

El paradigma DirCom

Este nuevo libro de Joan Costa es la respuesta al Mapa del Mundo de la Comunicación que se está configurando rápidamente, pero que no había sido advertido por los especialistas del management.

Con el descubrimiento de este nuevo Mapa en construcción, el autor se anticipa y ofrece sus aportes en el campo de la formación profesional, tal como lo había hecho a finales del siglo pasado a través de la filosofía y la figura del DirCom.

El fenómeno del nuevo Mapa es la afluencia de una diversidad de organizaciones emergentes, no de negocios. Ellas completan el sistema social, hasta ahora dominado por las empresas mercantiles y los negocios en la economía de mercado, y abren una nueva perspectiva de equilibrio democrático, junto a la Economía, en los ámbitos de la Política, la Cultura y la Sociedad: los cuatro puntos cardinales del nuevo Mapa.

Los nuevos colectivos emergentes a la comunicación son: las instituciones públicas de Gobierno, los poderes y fuerzas del Estado, las administraciones territoriales, partidos políticos, sindicatos, cooperativas, iniciativas sociales, cívicas, culturales, ecologistas y humanitarias, y las organizaciones no gubernamentales.

En este contexto de necesidades de profesionalización en comunicación estratégica, Joan Costa asume la tarea de aportar a los distintos colectivos emergentes al nuevo Mapa los programas formativos específicos para sus necesidades particulares. Pues es obvio que los métodos tradicionales del management empresarial y de negocios no son aplicables a las estructuras ni a los objetivos de los colectivos emergentes a la comunicación estratégica.

El *paradigma DirCom*, que da título al reciente libro de Joan Costa, abarca un riguroso trabajo científico basado en tres premisas fundamentales:

- universalizar el modelo DirCom para cubrir las distintas necesidades de comunicación estratégica en las organizaciones emergentes;
- recuperar la Sociología, que había sido reemplazada en las empresas por la Economía y la Tecnología;
- redescubrir la praxis de la Simplicidad (no reduccionista), que es la estrategia de la eficacia en un mundo complejo.

A partir de estas premisas, el autor aborda el esquema epistemológico, en tanto que “ciencia de los métodos, fundamentos y valores del conocimiento”, lo cual será la base de su propuesta formativa para los nuevos colectivos. El fundamento epistemológico del paradigma DirCom es la articulación de cinco principios presididos por el Cientifismo, que postula que “todo lo que se puede conocer, se puede conocer mejor usando el método científico”. Los cinco principios siguientes son el Realismo científico, las Ciencias Humanas y

Sociales, la Ciencia de la Comunicación o de la Información, el Sistemismo y las Ciencias de la Acción orientadas a la Innovación.

Con el desarrollo de estos planteamientos, Costa elabora el Modelo DirCom, que incluye los programas formativos los cuales cubren todas las necesidades de las distintas clases de organizaciones por medio de tres perfiles profesionales:

DirCom Corporativo: para empresas de productos/servicios/negocios;
DirCom Institucional: para servicio público, organizaciones sociales;
DirCom Consultor: servicios externos en estrategia y gestión para toda clase y tamaño de organizaciones.

El paradigma DirCom es una obra capital que revolucionará el concepto del management basado en la economía para ampliarse a los cuatro puntos cardinales del nuevo Mapa del Mundo de la Comunicación.

