

LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN ANTIOQUIA- COLOMBIA

Mónica María Valle Flórez*

RESUMEN

La comunicación organizacional es un campo de conocimiento, una práctica profesional y también un proceso social presente en todo tipo de organizaciones. En la región antioqueña se constituye en el fenómeno de la comunicación que más se aborda en las investigaciones de los estudiantes de pregrado y posgrado. En el artículo se presentan las temáticas, los marcos teóricos, los autores más referenciados, las metodologías de investigación utilizadas en las indagaciones así como el tipo de organizaciones requeridas para los análisis.

Este artículo es otro producto del Observatorio de la comunicación del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Palabras clave: Comunicación organizacional, investigación, marcos teóricos, metodologías, Antioquia, estrategia.

Recibido: Septiembre 1, 2014 - Aceptado: Octubre 8 de 2014

*Mónica María Valle F. Doctora en Estudios Científico Sociales del Instituto Tecnológico de Occidente – ITESO (México).
Magister en Comunicación de la Universidad Iberoamericana-UIA (México). Especialista en Gerencia de la Comunicación de la Universidad Pontificia Bolivariana
(Colombia) y Comunicadora Social - Periodista de la Universidad de Antioquia (Colombia).
Directora del Grupo de Investigación en Comunicación – GIC, Editora de la Revista Luciérnaga-Comunicación,
<http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/> y de la Revista Intersección: Eventos, turismo, gastronomía y moda.
<http://www.politecnicojic.edu.co/revistas/interseccion/interseccion-2/>
Docente e investigadora - Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.
Email: mmvalle@elpoli.edu.co

Introducción

La comunicación organizacional es un campo de conocimiento que estudia el intercambio de mensajes hacia el interior, exterior y entre diferentes sistemas organizativos. También es un proceso social y una práctica profesional, que comprende un conjunto de actitudes, habilidades, técnicas y actividades [1]. En tanto disciplina se instituyó en Norte América como área especializada del *speech communication* (hablar en público) en 1950 por la Pardue University (Valle, 2005). “Por su amplitud, métodos, teorías, ámbitos de investigación, y presupuestos filosóficos” presenta múltiples perspectivas (Kröhling, 2015: 193). Es un campo académico y científico con pluralidad de estudios (Jablin & Putnam, 2005).

Para Rebeil y Nosnik (1998) las funciones de la comunicación en la organización es corporativa, interna y mercadológica. La primera orientada al manejo de la imagen de la empresa o institución; la segunda, a hacer más cohesionada la organización y la tercera a asegurar la sobrevivencia material de la misma [2], “comunicación organizacional integrada” como la denomina Kröhling (2003:149). En el ámbito interno debe integrar al personal, diagnosticar, evaluar el clima social, apuntalar y renovar los valores en el contexto de la cultura organizacional (Arrieta, 1991).

De acuerdo con la ubicación del área de comunicación en las organizaciones, y del profesional en ella se tendrán funciones estratégicas, tácticas u operativas. Para Sánchez (1998) la comunicación estratégica tendría como principal propósito brindar el esquema de funcionamiento para enmarcar, desarrollar y decidir de forma coherente lo táctico y lo operativo. Las funciones más operativas sería el desarrollo de mensajes y piezas de comunicación en todos los ámbitos de la organización (Pérez, 1998). El estratega debe diseñar e instrumentar conceptos, metodologías, planes, programas de medios y acciones de comunicación que apoyen los objetivos de la organización (Prieto, 1998).

Diversas escuelas y corrientes de pensamiento han influido en la conceptualización y soporte de

los estudios de la comunicación organizacional, entre ellas las ciencias empresariales, la antropología, la sociología, la psicología, la comunicación y las tecnologías de información. Para intentar comprender como se procesa la comunicación en las organizaciones “Linda Putnam (1982) la analiza bajo las perspectivas mecánica, psicológica, interpretativa y de interacción de sistemas. Tom D. Daniels, Bany Spiker y Michael J. Papa (1997) enfatizan la perspectiva crítica en virtud de una función dialéctica. Eisenberg y Goodall (2001) la entienden desde cinco paradigmas de transferencia de información; proceso transnacional, estrategia de control, equilibrio entre creatividad y reacción /coacción /sujeción; y esfuerzo dialógico” (Kröhling, 2015:194).

En Brasil, aunque se contemplan diversas vertientes para el estudio de la comunicación en las organizaciones, predominan los interpretativos y críticos (Kröhling 2015: 196). En general en Latinoamérica no hay un solo paradigma que predomine.

El análisis de la investigación en comunicación en Antioquia-Colombia, la viene realizando el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, mediante el Observatorio de la Comunicación. El primer análisis se publicó en la edición N12 de la Revista Luciérnaga Comunicación [3] y se socializó en el XII Congreso ALAIC en Lima-Perú (2014). Dicho estudio evidenció que la investigación en comunicación en la región antioqueña, se realiza principalmente en torno al área de la comunicación organizacional, los estudios socioculturales y en educomunicación. Se encontró además, que entre los temas emergentes de interés investigativo está la comunicación en relación con el emprendimiento, la publicidad, el audiovisual, la familiar, la tecnología y el desarrollo [4].

En este artículo se presentan los resultados de la tendencia de la investigación en comunicación organizacional.

1. Metodología

Para el desarrollo de este análisis se sistematizaron trabajos de grado, tanto de pregrado como de posgrado en los que se abordara la comunicación en las organizaciones como objeto de estudio, en un sentido amplio. Se consideraron las tesis de diferentes Universidades de la región antioqueña. Estas podían provenir de programas diferentes a los de la comunicación propiamente dicha. El estudio fue de carácter exploratorio y descriptivo.

Las tesis consideradas correspondieron a los años 2010 y 2011, contenidas en la biblioteca de la Universidad de Antioquia, Universidad de Medellín, Fundación Universitaria Luis Amigó, Cooperativa, Universidad Pontificia Bolivariana – sede Medellín, EAFIT y la Institución Universitaria Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. El acervo correspondió a 46 trabajos de grado. La información de cada uno de ellos se consignó en una plantilla, se procedió a agrupar por categorías de acuerdo con el tema de la tesis de grado, se concluye el estudio con el análisis e interpretación de los datos.

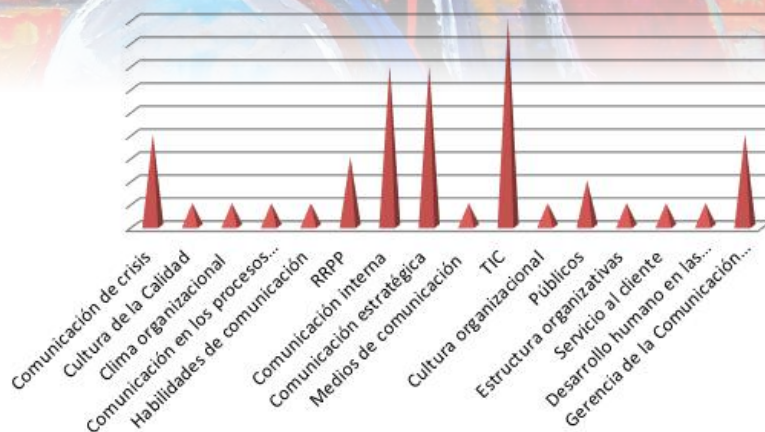
2. Hallazgos

• Temáticas de interés investigativo en comunicación organizacional

La comunicación organizacional, como se evidenció en el primer informe de esta investigación expuesto en el XII Congreso ALAIC en Lima-Perú (2014) [5], se constituye en el área del campo de la comunicación, que presenta el mayor número de trabajos de grado en la región antioqueña, seguido de los estudios socioculturales y los de educocomunicación.

En el análisis específico de la investigación en comunicación organizacional se observa que la TIC, la comunicación estratégica, comunicación interna, la comunicación de crisis, la gerencia de la comunicación mediante sistemas de información, la RRPP, y el estudio de los públicos son los temas más abordados en esta área de conocimiento, (Ver gráfica N1).

Gráfica N1.
Comunicación organizacional



En relación a las TIC, los estudios más frecuente son sobre la Web 2.0 aplicada a las organizaciones, las redes sociales, y la realidad aumentada [6]. Ello especialmente en organizaciones de carácter privado, a los que se dirigen, también, estudios de comunicación interna, RRPP y comunicación de crisis.

La vertiente de análisis de segmentos de públicos mediante las NTC requiere mayor desarrollo, así como la comunicación digital y su impacto en las organizaciones. Ante las demandas sociales y organizacionales los nuevos soportes del mundo digital tales como: e.mail, internet, blogs, fotologs, wikis, Wikipedia, sala de prensa, chat, banco de datos, conectividad, interactividad, coexión, links, redes sociales de conversación (Orkut, Facebook, mrs, rss, web 2.0) deben ser objeto de análisis, teniendo en cuenta, que los receptores son activos; producen contenidos y significados que generalmente tienen más fuerza que los mismos discursos de la organización. (Kröhling, 2015; 217).

La comunicación estratégica se aborda principalmente en proyectos del sector público, con el interés en la política de la comunicación. En descenso aparecen temas investigativos relacionados con: clima organizacional, habilidades de comunicación, medios de comunicación, estructuras organizativas, servicio al cliente y desarrollo humano, lo que podría entenderse como la transcendencia del paradigma norteamericano de la comunicación organizacional.

El análisis de la cultura organizacional parece mutar al interés por la cultura de la calidad en las organizaciones, lo que podría alinearse con el enfoque tecnócrata cuyo eje central es la comunicación como estrategia, basada en un sistema de objetivos y criterios de acción destinados a orientar la actividad de la empresa sobre aspectos como la reingeniería y la calidad total.

La indagación por la gestión de marcas, el *branding* y las relaciones públicas no se visualizan como tendencia, aunque en Brasil y España resultan siendo estudios muy recurridos. Indica Kröhling, refiriendo a Brasil, que entre los temas innovadores en este país está el de la diversidad corporativa así como el interés por la evaluación y medición de la RRPP. Señala que la interface entre la comunicación organizacional y la RRPP continúa presente (2015: 198).

• **Abordajes teóricos**

Los abordajes teóricos de estos estudios se fundamentan, en términos general, desde la sociología, los estudios culturales, la teoría de las organizaciones [7], las ciencias empresariales y unos pocos desde el área misma de la comunicación organizacional. Los temas más referenciados desde esta última son: comunicación interna, cultura organizacional, gerencia de la comunicación, cambio organizacional y gestión de la crisis.

En Latinoamérica distintos enfoques han centrado la atención de las áreas de comunicación organizacional: el mecanicista que se fundamenta en la transmisión y recepción acuciosa del mensaje a través del canal; el psicológico basado en la intenciones y aspectos humanos de la comunicación, donde se presume que existe una correlación lineal entre las cogniciones y el comportamiento. La perspectiva interpretativa entiende a las organizaciones como culturas; en esta corriente se entiende la comunicación organizacional “inserta en los procesos simbólicos y con foco en los significados de los agentes vinculados en los relacionamientos interpersonales y grupales así

como en las prácticas comunicativas cotidianas y las interacciones en sus más diversas formas de manifestación y construcción social” (Kröhling, 2015: 191).

Otro enfoque es el crítico, en el que se asume la organización como un campo de poder. El análisis se concentra, entonces, en las clases oprimidas (trabajadores, mujeres, minorías y otros grupos), se inserta el feminismo y la dominación masculina institucionalizada (Kröhling, 2015: 195). La perspectiva instrumentalista del enfoque tecnócrata, se supera con la matriz de la organización como sistema con una estructura humana con significados, hechos y eventos ambiguos que dan pie a la distorsión comunicativa, en este se entiende que las organizaciones requerían mucho más que optimizar o medir la comunicación. El enfoque de Joan Costa, en el que se asume que los ejes de la acción de toda organización deben ubicarse en la comunicación, la cultura y la identidad, han guiado en buena parte la teoría y la práctica de la comunicación organizacional en la región antioqueña.

Comparando los abordajes teóricos efectuado en torno a la comunicación organizacional en Norte América en relación con los realizados en Antioquia se encuentra que en la última se desligan de disciplinas como la sicología industrial, las ciencias políticas o la filosofía. También que son pocos los abordajes efectuados desde la lingüística, es de resaltar que estos obedecen en mayor medida a investigadores de trayectoria, como es el caso de la autora quien realizó el estudio “Análisis Metafórico de *cluster*” (Valle, 2011). En general la lingüística es un énfasis de bastante interés por parte de los investigadores anglosajones (Villegas, 2009) y de los brasileros, quienes se interesan por el discurso y la retórica institucional (Kröhling, 2015: 198).

En Antioquia, la evolución conceptual de la comunicación organizacional ha transitado por la teoría de las organizaciones, moviéndose de las concepciones de la Escuela Clásica a la de Relaciones Humanas y finalmente a la Sistémica. La NTE no se visibiliza en los planteamientos teóricos de los trabajos de grado analizados en

este estudio. Propuesta en desarrollo, que por demás recoge la mirada humana, relacional, discursiva/narrativa, bajo el paradigma de la complejidad (Villegas, 2009). Quizás algunos estudios empíricos sustentados desde la NTE permitirían una discusión más profunda de esta.

La Nueva teoría estratégica (NTE) al pensarse desde la comunicación, de manera multidisciplinar y a partir del paradigma de la complejidad, ha reflexionado la comunicación en las organizaciones. Esta teoría fue impulsada por el profesor Rafael Alberto Pérez de la Universidad Complutense de Madrid, en ella se asume la estrategia como una capacidad humana antes que una teoría (Pérez, 2005: 15). Trasciende el sujeto racional y da paso al relacional. Concibe la organización sistémica, co-evolucionista, innovadora, conectiva, significativa y socialmente responsable. Sugiere incorporar al diseño de estrategias métodos y metodologías que se ocupen de la complejidad, las intersecciones, los flujos, las relaciones en red y los movimientos de los sistemas no lineales [8]. En otras palabras indica que la comunicación es clave al pensar la estrategia como una capacidad humana que debe ser coordinada con otros seres humanos (Villegas, 2009).

La NTE se desarrolla desde el Foro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación (FISEC), que cuenta con varios grupos de estudio, en los que se incluye el de “Estrategias de comunicación corporativa” [9].

El cambio de paradigma del pensamiento estratégico corporativo ha sido promovido, también, por los gurús del management, Gary Hamel y C.K. Prahalad ambos de la Universidad de Michigan, quienes en 1990, instaron a las empresas a hacer productos de bajos costos que fueran accesibles para los más pobres. Para estos el problema de los empresarios no era que los pobres no tuvieran dinero sino que ellos no fabricaban productos que estuvieran a su alcance [10].

Kröhling, con base en la matriz propuesta por Stanley para situar los estudios de comunicación organizacional, indica que los análisis que proponen romper con la visión dominante pueden ser caracterizados como dialógicos, posmodernos, desconstruccionistas críticos y reformistas. Y los de orientaciones hegemónicas, que reproducen el discurso dominante de la organización se deben suponer como interpretativos, tradicionales, normativos, modernistas progresivos (2015: 196).

• **Dispersión en Marcos teóricos**

En los marcos teóricos analizados se advierte dispersión, lo que se hace evidente en trabajos de grado que tratan de conectar asuntos de cultura y procesos de calidad en relación con la comunicación organizacional, igualmente en proyectos que pretenden fundamentar el clima, la motivación en las organizaciones desde conceptos de relaciones sociales y culturales de la antropología o la sociología. Lo mismo sucede al momento de encausar la fundamentación de la comunicación estratégica en relación con las TIC, ello especialmente en trabajos de grado que provienen de programas diferentes a los de comunicación organizacional propiamente dichos.

Se encuentra además, un amplio número de marcos teóricos que antes que coincidir con el objetivo del trabajo de grado, para este caso la comunicación organizacional, privilegian conceptos periféricos al área del énfasis; es así como se encuentra, por ejemplo, un trabajo de grado que buscan realizar un “Plan de comunicación para una comunidad terapéutica” cuyo marco teórico refiere droga, adicción y cultura, etc.

Otro estudio pretende “Captación de fondos para una fundación a través de estrategias comunicacionales en la web 2.0” y el marco teórico se sustenta en definiciones la captación de fondos en Colombia. Se encuentra proyectos de grado cuyos marcos teóricos se enfocan a la contextualización de la organización para la que se adelanta el estudio, lo que resulta pertinente,

aunque se supone que no se trata del marco teórico.

En el abordaje de la comunicación en organizaciones del sector público, se suele acudir a conceptos socioculturales y abordajes de las ciencias políticas, muy poco a referentes de la administración pública y la comunicación organizacional. Algo similar sucede en el estudio de la comunicación en organizaciones no gubernamentales, donde se recurre al interaccionismo simbólico, y demás teorías sociales. Se hace necesario más intervención y desarrollo de conocimiento de la comunicación en este tipo de organizaciones.

- **Los productos**

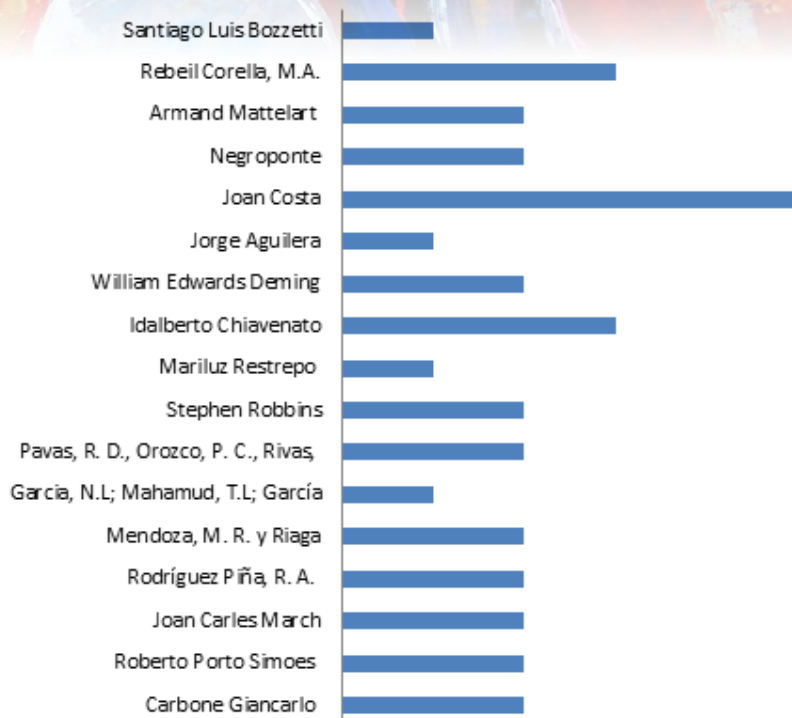
Se encuentra en este estudio que el conocimiento producido desde los trabajos de grado se supone aplicado. Sin embargo son pocos los que presentan el producto anunciado. En los títulos de la tesis se advierten: planes de comunicación, diagnósticos, análisis del clima organizacional, medios internos, que no se localizan finalmente como producto. Quizás se deba que se invierte demasiado tiempo y esfuerzo en los marcos teóricos, por lo que no se alcanza el desarrollo de los productos propuestos. Es de indicar, además, que los estados de arte o estados de la cuestión no se contemplan en la mayoría de las tesis analizadas, exceptuando las de la U de M.

- **Autores referenciados**

El autor más citado es el Español Joan Costa, de Colombia Mariluz Restrepo de la Universidad Javeriana y Jorge Aguilera [11], se destaca también la referencia al teórico de la administración Idalberto Chiavenato de Brasil, así como la referencia al libro *El Poder de la Comunicación en las Organizaciones* coordinado por M.A. Rebeil Corella (1998), (Ver gráfica N2).

Gráfica N2.

Referentes teóricos en comunicación organizacional en Antioquia-Colombia



Sin duda los referentes teóricos de las ciencias empresariales nutre ampliamente el campo de la comunicación organizacional, estos resultan, al parecer más pertinentes y coherentes con lo propuesto en los trabajos analizados en esta área. Sin embargo es indispensable la actualización bibliográfica. No se registran referencias de la Nueva teoría estratégica-NTE.

Hay poca exploración de literatura de idioma inglés, se destaca el uso de bases de datos, especialmente de idioma español, más que libros las referencias aluden a artículos.

- **Tipo de organizaciones abordadas**

Los trabajos de grado en comunicación organizacional se dirigen en mayor número al sector privado, seguido del tercer sector, en menor medida al sector público. Las Pymes son poco representativas en estos estudios (Ver gráfica N3).

Gráfica N3.

Sectores a los están dirigidos los trabajos de grado de comunicación organizacional, en Antioquia- Colombia



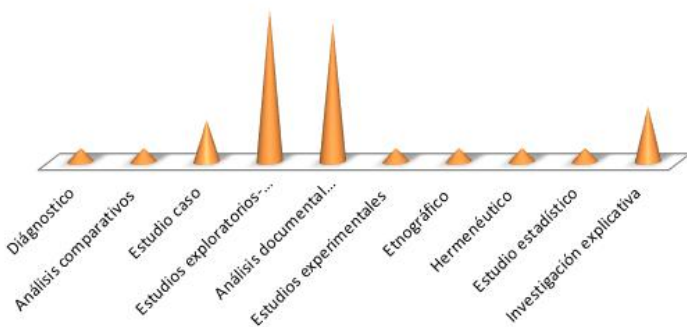
Es de señalar que en Brasil los trabajos de grado en comunicación organizacional se dirigen especialmente al tercer sector, siendo el tema de la responsabilidad social el de mayor interés (Kröhling, 2015: 196).

• **Metodología de investigación en comunicación organizacional**

La investigación aplicada es la utilizada en los estudios de la comunicación organizacional en Antioquia- Colombia. La metodología más recurrida es la cualitativa. El tipo investigación de mayor referencia es la exploratoria – descriptiva [12], seguida de la investigación documental [13], explicativa [14] y el estudio de caso (ver gráfica N4).

Gráfica N4.

Tipo de investigación adelantada en comunicación organizacional en Antioquia- Colombia



Este hallazgo coincide con la afirmación de Albarrán (2002), para quien la investigación en comunicación organizacional, ha privilegiado los estudios de tipo exploratorio-descriptivos y lo de tipo exploratorio-predictivos, descuidando los estudios cuasi experimentales, que según indica son los más congruentes con la realidad de las organizaciones. Se observa además

como la etnografía y la hermenéutica, a la que se recurría para este tipo de estudios, ya no son tan frecuentes. Los instrumentos más utilizados para la recolección de datos son la encuesta y la entrevista (Ver gráfica N5).

Gráfica N5.

Instrumentos utilizados para la recolección de datos en la investigación de la comunicación organizacional en Antioquia- Colombia



Se encuentra, también, una serie de trabajos de grado que recurren a lo que denominan “técnicas de creatividad” para la recolección de datos, dicha técnica son lluvia de ideas y mapas mentales. Es de anotar que los planteamientos metodológicos presentados se limitan a enunciar la metodología y carecen de desarrollo.

A manera de reflexión final

Las tecnologías de la comunicación aplicadas a las organizaciones se evidencia como el tema de mayor interés en los trabajo de grado en comunicación organizacional, así como la gerencia de estos. La comunicación interna, estrategica y la comunicación de crisis se sostienen como temas del interés de los tesisistas, al igual que las RRPP. La investigación de publicos, se presenta como una tendencia, la cual se había percibido más próxima a los estudios de mercado. Sin embargo el *engagement*, entendido como el compromiso organizacional afectivo (Salanova & Schaufeli 2009) ha impulsado este tipo de estudios que se extienden a todos los públicos de la organización. La ética así como la responsabilidad social son los grandes ausentes en estos estudios.

Las ciencias empresariales proporcionan la fundamentación teórica de la mayoría de los estudios de comunicación organizacional. Se hace evidente la necesidad de desarrollos teóricos que conecten la teoría de las organizaciones, las TIC y la comunicación en las organizaciones. También conexiones teóricas que permitan sustentar la comunicación estratégica, y la organizacional en relación al medio ambiente, y la cultura de la calidad.

El paradigma Norteamericano de comunicación organizacional entendido desde los medios, se ha transcendido en la región antioqueña, optando por paradigma más socioculturales como el de Joan Costa de comunicación, identidad y cultura como eje central del accionar en las organizaciones. Se conserva la visión sistémica de las organizaciones.

La Nueva Teoría Estratégica inspirada en la teoría de la complejidad de Edgar Morin, aún no se visibiliza en la fundamentación de los estudios de comunicación organizacional, en este sentido serían pertinentes, que en la región antioqueña se realizaran estudios empíricos, que permitan determinar sus alcances y operatividad metodológica.

En los marcos teóricos de los estudios analizados, se presenta la tendencia a desarrollar conceptos periféricos al objeto de estudio, dispersión en su formulación, desconexión de estos con los objetivos mismos del estudio y sustitución de los referentes teóricos por la descripción/contextualización de la organización para la que se hace el estudio. En otras palabras se presentan fallas de forma y de fondo en el planteamiento de los estudios, su desarrollo así como en sus resultados o productos.

Es usual que los títulos de los trabajos aludan a productos específicos como planes, estrategias, estudio de la cultura o clima organizacionales, sin embargo dicho productos no aparecen como resultados concretos.

Es necesario hacer coincidir los temas de la comunicación organizacional con sus respectivos marcos teóricos, la identificación de problemáticas, estados del arte, así como diseños metodológicos acorde con los objetivos del estudio. De esta manera se estaría aportando de manera más efectiva a las organizaciones, al área y la investigación en comunicación organizacional.

Son varios los paradigmas que se presentan para el estudio de la comunicación organizacional y se presume la tendencia a ampliarse más en tanto los desafíos e impactos de la sociedad global y la era digital. Como señala Kröhling (2015) es necesario conservar el interés por el modo de producir y vehicular los mensajes en el mundo del trabajo, así como por los aspectos relacionales de los integrantes de las organizaciones.

Hay un mayor desarrollo de trabajos de grados en comunicación organizacional dirigidos al sector privado, podría ser interesante promover trabajos de grado para el sector público, las Pymes y las organizaciones no gubernamentales, ello especialmente desde las universidades de carácter público.

Para el pregrado pareciera que es suficiente la documentación de experiencias, estudios de caso, desarrollo de estrategias; y plantear los proyectos de mayor alcance para los posgrados. El autor más citado en torno a la comunicación organizacional es el español Joan Costa, sería interesante ampliar la bibliografía de esta área de la comunicación con referencias bibliográficas tanto de estudiosos de la comunicación organizacional de la región, de otras partes del país así como de nivel latinoamericano.

La metodología cualitativa es la más recurrida en los estudios de comunicación, la aproximación a metodologías cuantitativas podrían significar un plus para los profesionales de la comunicación organizacional en Antioquia.

En el entendido que la comunicación organizacional es una disciplina como mayor énfasis a la aplicación de su conocimiento se requiere formación en investigación con estos

finés, esto es aproximaciones metodológicas que permitan el diseño de soluciones a problemas reales de los sistemas organizativos, en cada caso específico. Estudios que, como señala Kröhling, puedan inducir a nuevos y mejores comportamientos institucionales y a transformaciones sociales. No se puede olvidar que el mundo del trabajo impacta en la vida humana, reservándole a la comunicación un papel importante.

Bibliografía

HERRERA, R, Pérez, A. (2014). Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad", Editorial Santillana y FISEC (Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación). Recuperado el 18 de julio de 2015, http://issuu.com/dircom/docs/muestra_de_libro_nte/5?e=1262846/11849637

JABLON, FREDERIC & PUTNAM, LINDA (2005). The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods.

KRÖHLING Kunsch, Margarida (2003). Planeación de las relaciones en comunicación integrada. 4. Ed. Rev. Ampl. E atual. Summus, Sao Paulo. En la contribución de América Latina al campo de la comunicación (2015). Bolaños César & otros. Prometeo Libros. Buenos Aires.

KRÖHLING Kunsch, Margarida (2015). Panorama y perspectiva de los estudios de comunicación organizacional y relaciones públicas en América Latina. En La contribución de América Latina al campo de la comunicación (2015). Coordinadores: Bolaños César & otros. Prometeo Libros. Buenos Aires.

MASSONI & PÉREZ (2008). La nueva teoría estratégica. Recuperado el 17 de noviembre de 2015, <https://octavioislas.files.wordpress.com/2011/08/2008-11-18-rafael-alberto-pc3a9rez-y-sandra-massoni-hacia-una-teor3ada-general-de-la-estrategia.pdf>

NOSNIK, Rincón y Sierra (2005). La investigación de la comunicación organizacional en México. En Comunicación Organizacional. Abordajes y Perspectivas de análisis. Coord. Mónica Valle.

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL.

PÉREZ, Alberto (2005). Estrategar: El fenómeno perdido de la teoría estratégica. Presentado en el III Encuentro Iberoamericano Sobre Estrategias de Comunicación.

PÉREZ, Alberto. Los 7 cambios de la Nueva Teoría Estratégica. Recuperado 18 de julio de 2015, en http://www.tendencias21.net/estrategar/Los-7-cambios-de-la-Nueva-Teoria-Estrategica_a212.html

PÉREZ, Alberto (2008). Estrategias de Comunicación. Ariel Editores, España, Barcelona, 4ª Edición.

REBEIL Corella, M.A. y Nosnik. A. (1998). Introducción. En M.A. Rebeil Corella y C. RuizSandoval Reséndiz (Coordinadoras), El Poder de la Comunicación en las Organizaciones (pp. 13-32). México: Plaza y Valdés Editores/Universidad Iberoamericana.

SALANOVA, M.; Schaufeli, W. (2009). El *engagement* de los empleados. Cuando el trabajo se convierte en pasión (Primera edición edición). Madrid: Alianza Editorial.

TEVNI Grajales G. Tipos de investigación. Recuperado el 18 de julio de 2015 de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

VALLE, F. Mónica (2014). La investigación en comunicación en Antioquia- Colombia. Revista Luciérnaga/ Comunicación, Año 6, N12. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí-UASLP. México. ISSN 2027- 1557. Págs. 73-91. http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/pdf/5-investigacion_comunicacion_espanol.pdf

VALLE, F. Mónica (2014). Research in communication in Antioquia-Colombia. Luciérnaga/ communication journal, year 6, N12. Communication research group, Audiovisual Communication Faculty, Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid. Medellín-Colombia. Communication sciences school, Universidad Autónoma de San

Luis Potosí- México. ISSN 2027-1557. Pages. 54-72. http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/pdf/5-investigacion_comunicacion_ingles.pdf

VALLE, F. Mónica (2001). Análisis Metafórico de clusters. El caso del textil, confección, diseño y moda de Antioquia. Editorial Académica Española. <https://www.eae-publishing.com/catalog/details/store/es/book/978-3-8465-7672-4/an%C3%A1lisis-metaf%C3%B3rico-de-clusters>

VALLE, F. Mónica (2011). Metáforas con las que se han nombrado, explicado y descrito las organizaciones. Revista Poliantea. Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano. Vol 7 Num 13 (2011).- Bogotá. Disponible en <http://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/145/133>

VALLE, F. Mónica (2005). Comunicación Organizacional. Abordajes y Perspectivas de análisis. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL.

VILLEGAS, Dino (2009). ¿Se está gestando una nueva teoría estratégica desde Iberoamérica? Revisión y comparación del campo Anglosajón e Iberoamericano. Revista ZER. Vol. 14 – Núm. 27 ISSN: 1137-1102 pp. 225-249. Disponible en: <http://www.ehu.eus/zer/hemeroteca/pdfs/zer27-11-villegas.pdf>

Notas

[1] Horacio Andrade (1991) en Nosnik, Rincón y Sierra (2005). La investigación de la comunicación organizacional en México. En Comunicación Organizacional. Abordajes y Perspectivas de análisis. Coord. Mónica Valle. Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina, CIESPAL.

[2] Rebeil Corella, M.A. y Nosnik. A. (1998). Introducción. En M.A. Rebeil Corella y C. RuizSandoval Reséndiz (Coordinadoras), El Poder de la Comunicación en las Organizaciones (pp. 13-32). México: Plaza y Valdés Editores/Universidad Iberoamericana.

[3] Revista Luciérnaga- Comunicación N12. <http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/index.php>

[4] http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/pdf/5-investigacion_comunicacion_ingles.pdf

http://www.politecnicojic.edu.co/luciernaga-12/pdf/5-investigacion_comunicacion_espanol.pdf

[5] Valle, F. Mónica (2014). Resultados Preliminares del Proyecto: “Investigación en comunicación adelantada en Antioquia- Colombia (2010-2011). Hacia la implementación del observatorio antioqueño de la investigación en comunicación”. XII Congreso ALAIC- Lima Perú. Disponible en: <http://congreso.pucp.edu.pe/alaic2014/wp-content/uploads/2014/10/GT9-M%C3%B3nica-Mar%C3%ADa-Valle-FI%C3%B3rez.pdf>

[6] La realidad aumentada (RA) es el término que se usa para definir una visión a través de un dispositivo tecnológico, directa o indirecta, de un entorno físico del mundo real, cuyos elementos se combinan con elementos virtuales para la creación de una realidad mixta en tiempo real.

[7] Metáforas con las que se han nombrado, explicado y descrito las organizaciones. Valle. Flórez. Disponible en: <http://journal.poligran.edu.co/index.php/poliantea/article/view/145/133>

[8] Los 7 cambios de la Nueva Teoría Estratégica. Rafael Alberto Pérez. http://www.tendencias21.net/estrategar/Los-7-cambios-de-la-Nueva-Teoria-Estrategica_a212.html

[9] El libro “Nueva Teoría Estratégica: El paradigma emergente para la co-construcción y transformación de la realidad”, editado por la Editorial Santillana y FISEC (Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación), recoge la visión de 30 autores de 10 países diferentes acerca de la mirada de la estrategia y cuenta con la introducción de Juan José Larrea. Recuperado el 18 de julio de 2015, de http://issuu.com/dircom/docs/muestra_de_libro_nte/5?e=1262846/11849637

[10] La iniciativa de estos profesores se encuentra presente en proyectos como One Laptop Per Child, cuyo objetivo fue producir computadoras portátiles a un precio de 100 dólares, también en la diferenciación de precios implementados por Microsoft y los “paquetes pequeños” de productos

de limpieza de Unilever. <http://glosariofinanciero-mafifesc.blogspot.com.co/2012/05/c-k-prahalad-biografia.html> _Prahalad y Hamel, en 1990 publicaron el artículo “Las competencias esenciales de las corporaciones” que posteriormente sería un libro best seller titulado “Competiendo para el futuro” <http://www.mercado.com.ar/notas/google-organic/366020/noticias-desde-google?id=366020> <http://glosariofinanciero-mafifesc.blogspot.com.co/2012/05/c-k-prahalad-biografia.html>

[11] Candidato a PhD en Comunicación Organizacional- Universidad de Málaga- España. Comunicador Social de la Universidad de La Sabana. Docente del MBA de la Universidad Industrial de Santander Colombia. Ha colaborado con la modernización en la gestión de comunicaciones en más de 200 empresas de centro y Suramérica. Email: gerencia@imagepeople.com.co - jorgeaguileraphd@hotmail.com <http://www.fisecinternacional.com/>

[12] Los estudios exploratorios nos permiten aproximarnos a fenómenos desconocidos, con el fin de aumentar el grado de familiaridad y contribuyen con ideas respecto a la forma correcta de abordar una investigación en particular. Con el propósito de que estos estudios no se constituyan en pérdida de tiempo y recursos, es indispensable aproximarnos a ellos, con una adecuada revisión de la literatura. En pocas ocasiones constituyen un fin en sí mismos, establecen el tono para investigaciones posteriores y se caracterizan por ser más flexibles en su metodología, son más amplios y dispersos, implican un mayor riesgo y requieren de paciencia, serenidad y receptividad por parte del investigador. El estudio exploratorio se centra en descubrir. Tipos de Investigación. Tevni Grajales G. Disponible en : <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

[13] La investigación documental es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.). La de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio. La investigación mixta es aquella que participa de la naturaleza de la investigación documental y de la investigación de campo. (Zorrilla ,1993:43).

[14] Los estudios explicativos pretenden conducir a un sentido de comprensión o entendimiento de un fenómeno. Apuntan a las causas de los eventos físicos o sociales. Pretenden responder a

preguntas como: ¿por qué ocurre? ¿en qué condiciones ocurre? Son más estructurados y en la mayoría de los casos requieren del control y manipulación de las variables en un mayor o menor grado.

Para citar este artículo:

VALLE, Flórez, Mónica (2015). **LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN ANTIOQUIA-COLOMBIA.** Revista Luciérnaga/ Comunicación, Año 7, N13. Facultad de Comunicación Audiovisual- Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid-PCJIC & Facultad de Ciencias de la Comunicación - Universidad Autónoma de San Luis Potosí- UASLP. México. ISSN 2027- 1557. Págs. 55-65.