicarse puede albergar y contener más información de la que se obtiene. Por ello, la propuesta investigativa sostuvo que hay que intentar buscar, observar e interpretar la mayor cantidad de información que subyace en forma de *claves* en las personas y que estas *claves* pueden ser descifradas desde diferentes métodos interpretativos.

Entre las claves detectadas, los sujetos versionantes destacaron las siguientes frases que se convirtieron en elementos integradores e inter-relacionadores de una red semántica: *valores, conversaciones, globalización, tecnología y hábitos*.

FIGURA 1. COMUNICACIÓN COMO ELEMENTO BÁSICO DE UNA SOCIEDAD (LA EXPRESIÓN COMO NECESIDADES BÁSICAS DEL HUMANO)

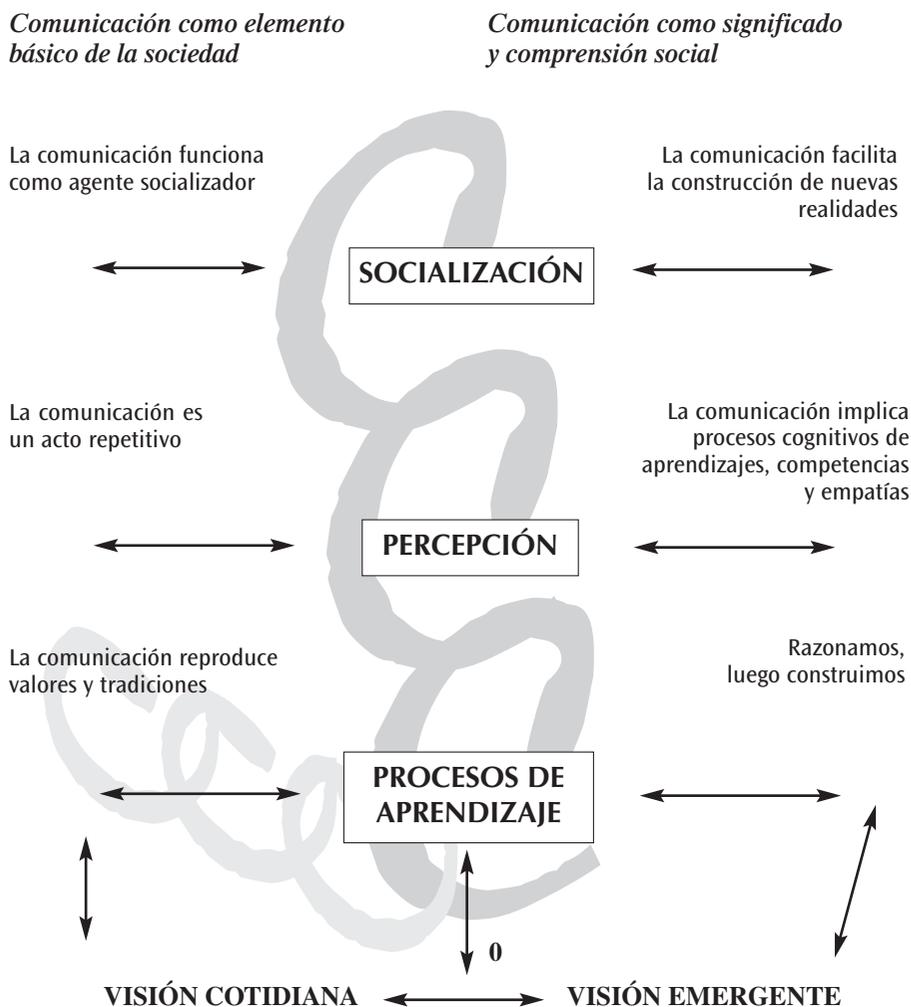
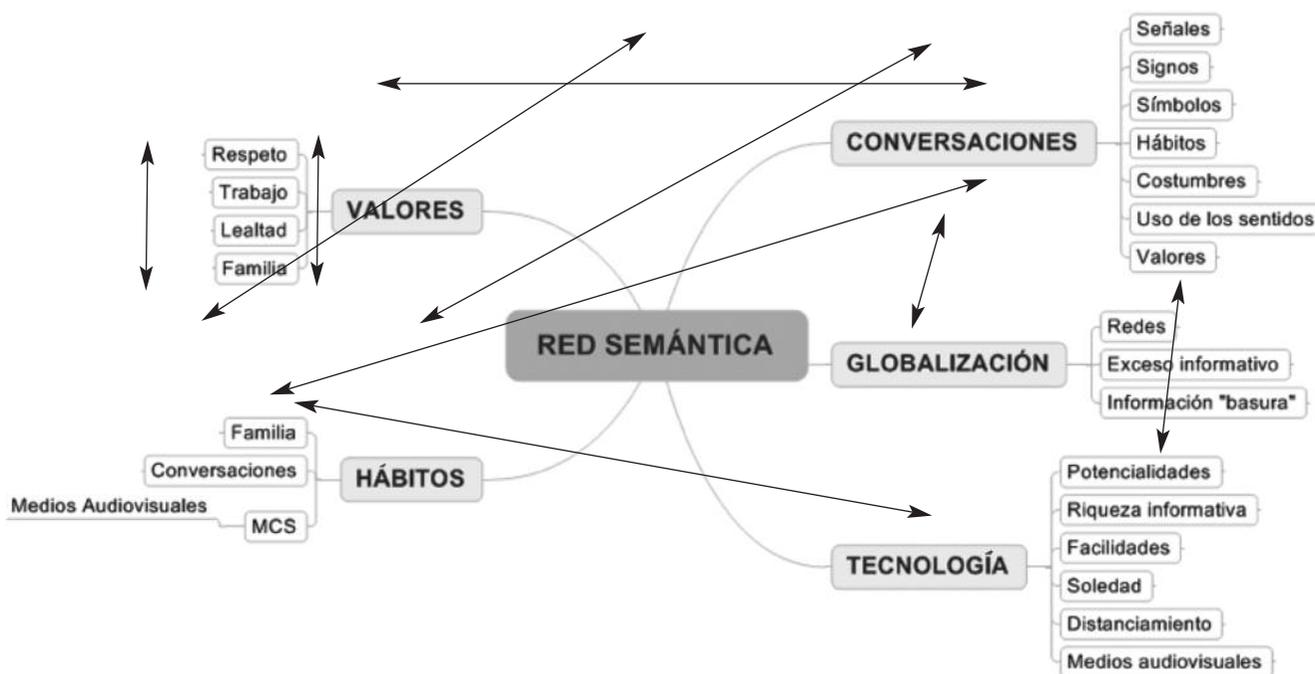


FIGURA 2 COMUNICACIÓN COMO EJE INTEGRADOR DE LA INTELIGENCIA SOCIAL EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO
(EL CAMPO VITAL EN EL CUAL SE SITUÁN DICHAS NECESIDADES)



Reaprender a comunicarnos

Cuando el nuevo siglo apenas despunta, la relación entre comunicación e inteligencia social retoma un matiz que usualmente no se percibe al hablar de la mega comunicación, en una sociedad donde el conocimiento pareciera ser la nueva clave en las organizaciones emergentes. Las múltiples e infinitas opciones que diariamente ofrecen las tecnologías de la comunicación, se considera que expanden –hasta lo desconocido– las facilidades para conectarse con los otros. Y que, en consecuencia, el ser humano está dispuesto a saciar su necesidad de comunicarse individual y grupalmente sin consideraciones ulteriores.

No obstante, el ser humano no aborda con unicidad la posibilidad de interactuar con y en la red. Podría decirse que su situación actual, discurre desde la transición entre lo moderno y lo post-moderno. A la necesidad de comunicarse, se le suma la facilidad de la telefonía móvil y de Internet pero, al mismo tiempo, se echa de menos la posibilidad de mantener relaciones más convencionales y tradicionales. La relación del ser humano con la sociedad del conocimiento cabalga en la contradicción que implica rescatar procesos afectivos hasta la imperiosa obligación de comunicarse a través de la red. Enfrenta la dualidad entre las exigencias de mantener valores sociales, individuales y organiza-

cionales y la ruptura axiológica y pragmática que supone la potencialidad técnica de convivir con el surgimiento de sociedades paralelas virtuales.

El ser humano se integra en un tejido reticular donde se cruzan realidades virtuales y necesidades humanas. En esta concepción de aparente contradicción, se producen conocimientos e intercambio de saberes que pueden colisionar con aprendizajes propios del modernismo, pero también pueden producir inteligencias vinculadas a la comprensión y la sabiduría social del mundo post-moderno.

La información y la comunicación presentan variaciones sustanciales en la nueva realidad que vive y (re)aprende el hombre de hoy. El tiempo se hace diferente, se acorta, se aplanan y se convierte en un compañero latente. Al observar, por ejemplo, la temporalidad de una noticia (por solo citar un caso) es menester recordar que hasta hace pocos años, había que esperar horas para leer en la prensa de mañana lo que ocurrió hoy. Con la inmediatez de las TIC la información se transforma en un hecho que ocurre en tiempo real, y cuando se lee al día siguiente produce la sensación de que la noticia es demasiado vieja o que ocurrió hace varios días. Esto sucede porque el tiempo real elimina la percepción del tiempo lineal: lo que pasa en el mundo, está ocurriendo *ahora* frente a la mirada de todos. Ya no hay ne-

cesidad de esperar al noticiero de la noche o la prensa de mañana para enterarse de los acontecimientos de la ciudad, del país o del mundo. El tiempo y el espacio parecieran no existir para las nuevas tecnologías de información y la comunicación, y su presencia implica nociones muy cortas, breves y rápidas.

Percepción, patrones y nexos. Claves de nuevos modelos de comunicación

La comunicación forma parte de complejos y considerables procesos de intercambios de información que se inician desde la posición del observador y su percepción de la realidad, sus aprendizajes y su lógica para ver el mundo, para luego conectarse con los procesos de las organizaciones en las cuales se interactúa y, finalmente, se complementa con la incorporación del conocimiento propio y de los otros.

La comunicación debe entenderse como mediadora en los procesos sociales y no solo como generadora de información aislada y aséptica; se valida y regenera constantemente, lo que implica que la comunicación deja de verse como un proceso pre determinado entre *emisores* y *receptores* que intercambian información. En esta lógica, la comunicación debe en-

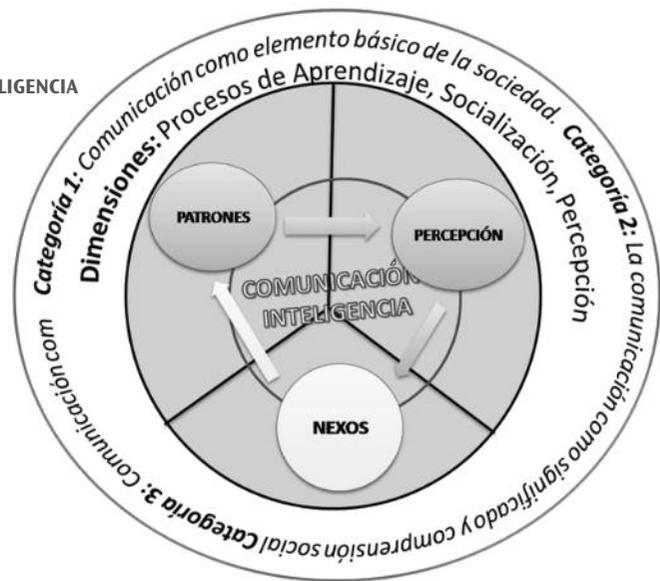
tenderse como una serie de procesos y re-procesos que se repiten constantemente, en relaciones complejas de mediación e intercambio de conocimiento que abren paso y (o) posibilitan la presencia de la inteligencia social como núcleo o nexo potenciador entre los seres humanos. Es, por ello, la comunicación junto con la inteligencia social, el lazo que fomenta y propicia nuevos aprendizajes comunes.

Para la neurociencia y las investigaciones cuánticas aplicadas a procesos sociales, las cosas no lo son *hasta que se enlazan con otras*, de allí que podría decirse que la comunicación no existe hasta que *un campo* no se conecta con *otro campo* o hasta que no logra participar en otra interacción. Si seguimos la pista a la idea cuántica, desde la cual se sostiene que las relaciones son procesos y no vínculos de objetos, se asumirá entonces el estudio de la comunicación como un concepto de mediación, unida por los lazos invisibles que proporciona la cibersociedad, a través de interacciones apoyadas en la tecnología. Esta realidad deriva en novedosos esquemas y procesamiento de conocimientos, con lo cual la sociedad accede a otras herramientas y estrategias, visiones y opciones para tomar decisiones, resolver problemas y emprender retos.

La comunicación es un constructo, producto de la observación y de la percepción, que puede producir un intercambio energético de conocimiento y derivar en sociedades inteligentes, capaces de aprender para resolver sabiamente en comunidades dinámicas del conocimiento. En estas sociedades, la comunicación y la inteligencia social (C/IS) se asumen como constructos sociales, como posibilidades creadoras, con componentes éticos y estéticos para el cambio; como procesos de procesos diacrónicos, con *inputs-outputs* de transformación, proyectual e inductiva que permitan hablar de sistemas abiertos, en los cuales el intercambio de energía y/o información sea una interacción constante con el ambiente.

Las explicaciones de los sistemas abiertos mantienen la idea de que la capacidad que tienen de auto-regularse y de adaptarse a los cambios externos (homeostasis) son complejos y mantienen un carácter imprevisible, son ligeramente equilibrados y tan inestables que una mínima variación puede modificar sustancialmente los resultados. Esta realidad hace que la percepción, los nexos y los patrones que se establecen, dependan del equilibrio que ofrezca la dupla comunicación-inteligencia como lazo integrador

FIGURA 3
ENLACE
COMUNICACIÓN-INTELIGENCIA
SOCIAL



Siguiendo la teoría del caos, podría pensarse que comunicación-inteligencia social conforman los atractores que atrapan las soluciones en la búsqueda del conocimiento.

que se multiplica y se reproduce tantas veces como sea necesario.

El resultado es un modelo de comunicación absolutamente aleatorio y cambiante. Según la cantidad de entes que interactúen en el proceso de generación de comunicación, puede ir de procesos muy sencillos y pequeños a muy grandes y complejos. La visión emergente que se propone en esta nueva realidad implica visiones más dinámicas del universo en constante movimiento y transformación de una manera caórdica.

Es una suerte de visión holográfica que implica una construcción reticular en la cual se expresa, se conjuga, se direcciona y se unifican criterios que implican nociones individuales y creaciones colectivas provenientes de los patrones, las percepciones y los nexos conectados a través de la inteligencia social y la comunicación.

A la constante creación de un modelo que se modifica incansablemente, de ma-

nera aleatoria y dependiendo de la cantidad de elementos que le agreguen y le restan condiciones, se le articulan nuevos paradigmas que implican asumir que el conocimiento es universal y local al mismo tiempo, que es decisión individual jerarquizar el conocimiento de manera pertinente en medio de un océano de conocimiento.

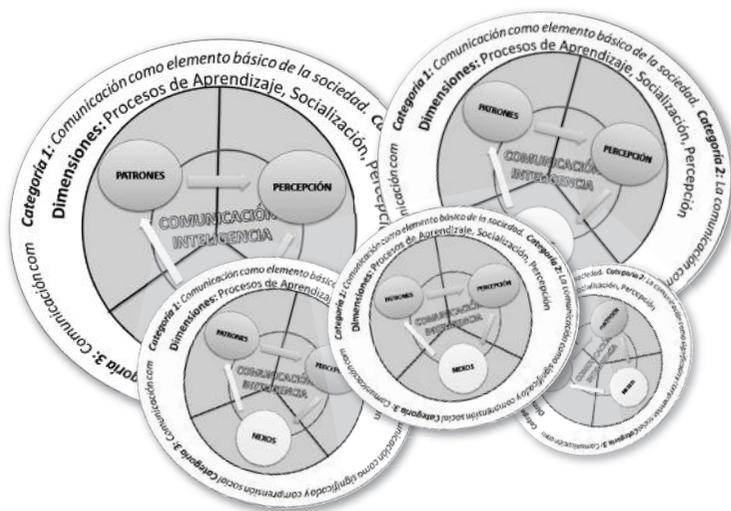
La comunicación, entendida como nexos energéticos, interactúa y se conecta con los grupos y establece un intercambio de procesos. La inteligencia social, en paralelo, se conecta con la comunicación y conforma un lazo indisoluble que da pie a nuevos procesos de aprendizajes, conocimientos y sabidurías.

El caos está ligado a la auto-organización y puede saltar de un estado a otro espontáneamente, de menor a mayor complejidad, presentando un caos en muchos estados de caos ordenados que forman un comportamiento único para cada sistema. Según la teoría del caos, si se les perturba adecuadamente, se los puede obligar a que tomen uno de los muchos posibles comportamientos ordenados.

Siguiendo la teoría del caos, podría pensarse que comunicación-inteligencia social conforman los *atractores* que atrapan las soluciones en la búsqueda del conocimiento. La comunicación se agrupa en especies de *nodos* que se conectan en redes complejas (débil con unos, fuertes con otros) y permite que la información se transfiera. La inteligencia social se transforma en un especie de estructura disipativa de la información transmutada en comunicación, con lo cual los nexos interactivos, o rizados recursivos, permitirían la

FIGURA 4

FORMA PROBABLE (Y NO ÚNICA) DEL MODELO DE COMUNICACIÓN-INTELIGENCIA SOCIAL



creación de nuevas formas de conocimiento en las organizaciones, en un “intercambio de energía común que produce mapas de mapas de mapas...” (Prigogine, 1976 citado por Martínez, 2009)

Según esta visión, a través de la percepción se detecta la información y se forma la construcción personal de patrones sociales y de experiencias previas. Como la percepción se nutre continuamente de información, se está modificando y creando constantemente nuevas percepciones. Es la inteligencia social la que actúa como una interfase que desde niveles básicos o complejos permite hacer la transición hacia la conformación de nuevos nexos. El proceso se caracteriza por ser disperso, fluctuante, gradual y auto-organizado en un equilibrio-orden-desorden-equilibrio. Para que la sociedad se enriquezca y cree saberes, puede recurrir a la comunicación y la inteligencia social (C/IS) como elementos de interconexión esenciales en la sociedad del conocimiento.

El enlace conformado por la comunicación-inteligencia social (C/IS) es un nexo reflexivo y crítico a la vez que hermenéutico, que más que repetitivo, refuta y conjetura; es derivador de la incertidumbre y del caos, es por lo tanto, único, cambiante y automodelante. Si se entiende que un sistema es un conjunto de elementos que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo o meta común, se debe aceptar que se produce un intercambio o interacción o influencia mutua entre todos los componentes.

Al hablar de sistemas abiertos se concibe que la permeabilidad comparte el in-

tercambio de energía y/o información en una interacción constante con el ambiente. Las explicaciones de los sistemas abiertos mantienen la idea de que la capacidad que tienen de auto-regularse y de adaptarse a los cambios externos (homeostasis) son complejos y mantienen un carácter imprevisible, son ligeramente equilibrados y tan inestables que cualquier mínima variación puede modificar sustancialmente los resultados. Esta realidad hace que la percepción, los nexos y los patrones que se establecen, dependan del equilibrio que ofrezca la dupla comunicación-inteligencia como lazo integrador que se multiplica y reproduce tantas veces como sea necesario.

El resultado es un modelo absolutamente aleatorio y cambiante, según la cantidad de entes que interactúen en el proceso de generación de conocimiento, y puede ir de procesos muy sencillos y pequeños a muy grandes y complejos.

MARLENIS CASTELLANOS
 Licenciada en Comunicación Social (UCV).
 Directora del Centro de Investigación y Estudios Gerenciales (CIEG)

Referencias

ALBRECHT, Karl (2006): *Inteligencia social. La nueva ciencia del éxito*. Ediciones B.S.A., Barcelona, España.
 ALMARZA, Milagros (2009): *Educación en la Sociedad de la Información y el Conocimiento hacia una aproximación teórica en el marco del pensamiento complejo*. Tesis de Grado para optar al título de doctor en Ciencias de la Educación, en la

Universidad Fermín Toro, estado Lara, Venezuela.

ARISTÓTELES (1984): “De las virtudes intelectuales en general”. En: *Ética a Nicómano*. Libro sexto, capítulo I. (Traducción de Pedro Simón Abril). Vol. I. Ediciones Orbis, Barcelona, España.

CARIDAD, Migdalia y LEAL, Martín. (2008): *Comunicación como soporte de la inteligencia social en el contexto de empresas ciudadanas*. Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales (Cigag). Vol. 5, Edición, 1. Universidad Rafael Belloso Chacín, Maracaibo, Venezuela.

GOLEMAN, Daniel. (1996): *La inteligencia emocional*. Javier Vergara Editor. Buenos Aires.

_____ (2000): *La inteligencia emocional en la empresa*. Javier Vergara Editor. Buenos Aires (Segunda reimpresión).

HUSSERL, H. (1962): *Ideas relativas a una fenomenología pura y una filosofía fenomenológica*. FCE, México.

MARTÍNEZ MIGUELES, Miguel. (2008): *Epistemología y metodología cualitativa en las ciencias sociales*. Editorial Trillas, México.

_____ (2007): *La nueva ciencia. Su desafío, lógica y método*. Editorial Trillas, México.

MUSSA, Juan Antonio; MORALES, Verónica y BERBEL, Elisa María: *Cognición cuántica*. Premio Iberoamericano de Creatividad e Innovación 2007. México, 2008.

PÁEZ URDANETA, Iraset. (1992): *Gestión de la inteligencia social. USB. Gestión de la inteligencia, aprendizaje tecnológico y modernización del trabajo informacional. Retos y oportunidades*. Universidad Simón Bolívar-Conicic, Primera Edición.

Referencias de fuentes electrónicas

HEIDEGGER, Martin (1988): *Los problemas básicos de fenomenología*. Traducción de Alberto Allard, tomada de la transcripción inglesa de Albert Hofstadter, *The basic problems of phenomenology. Studies in phenomenology and existential philosophy*. Indiana University Press, Indiana Disponible: www.philosophia.cl/ Escuela de Filosofía Universidad ARCIS. (Consulta: Noviembre 2009)

MARÍN, Antonio Lucas. (2006): *Las TIC's: cambios en el modelo de comunicación*. Hologramática –Facultad de Ciencias Sociales– UNLZ - Año III, Número 4, V1 (pp. 15-33). (Consulta: Enero 2007). Disponible: www.hologramatica.com.ar o www.unlz.edu.ar/sociales/hologramatica.

www.ucm.es/BUCEM/revistas/emp/11316985-articulos/CESE0505110073A.PDF

TREJO DELARBRE, Raúl, (2001): “Vivir en la Sociedad de la Información. Orden global y dimensiones locales en el universo digital”. En: *Revista Iberoamericana de Ciencia, Tecnología, Sociedad e Innovación*. N° 1/ Septiembre-Diciembre 2001. (Consulta: Septiembre 2006). Disponible: <http://www.oei.es/revistactsi/numero1/trejo.htm>

_____ (1996): *La nueva alfombra mágica*. Fundesco-Diana, (Consulta, septiembre 2006). Disponible: <http://www.etcetera.com.mx/LIBRO/ALFOMBRA.HTML>