



## The Latin American Dircom Network: an Active Forum about Knowledge

The network is made up of fourteen countries that have congregated actively through a platform whereby they share knowledge and experiences concerning the strategic management of communication in organizations. dircom is a key element for corporate development in the new business context; it enhances the development of ethical attitudes through education, and consolidates professional projection in order to establish the integral management of communication in Latin America.

**Keywords:** DIRCOM, network, integral communication, Latin American conference

**Submission date:** August 17th, 2007

**Acceptance date:** October 18th, 2007

Catorce países congregados de manera activa, a través de una plataforma de encuentro donde se comparten conocimiento y experiencias en la gestión estratégica de la comunicación en las organizaciones. La red reconoce en el DirCom una figura clave del desarrollo corporativo en el nuevo contexto de los negocios, impulsa la exigencia ética a través de la formación y consolida la proyección profesional para posicionar la gestión integral del DirCom en Iberoamérica.

**Palabras clave:** DIRCOM, red, comunicación integral, encuentro iberoamericano.

**Recibido:** 17 de agosto de 2007

**Aceptado:** 18 de octubre de 2007

### Origen del artículo

El artículo es una reflexión sobre la creación de la primera Red Iberoamericana de DirCom y su papel relevante en el desarrollo corporativo en el nuevo contexto de las organizaciones.

## Red DirCom

La Red DirCom Iberoamericana es una iniciativa que generó Joan Costa y que se fue plasmando en dos congresos internacionales. Durante el II Congreso Iberoamericano de Comunicación Organizacional, cuya sede fue el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), se lanzó la propuesta para que todas las personas que guían los procesos de comunicación en las diferentes organizaciones puedan estar conectadas y realizar intercambios de conocimientos, investigaciones y experiencias.

En III Congreso de Comunicación Organizacional, celebrado en la Pontificia Universidad Javeriana de Cali, Colombia, en 2005, se presentó el proyecto y se lanzó el sitio de internet que constituye la plataforma de encuentro para todos los interesados.

La red aglutina a los profesionales de 14 países en un foro activo de conocimientos que promueve el intercambio de informaciones y experiencias, a fin de ampliar dichos conocimientos y elevar la eficacia e innovación y el valor de la imagen corporativa de las empresas. La filosofía que inspira a la Red es ser los promotores de la formación de DirCom y de una cultura de comunicación en las organizaciones que permita potenciar la expansión y el intercambio de los DirCom, para elevar su presencia institucional y su estatuto profesional y social.

Los valores corporativos de Red DirCom están basados en la promoción de la eficacia de nuestras empresas y organizaciones a través de

un neohumanismo, opuesto a la corriente *neoon*, a la ideología exclusivamente tecnoeconomicista. Adicionalmente sustenta el desarrollo de la Red colaborar con las empresas como organismos y como actores sociales y a las personas como base de la creatividad organizacional. Por último, es objetivo de la Red concebir el rol del DirCom como abogado de la sociedad ante la empresa, así como valedor de la empresa ante la sociedad, en la promoción y defensa de la transparencia institucional.

Para lograr el propósito corporativo de conformar un espacio iberoamericano de encuentro, la Red DirCom Iberoamericana plantea cuatro líneas de acción y desarrollo estratégico: (1) formación y capacitación, (2) intercambio y actualización, (3) investigación y asistencia y (4) jerarquización del perfil profesional. La participación es gratuita y sólo basta con inscribirse en el sitio de internet. Los participantes pueden acceder a artículos, una comunicación por correo electrónico periódica, acceso al *blog* y a una plataforma de *networking*, que pone en contactos a profesionales, profesores y alumnos de toda Iberoamérica.

Durante el año, auspicia y apoya diferentes eventos de comunicación organizados por representantes en diferentes países y en este momento está pronto a publicarse un primer libro conjunto sobre comunicación corporativa con artículos de todos los representantes de la Red, cuyo lanzamiento será en España, para luego continuar con ediciones locales en diferentes países de América.

.....

\* **Joan Costa.** Español. Comunicólogo, diseñador, sociólogo e investigador de la comunicación visual. Presidente de la Consultoría en Imagen y Comunicación, CIAC Internacional. Catedrático de Diseño y Comunicación Visual en la Universidad Iberoamericana de Puebla, México. Director Internacional de Diseño, Universidad de Arte, Ciencia y Comunicación, UNIACC, de Chile. Autor de más de dos docenas de libros y de centenares de artículos sobre imagen, diseño y comunicación.