

**Interacciones. Revista de la Facultad de Ciencias de la Educación y de la
Comunicación Social**

ISSN 2796-9010

Núm. 4, año 2024, [pp. 1-4]

Presentación del dossier: La agenda de la comunicación organizacional

Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLACo)¹

La Comunicación Organizacional (CO), como subcampo disciplinar, nace a finales de la tercera década del siglo XX cuando en 1937 se publica “Speech and Human Relations”, un artículo de Charles Redding que se refiere a la importancia de la comunicación como factor clave en la productividad. Esta referencia es solo un punto de consolidación de hallazgos que ya mostraban otras disciplinas, como los estudios sobre relaciones humanas, que evidenciaron que la motivación constituía un elemento clave para los resultados organizacionales (Palacios Chavarro, 2015).

Desde aquel primer artículo hasta la actualidad, los estudios sobre el tema han pasado por distintas etapas. La primera, que abarca de 1900 a 1940, tiene como eje a la efectividad del comunicador, quien tenía un papel más operativo; en una segunda, entre 1940 y 1970, se establece con solidez la comunicación empresarial; y en una tercera, después de 1970, se fortalece todo el desarrollo teórico a partir de la investigación empírica (Redding & Tompkins, 1988 como se citó en Allen & Tompkins, 1996).

¹ Grupo de investigadores latinoamericanos que, de común acuerdo, dedican esfuerzos y conocimientos para estudiar, analizar y divulgar la investigación en comunicación organizacional y las áreas afines de relaciones públicas, comunicación estratégica, comunicación institucional y comunicación corporativa. El objetivo principal de la RedLACo es fortalecer y difundir la investigación latinoamericana de la CO para generar diálogo, regional e internacional, entre personas, grupos e instituciones relacionadas con la CO en América Latina. Página web: www.redlaco.org

A lo largo del tiempo, la CO se estructuró con base en tres ejes: mecanicista, interpretativo y crítico (Kunsch, 2015) y priorizó aspectos de gestión interna, imagen, identidad, relaciones externas y ventas como temas recurrentes (Torrico, 2021).

Estudios realizados en el siglo XXI muestran que los desafíos de la disciplina siguen siendo muchos. Elizabeth Jones, Bernadette Watson, John Gardner y Cindy Gallois (2004) remarcán entre ellos la importancia de analizar el impacto de los contextos y la diversidad organizacional que se manifiesta en múltiples voces (Jones *et al.* como se citó en Palacios Chavarro, 2015).

También es importante mencionar algunos de los elementos sobre la CO en Latinoamérica:

La década de 1940 marcó el comienzo de una tendencia a la latinoamericanización de la Comunicación Organizacional, que operó mediante la adaptación de los conceptos foráneos a las peculiaridades de las organizaciones en la región, así como haciendo significativos aportes a una conceptualización más pertinente del carácter y los alcances de la especialidad. En ese sentido, las contribuciones de diferentes autores en México, Brasil, Colombia y Argentina, en particular, fueron y son de gran relevancia, como en el caso de la noción de comunicación organizacional integrada, que desarrolló la brasileña Margarida Kunsch, o de la comunicación estratégica enactiva, propuesta por la argentina Sandra Massoni. (Torrico, 2021, p. 20)

A pesar de esto, todavía hay poca producción de autores de la región y tiene poca divulgación; a lo que se suma que esta producción responde a una agenda definida internacionalmente y las referencias utilizadas son principalmente de académicos extraregionales (Kunsch, 2015; Orjuela Córdoba, 2019 como se citó en Torrico, 2021).

Con el objetivo de colaborar en la difusión del trabajo de investigadores de nuestro continente, la Red Latinoamérica de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLaco) coordinó el dossier de este número de *Interacciones*, que presenta tres trabajos desarrollados en Argentina, Colombia y Uruguay.

La primera investigación de Vanina Ramé, María Isabel Minchaca e Iliana Araceli López de la Universidad Nacional de Córdoba (Argentina), “Una matriz enunciativa por la sostenibilidad social”, aborda las narrativas digitales de cinco organizaciones de la sociedad civil a través de una herramienta que permite analizar las comunicaciones digitales y su interés en la transformación social en las comunidades virtuales que integran.

DOSIER. LA AGENDA DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La temática es relevante para la CO, ya que el escenario actual está atravesado “tanto por la sostenibilidad social como por la configuración de comunidades virtuales. Estas comunidades se crean a partir de las interacciones digitales entre los diferentes públicos que junto a las organizaciones comparten intereses para la incidencia social” (Ramé, Minchaca y López, 2024, p. 9).

Por su parte, Ana María Suárez-Monsalve de la Universidad de Medellín (Colombia), en su artículo “Sociedad en red: ¿hacia una ciudadanía cosmopolita?”, nos invita a pensar el concepto de ciudadanía a partir de la interacción que ofrecen los entornos digitales, espacios sin fronteras y con un territorio común casi infinito. Este tema no es la primera vez que es abordado por Suárez-Monsalve, quien en un artículo anterior (2003) destaca que los procesos comunicativos que se viven en las organizaciones se proyectan a otros escenarios donde participan los ciudadanos. Para la autora,

las nuevas ciudadanías se caracterizan por el vínculo social, derivado de la desafección política. En las nuevas ciudadanías, se expresa el pensamiento de Castells pues es la acción y el discurso en la red lo que revela la transformación del sentido colectivo y de la política para los ciudadanos conectados. (Suárez Monsalve, 2024, p. 15)

Por último, Cecilia Ferré y Mónica Arzuaga-Williams de la Universidad Católica del Uruguay analizan, en su trabajo “Práctica de reporte integrado: contenidos y aplicación de recursos editoriales y visuales”, uno de los principales medios de comunicación de las organizaciones con sus grupos de interés: los reportes integrados.

Con el objetivo de determinar si los reportes de organizaciones del Estado del Uruguay y de empresas emisoras en la Bolsa de Valores de Montevideo cumplen con los parámetro de la International Financial Reporting Standards Foundation, la investigación examina 18 reportes y a partir de los hallazgos propone prácticas que permitan mejor aspectos para su elaboración, presentación y difusión.

A modo de cierre, podría asegurarse que la agenda de la CO en Latinoamérica sigue siendo un gran desafío, pero existe una producción valiosa que responde a las situaciones que interpelan a personas e instituciones de nuestra región como muestran los textos de este dossier.

Referencias

- Allen, B., & Tompkins, P. (1996). Organizational Communication. En M. Salwen, & D. W.Stacks, *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (pp. 383-395). Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.
- Ferré, C., & Arzuaga-Williams, M. (2025). Práctica de reporte integrado: contenidos y aplicación de recursos editoriales y visuales. *Interacciones*, 4(4). <https://p3.usal.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/7233>
- Kunsch, M (2015). Panorama y perspectivas de los estudios de comunicación organizacional y relaciones públicas en América Latina. En C. Bolaño, D. Crovi Druetta, G. Cimadevilla (Ed.), *La contribución de América Latina al campo de la comunicación*. Prometeo.
- Palacios Chavarro, J. A. (2015). Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional/History and advances in communication organizational research. *Revista Internacional De Relaciones Públicas*, 5(10), 25–46. <https://doi.org/10.5783/revrrpp.v5i10.339>
- Ramé, V., Minchaca, M. I., & López, I. A. (2024). Una matriz enunciativa por la sostenibilidad social. *Interacciones*, 4(4). <https://p3.usal.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/7157>
- Suarez -Monsalve, A. M. (2003). The social responsibility of corporate communication: Action dynamic social transformation. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 1(2), 9198 <https://revistas.udem.edu.co/index.php/anagramas/article/view/1234>
- Suarez-Monsalve, A. M. (2024). Sociedad en red: ¿hacia una ciudadanía cosmopolita? *Interacciones*, 4(4). <https://p3.usal.edu.ar/index.php/interacciones/article/view/7158>
- Torrico, E. (2021). Comunicación organizacional y decolonialidad: desafíos para una intersección factible. *Organicom*, 18(37), 14–22. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2021.190356>