

Definiendo la comunicación organizacional desde el Sur: en búsqueda de perspectivas latinoamericanas

Definindo a comunicação organizacional a partir do Sul: em busca de perspectivas latino-americanas

Defining organizational communication from the South: in search of Latin American perspectives



Consuelo Vásquez Donoso

- Doctora en comunicación de la Université de Montréal en Canada.
- Profesora del departamento de comunicación social y pública de la Université du Québec à Montréal (UQAM). Su investigación aborda en el rol constitutivo de la comunicación organizacional en los procesos organizativos del tercer sector, la etnografía organizacional y las epistemologías del Sur.
- Co-fundadora e integrante del comité de coordinación del Groupe de recherche sur la communication organisante (ReCO) y de la Red Latinoamericana de investigación en comunicación organizacional (RedLACO).
- vasquez.consuelo@uqam.ca



Lisette Marroquín Velásquez

- Doctora en comunicación de la Université de Montréal en Canada.
- Profesora en la Escuela de Ciencias de la Comunicación Colectiva y coordinadora del programa de investigación Procesos de Comunicación y Organización en el Centro de Investigación en Comunicación (CICOM) de la Universidad de Costa.
- Interesada en el reconocimiento de los aportes latinoamericanos al campo de la comunicación organizacional
- Co-fundadora e integrante del comité de coordinación de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLACO) y realiza investigación sobre el desarrollo de perspectivas latinoamericanas en este campo académico.
- También ha realizado estudios sobre cambio organizacional y colaboración interorganizacional desde la perspectiva de la constitución comunicativa de las organizaciones (CCO).
- lisette.marroquin@ucr.ac.cr



Griselda Guillén Ojeda

- Doctora en Estudios Culturales por la Universidad Autónoma de Baja California (UABC).
- Profesora investigadora de la Facultad de Ingeniería y Negocios de la UABC. Su investigación aborda los temas comunicación organizacional, conformación del campo de la comunicación organizacional, género, comunicación y organización.
- Miembro del Cuerpo Académico Comunicación y Responsabilidad Social en las Organizaciones.
- Cuenta con Distinción de Investigadora Nacional Nivel I, 2023- 2027 por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT.
- Miembro fundador de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional (AMIPCO) y de la Red Latinoamericana de investigación en comunicación organizacional (RedLACO).
- griseldaguillen@uabc.edu.mx



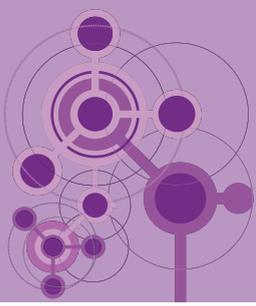
María de Jesús Montoya Robles

- Doctora y profesora investigadora de tiempo completo de la Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales de la Universidad Autónoma de Baja California. Su investigación se centra en el área de la comunicación de las organizaciones y métodos cuantitativos.
- Miembro del Cuerpo académico: Comunicación, Mediación e Intervención.
- Cuenta con Distinción de Investigadora Nacional Nivel I, 2023- 2027 por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT.
- Miembro fundador de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación organizacional (AMIPCO).
- montoya@uabc.edu.mx



Gabriela Rabello de Lima

- Estudiante de doctorado y máster en comunicación de la Université du Québec à Montréal (UQAM). Su investigación se centra en el tema de la comunicación política, la comunicación organizacional latinoamericana y los estudios de género y comunicación.
- Participa como estudiante investigadora en el Groupe de recherche sur la communication organisante (ReCO); la Red Latinoamericana de investigación en comunicación organizacional (RedLACO) y en el grupo de trabajo Democracia, Derechos Humanos y Justicia Internacional de la Cátedra Jean Monnet FECAP/UE.
- Estudiante asociada al Institut de recherches et d'études féministes (UQAM).
- rabello_de_lima.gabriela@courrier.uqam.ca



Resumen

Este artículo presenta los primeros resultados de una investigación cuyo objetivo es retratar el campo de la comunicación organizacional latinoamericana. Para eso, adoptamos una perspectiva ascendente y situada que considera las percepciones y realidades vividas por las personas investigadoras¹ latinoamericanas, especialistas en comunicación organizacional. El estudio se basa en una encuesta realizada a personas investigadoras de 14 países de América Latina. Se enfoca en las definiciones de comunicación organizacional y el posicionamiento de estas personas académicas con respecto a la existencia de perspectivas latinoamericanas de la comunicación organizacional.

PALABRAS CLAVE: COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL • LATINOAMÉRICA • PERSONAS ACADÉMICAS • ANÁLISIS CUANTITATIVO.

Resumo

Este artigo apresenta os primeiros resultados de uma pesquisa que visa retratar o campo da comunicação organizacional latino-americana. Para isso, adotamos uma perspectiva ascendente e situada que considera as percepções e realidades vividas pelas pessoas pesquisadoras² latino-americanas especialistas em comunicação organizacional. O artigo se baseia em uma pesquisa com pessoas pesquisadoras de 14 países da América Latina. Concentra-se nas definições de comunicação organizacional e no posicionamento destas pessoas acadêmicas no que diz respeito à existência de perspectivas latino-americanas sobre comunicação organizacional.

PALAVRAS-CHAVE: COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL • AMÉRICA LATINA • PESSOAS ACADÊMICAS • ANÁLISE QUANTITATIVA.

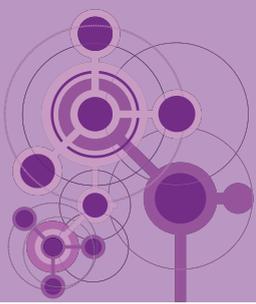
Abstract

This article presents the first results of a research that aims to portray the field of Latin American organizational communication. For this, we adopt a bottom-up and situated perspective that considers the perceptions and realities experienced by Latin American organizational communication scholars. The article is based on a survey of researchers from 14 countries in Latin America. It focuses on the definitions of organizational communication and the position of these scholars regarding the existence of Latin American perspectives on organizational communication.

KEYWORDS: ORGANIZATIONAL COMMUNICATION • LATIN AMERICA • SCHOLARS • QUANTITATIVE ANALYSIS.

1 Teniendo en cuenta el posicionamiento científico crítico y decolonial de esta investigación, hemos procurado utilizar el lenguaje inclusivo, adoptando terminologías neutras, siempre que sea posible, o femeninas.

2 Levando em consideração o posicionamento científico crítico e decolonial desta investigação, buscamos utilizar termos de linguagem inclusiva, adotando terminologias neutras, sempre que possível, ou femininas.



INTRODUCCIÓN

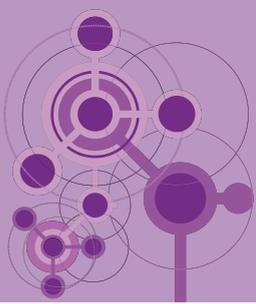
En las últimas décadas, la comunicación organizacional (CO) en América Latina se ha ido legitimando como un campo de estudio de interés para las personas académicas y los profesionales de la comunicación (Kaplún, 2012). Este reconocimiento se manifiesta por ejemplo en el desarrollo de nuevos modelos de comunicación que responden al cambiante panorama organizacional de la región latinoamericana (León Duarte, 2002; Saladrigas Medina, 2005), en la distinción disciplinaria de la CO respecto de otras áreas conexas como el periodismo y las relaciones públicas (Silvestrin; Godoi; Ribeiro, 2007), en el surgimiento de asociaciones, congresos, agrupaciones latinoamericanas sobre el tema (Vásquez; Marroquín, 2016) y en el desarrollo de estudios empíricos sobre CO anclados en el contexto latinoamericano (Vásquez; Marroquín; Angel, 2018).

Así mismo, algunos trabajos han buscado sistematizar el desarrollo de la CO en Latinoamérica mediante estudios bibliométricos (p.ej., Angel, 2013; Angel; Marroquín; Vásquez, 2017; Arzuaga Williams, 2019; García-Macías; Orduño Mendoza; Fortanell Trejo, 2018; Guillen; Espinosa, 2014; Kunsch, 2011; Montoya-Robles, 2018; Vásquez; Marroquín; Angel, 2018) o de reflexiones conceptuales sobre este campo de estudio (Contreras Delgado; Garibay Rendon, 2020; Rebeil-Corella, 2018; Romeu; Macias, 2011; Urbiola Solis; Levin Kosberg, 2018). Sin embargo, estas iniciativas han privilegiado una postura que catalogamos como “desde arriba hacia abajo” [*top-down*] adoptando un marco referencial para establecer parámetros y criterios teóricos y/o metodológicos con el fin de estudiar un campo de conocimiento, en este caso la CO. Esta postura deriva de un razonamiento deductivo en el cual se busca validar ciertas premisas teóricas con un análisis empírico o una reflexión conceptual. En ambos casos, prima la teoría por sobre las prácticas que constituyen dicho campo, descontextualizando así los resultados y/o reflexiones.

En este artículo proponemos adoptar una postura “desde abajo hacia arriba” [*bottom-up*] que considera las percepciones y prácticas de las personas investigadoras latinoamericanas especialistas en comunicación organizacional. A instancia de Torrico Villanueva (2016) operamos un desplazamiento del locus de enunciación de la comunicación que no solo restituye la CO en la región latinoamericana, pero además da tribuna a un grupo clave de actores que contribuye a su desarrollo atendiendo a sus experiencias como personas académicas trabajando *desde América Latina*. Seguimos así la propuesta de las y los adeptos al neoinstitucionalismo que han resaltado la necesidad de interesarse a las prácticas locales y situadas de actores para explicar los procesos de institucionalización (Kuhn, 2012; Lammers, 2011).

En este artículo presentamos los primeros resultados de un proyecto de investigación cuyo objetivo principal es el de mapear la CO en América Latina desde el Sur, para el Sur y por el Sur (Santos, 2011), basados en el análisis de una encuesta respondida por personas investigadoras de la CO de 14 países de América Latina. Esta encuesta (detallada más adelante) busca recoger información contextual e identitaria de las personas investigadoras, sus percepciones sobre las condiciones laborales, su definición de comunicación organizacional y su opinión respecto de la existencia de perspectivas latinoamericanas de la CO. El análisis, enfocado en las dos últimas dimensiones, muestra la apropiación y reconocimiento de nuevas formas de ver la CO como concepto alejado del funcionalismo y cercano a un proceso sistémico de comunidad por la aceptación humanista. Así mismo, se ve un acercamiento a una perspectiva latinoamericana de la CO que dialoga con diversas corrientes que le permiten enfrentar las problemáticas que se presentan.

Este artículo contribuye a la literatura sobre CO, más específicamente a los estudios bibliométricos citados anteriormente. La perspectiva ascendente y situada adoptada en este artículo complementa estos trabajos presentando las perspectivas y opiniones de las personas académicas y ofreciendo además un comparativo entre subregiones de América Latina.



REFERENCIAL TEÓRICO

El referencial teórico del proyecto de investigación se trabajó a partir de tres revisiones bibliográficas correspondientes a los temas de i) las definiciones de CO en América Latina; ii) las perspectivas críticas latinoamericanas de la comunicación; y iii) los estudios sobre las condiciones de trabajo en el campo investigativo. Por razones de espacio y teniendo en cuenta los objetivos específicos de este artículo, delimitamos la presentación a los dos primeros temas.

Definiciones de CO en América Latina

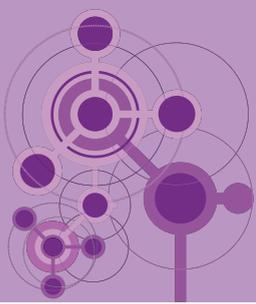
Referirse a los estudios de CO en América Latina implica, en un primer momento, reconocer las distintas formas de nombrar el campo de estudio (p.ej., CO, comunicación estratégica, corporativa, institucional, relaciones públicas). De acuerdo, con varios autores (Contreras Delgado; Garibay Rendon, 2020; Saladrigas, 2005), estas denominaciones están vinculadas con el ámbito en el que se desarrolla la actividad comunicativa, así la CO interna e institucional denomina la comunicación que se da al interior de la organización, mientras que las relaciones públicas y la comunicación externa abarcan las comunicaciones al exterior de la organización; y la comunicación integrada, global, corporativa e institucional denomina la comunicación que tiene lugar en ambos ámbitos. A pesar de la variedad de denominaciones, Arzuaga Williams (2019, p.137) asegura que “comunicación organizacional y relaciones públicas son las denominaciones más extendidas y consolidadas en América Latina.”

Esto marca otro aspecto distintivo del campo en la región y es la forma en la que se articulan la CO y las relaciones públicas conceptualmente y en la práctica. Ambas coexisten tanto en la formación y las publicaciones académicas como en las asociaciones académicas y profesionales, así como en las denominaciones de los departamentos y oficinas que se encargan de estas actividades profesionales. Tal vez la academia brasileña es la que más se ha preocupado por reflexionar en torno a esta relación (Reis, 2009)³. Destaca en esta línea la tesis integrativa de Kunsch (1998, 2003, 2017) que busca articular la CO y las relaciones públicas para aunar fuerzas. Al contrario, el llamado a la diferenciación parte de la búsqueda de los aspectos que distinguen cada campo. Casali (2009), por ejemplo, parte de las diferencias en los objetos de estudio de la CO (relación comunicación/organización) y las relaciones públicas (relación organización/público).

Los estudios bibliométricos consultados (Angel, 2013; Angel; Marroquín; Vásquez, 2017; Arzuaga Williams, 2019; Vásquez; Marroquín, Angel, 2018) concuerdan en tres tendencias en cuanto a las perspectivas desde la cual se define la CO. Usaremos la distinción propuesta por Saladrigas Medina (2005) que identifica las posturas funcionalistas-sistémicas (empírico-analíticas), las interpretativas y las críticas. El concebir la organización por encima de todo como una unidad productiva y la comunicación como una herramienta para el logro de los objetivos organizacionales son ideas centrales de la visión funcionalista-sistémica que ha dominado el campo en la región (Andrade, 2002; Castillo Acosta; Plá García; Abreu Fernández, 2022). Si bien esta tendencia reconoce la importancia de lo simbólico y lo afectivo en el contexto organizacional, estas dimensiones se consideran como factores que contribuyen o limitan la productividad de la organización. Así, por ejemplo, Muñoz Zapata y Valencia Rey (2017) ven que la CO no solo se encarga de la adecuada transmisión de información (difusión), sino de una forma de gestión en el que las estrategias dan cohesión y coherencia a la gestión organizacional para el cumplimiento de las metas de cada una de las partes para el funcionamiento organizado y consistente de la organización.

La postura interpretativa, por su parte, entiende la organización como un fenómeno social que va más allá de la productividad, se privilegia, entonces, la creación de sentido y la intersubjetividad como los puntos de entrada para comprenderla.

³ Ver también el número especial de la revista *Organicom* [2009, 6:10/11] “Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas: Investigación, reproducción y aplicación” y Marroquín (2015).



Urbiola Solís y Levin Kosberg (2018), basándose en las proposiciones de Schvarstein (2010), conciben la organización como un escenario simbólico, es decir, una realidad múltiple que está en constante construcción por parte de las personas que conforman la organización. En esta línea, Romeu y Macías (2011) hacen un llamado a considerar las relaciones humanas como parte integral de la CO, ya que su “surgimiento, desarrollo y consolidación se encuentran de manera central vinculada a la red comunicativa interpersonal que se construye de forma ‘oculta’ en la medida en que soporta o sostiene el entramado visible de la organización” (p. 25).

Por último, está la posición crítica definida como “el estudio del modo en que las prácticas de comunicación en una organización pueden ser sistemáticamente distorsionadas para servir a los intereses de quienes están en una posición de poder” (Saladrigas Medina, 2005, p. 3). Esta visión plantea la asimetría en las relaciones de poder a nivel interno de la organización. Por ejemplo, Marroquín y Angel (2016) proponen entender la CO como cambio social para desplazar la discusión hacia tipos de organizaciones que tradicionalmente han recibido menos atención en el campo (p.ej., organizaciones sin fines de lucro, organizaciones de la sociedad civil u organizaciones sociales)⁴. Por un lado, este movimiento implica “ver más allá de las fronteras de la organización para reconocer su impacto en la sociedad” y, por otro lado, “enfocarse en la acción colectiva que reta las relaciones de poder para promover la transformación social. Se trata de construir conocimiento que promueva sociedades justas y sostenibles” (p. 258, nuestra traducción). Así mismo, Arzuaga Williams (2019) nos recuerda la Escuela Latinoamericana de Relaciones Públicas (Molleda, 2002; Olleda; Suárez, 2003) y su función político-social. Ambas propuestas coinciden en subrayar el papel transformador de la comunicación que pueden desarrollar quienes la gestionan en las organizaciones (es decir, agentes de cambio).

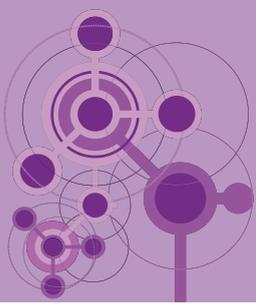
La tradición crítica latinoamericana de la comunicación

El nacimiento de las tradiciones críticas de la comunicación en América Latina se sitúa en las décadas de 1960 y 1970, periodo marcado por un fuerte movimiento en contra de las ideologías liberales impuestas desde el Norte global (Santos, 2011) en torno al crecimiento económico y a la modernización (Melo, 1999; Fuentes Navarro, 1999; Ibarra-Colado, 2006; Waisbord; Mellado, 2014; Bohoslavsky, 2015; Torrico Villanueva, 2016). Según las y los entendidos en la materia, la postura crítica que caracteriza estas tradiciones proviene de la perspectiva subalternizada de Latinoamérica, es decir, su ubicación secundaria e inferiorizada en la historia mundial, marcada por los procesos de conquista, colonización, independencia y modernidad incompleta (Ortiz, 2000; Torrico Villanueva, 2016). Se genera entonces un modo regional de conocer y de enunciar los procesos comunicacionales que prioriza el análisis crítico y la agenda de cambio social como base de la teorización (Torrico Villanueva, 2016).

Al respecto Ibarra-Colado (2006) destaca que dadas las características de los estudios organizacionales en América Latina, estos han tendido a reproducir el pensamiento generado en el Norte Global mediante la importación, repetición y traducción de conocimientos provenientes de realidades diferentes a las que se encuentran en América Latina. El autor invita a adoptar una perspectiva de alteridad en la cual dialogan las particularidades locales de cada contexto con orientaciones globales e internacionales. Esto implica reconocer los procesos de colonización que caracterizan América Latina, pero al mismo tiempo desarrollar la autonomía intelectual regional y perspectivas locales (Ibarra-Colado, 2006).

Melo (1999), firme promotor de un enfoque latinoamericano de la comunicación, identifica cuatro rasgos que caracterizan lo que llama la Escuela latinoamericana de la comunicación: i) la fusión de teorías extranjeras y locales –también llamada mestizaje teórico–; ii) la hibridez metodológica que se deriva de un enfoque transdisciplinario de la comunicación; iii) la ética y el compromiso político de la persona investigadora caracterizada como agente de cambio social; y iv) la dimensión extranacional

⁴ Ver también los trabajos de Henriques (2017) y Henriques y Silva (2013, 2014) que abordan la CO en el contexto de las acciones colectivas.



de la investigación que aborda temas regionales (y no solo nacionales) desde un punto de vista crítico. En complementariedad Barranquero (2011) agrega: i) una crítica radical al modelo informacional y funcionalista; ii) la relación irresoluble entre teoría y práctica; iii) el énfasis puesto en formas de comunicación alternativa; iv) el reconocimiento del carácter político de la comunicación; y v) el estrecho vínculo entre lo comunicativo, lo cotidiano y la construcción de autonomía.

Si bien estos rasgos sirven para definir una episteme latinoamericana común en materia de comunicación, Ortiz (2000) nota que, debido a las diferencias en el proceso de colonización, a las multiplicidades regionales y a la diversidad de tradiciones indígenas, entre otros factores, es difícil hablar de Latinoamérica como una totalidad única. Propone más bien hablar de “américas latinas” (p.44). Esta postura es compartida por Fuentes (1999) quien rechaza el carácter homogeneizador de la propuesta de una Escuela latinoamericana de la comunicación que pasa por alto otros desarrollos teóricos en la región. Para revertir esta tendencia sugiere poner mayor atención en estudios empíricos locales.

Más allá de estos debates, las y los autores citados comparten la idea según la cual existe en América Latina una (o varias) manera(s) de abordar la comunicación y generar conocimientos en la materia que se distingue de otras perspectivas, particularmente aquellas hegemónicas proveniente del Norte Global. Siguiendo el giro decolonial, las tradiciones críticas latinoamericanas de la comunicación invitan a interrogar los procesos de colonialidad (Quijano, 1999) que participan a lo que Santos (2018) llama epistemicidio, y promueven el desarrollo y la valorización de perspectivas locales y regionales desde América Latina (Restrepo; Rojas, 2010).

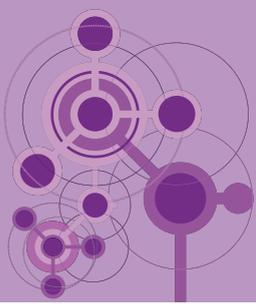
Este carácter político de la comunicación latinoamericana se traduce también en el énfasis puesto en el desarrollo y el cambio social como eje de la teorización y aplicación de la comunicación en América Latina (Barranquero, 2011). Esta orientación invita a las personas investigadoras a un compromiso político que transforma el rol del académico en agente de cambio social (Melo, 1999).

METODOLOGÍA

En esta investigación se adoptó como metodología un enfoque reflexivo-crítico, partiendo del supuesto de que es necesario comprender los elementos teóricos, sociales, lingüísticos y políticos que participan en el proceso de desarrollo y producción del conocimiento (Calas; Smircich, 1992, ver también Vásquez; Burgueño; Lima; Queiroz, 2022). Para ello, nos apoyamos en los supuestos de Alvesson y Sköldbberg (2017), así como de Santos (2011), para establecer tres premisas de una metodología reflexiva: (i) Toda investigación se construye socialmente mediante su negociación de sentido; (ii) El contexto en el que se ubica la investigación es el trasfondo del proceso interpretativo del fenómeno; y (iii) Las tradiciones hegemónicas en el campo de la CO han institucionalizado y legitimado históricamente, a través de su proceso de definición, lo que se considera como un modo de investigación y conocimientos a las demás regiones del mundo (Vásquez; Burgueño; Lima; Queiroz, 2022).

A partir de estas premisas establecimos un protocolo de investigación mixta (Hernandez-Sampieri; Fernandez; Baptista, 2010) que combina una revisión del estado del arte, una encuesta a las personas académicas latinoamericanas estudiosas de la comunicación organizacional, entrevistas en profundidad con expertas y expertos en el área, y un análisis bibliométrico de la producción de saberes latinoamericanos de la comunicación organizacional. En este artículo nos referimos a la encuesta, llevada a cabo entre mayo de 2019 y abril de 2021.

En primer lugar, partiendo de la revisión de la literatura, construimos una matriz traduciendo los conceptos teóricos retenidos en dimensiones y variables que debían componer las preguntas de la encuesta. Llegamos a un total de 55 variables que dieron lugar a 101 preguntas, divididas en 8 secciones (i. Informaciones personales y laborales; ii. Sobre su formación;



iii. Sobre su definición de la comunicación organizacional; iv. Sobre su perspectiva de la comunicación organizacional en Latinoamérica; v. Sobre la investigación en comunicación organizacional; vi. Sobre la difusión de la investigación en comunicación organizacional; vii. Sobre la enseñanza de la comunicación organizacional; y viii. Sobre su contexto laboral). La encuesta se elaboró primero en castellano y luego se tradujo al portugués. Luego fue validada estadísticamente (alfa de Cronbach: 0,992) por siete revisores académicos de cuatro países latinoamericanos. Posteriormente se usó la plataforma pagada *QuestionPro* para crear la encuesta online. En octubre de 2019 se envió la encuesta por correo electrónico a 276 personas investigadoras latinoamericanas, de 79 universidades y 23 asociaciones de la región. Se recibieron un total de 50 respuestas completas en español y 18 en portugués; de estas, 42 en español y 10 en portugués resultaron válidas y nos permitieron corroborar la coherencia del instrumento.

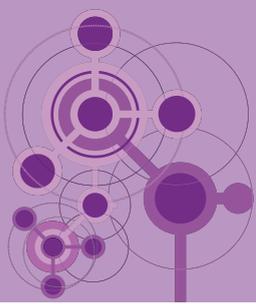
Debido a la baja diversidad de países latinoamericanos (según la información obtenida en el directorio que se elaboró para el envío de la encuesta) y a un porcentaje importante de encuestas no terminadas, se decidió simplificar la encuesta y cambiar la estrategia de comunicación para contactar a las personas académicas. Se siguió un método secuencial que permite la extensión de la muestra a otras regiones de Latinoamérica. Además, se migró a la plataforma *LimeSurvey*, pues una de las investigadoras tiene acceso gratuito mediante su universidad. Esta segunda versión de la encuesta contó con 40 preguntas de opción múltiple y descriptivas, segmentadas en 7 secciones. La invitación a completar la encuesta fue difundida por correo electrónico, redes sociales y el sitio web de la RedLaco entre el 5 de enero y el 15 de abril 2021. En esta fase, se recibieron un total de 66 respuestas, de estas, 29 fueron válidas. Luego de compilar las dos fases, en una base de datos de las dos encuestas, se obtuvieron 81 respuestas, las que sirvieron para el análisis. Al integrar la base el alfa de Cronbach de 0,922 se mantiene alto para el grupo de preguntas con respuestas similares y enfocadas en las perspectivas sobre la comunicación organizacional, el resto de las secciones se mantiene un alfa superior al 0,70, lo que valida al instrumento integrado.

El análisis de los datos se realizó mediante tablas de frecuencias y tablas de contingencia o cruzadas, para este último se utilizó el método de evaluación sumario de Likert que permite adicionar puntuaciones de un grupo de elementos en una escala Likert, integrando así tres nuevas variables o perspectivas y que permiten concentrar el análisis de los resultados y establecer otro tipo de pruebas, las cuales fueron codificadas en: i. Características con relación a frases que proponen el reconocimiento de una perspectiva latinoamericana en Comunicación Organizacional; ii. De la Escuela Latinoamericana de comunicación para el desarrollo y el cambio social; y iii. La Escuela del pensamiento decolonial de la comunicación.

La muestra que se logró recabar fue de 81 sobre un directorio de 276 investigadores y académicos de 79 universidades y 23 asociaciones de la región⁵ que investigan o enseñan la CO, lo que representa un 29,35% de la población⁶. La muestra se integró en tres regiones geográficas, cuidando la representación de los países de la población en el directorio: 1. Norteamérica integrada por México, 2. Centroamérica y Caribe, que abarca a Costa Rica, Cuba y República Dominicana, y 3. Sudamérica donde se incluye Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Uruguay y Venezuela. Los países donde no se logró representatividad en la muestra se integraron a la opción de Otros.

5 Debido a la ausencia de una base de datos, construimos el directorio a partir de una búsqueda en los sitios web de escuelas y facultades de comunicación de universidades latinoamericanas, programas de comunicación y relaciones públicas. Además se consultaron los sitios de asociaciones profesionales latinoamericanas dedicadas a la CO y a las relaciones públicas.

6 Notemos que se trata de una muestra aleatoria cuyo objetivo no es alcanzar toda la representatividad de la población estudiada.



RESULTADOS

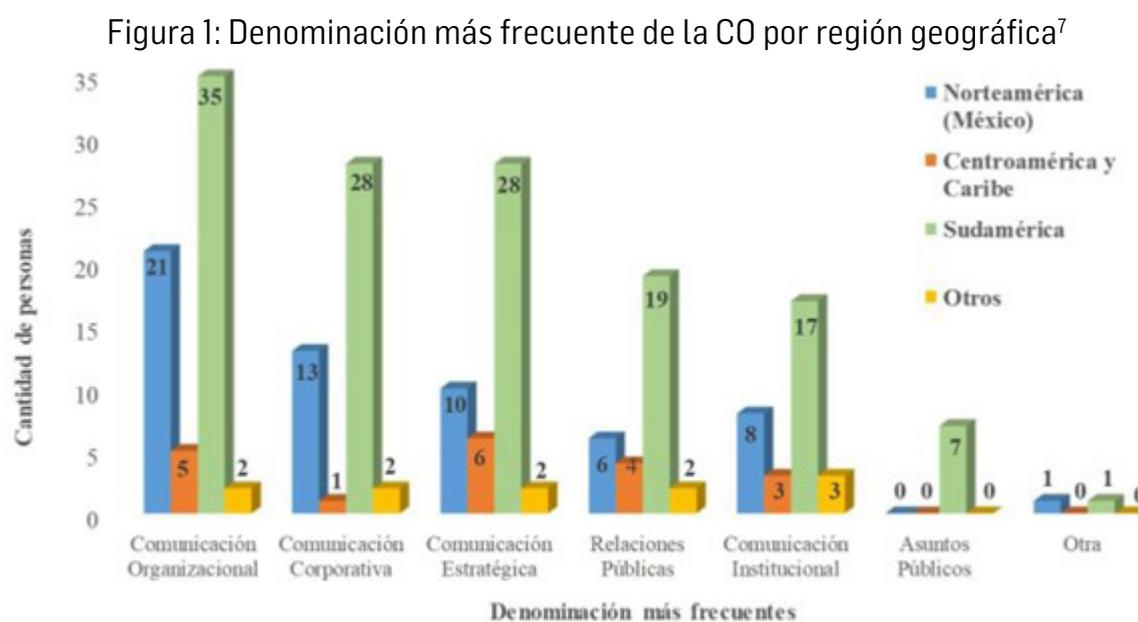
Los resultados que presentamos en esta sección se refieren, en un primer momento, a las características generales de la muestra, luego a la definición y perspectivas de la comunicación organizacional, y la existencia de visiones latinoamericanas de la comunicación organizacional. La muestra abarca un total de 14 países, diez son los mostraron representatividad por la respuesta de sus investigadores; así que para Norteamérica respondieron el 28,4%, Centroamérica y Caribe 7,4% y Sudamérica 59,3%, y los cuatro restantes el 4,9% se registraron en el rubro de Otros. Es importante destacar que dos de los países que tienen mayor número de personas académicas en comunicación organizacional son México y Brasil, de los cuales se tienen porcentajes importantes de respuestas (28,40 y 24,79 respectivamente).

En relación al género, en la muestra predomina el femenino con un 73%, y masculino 27%. El 76,54% de las y los respondientes de la encuesta manifiestan cierta estabilidad laboral con un puesto de tiempo completo en su lugar de trabajo, mientras que el 14,81% de tiempo parcial y el 8,64% por horas. El 54,3% de la muestra labora en una institución pública, mientras que el 45,7% en una privada.

Referente a los grados de estudio, el 2,5% tiene licenciatura, el 39,5% maestría, un 44,4% doctorado y un 11,1% postdoctorado, y el restante 2,5% no contestó. En temas de investigación, poco más de la mitad (54,32%) forma parte de algún grupo de investigación en comunicación organizacional, lo que coincide con el porcentaje relativo a la pregunta sobre proyecto de investigación en comunicación organizacional bajo su responsabilidad. Lo que nos dice de la experiencia en coordinar proyectos de investigación es apenas de la mitad de la muestra obtenida.

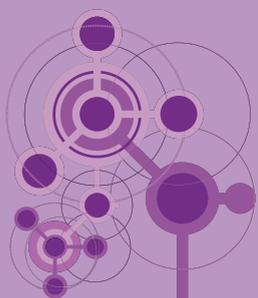
Definición y perspectivas de la comunicación organizacional

Entre las denominaciones más frecuentes predominan la de CO (63), seguida de la comunicación estratégica (46), comunicación corporativa (44), relaciones públicas (31) y comunicación institucional (31) como se puede apreciar en la suma de las frecuencias de cada denominación (Figura 1). Estos resultados corroboran lo que señala Reis (2009) respecto de Brasil, reflejado en las columnas más altas en tono verde, en cuanto a las denominaciones de CO y relaciones públicas.



Fuente: Elaboración propia.

⁷ Según su frecuencia de selección.



En cuanto a las perspectivas de la CO (Tabla 1), destaca la perspectiva sistémica (53), seguida de la perspectiva interpretativa (32). La socioconstructivista (27), la funcionalista (26) y la crítica (24) presentan números muy similares. Si bien los estudios bibliométricos habían identificado la perspectiva sistémica-funcionalista como la más popular en los estudios sobre comunicación organizacional en la región, las personas académicas latinoamericanas consultadas se identifican con más de una perspectiva, y el patrón de identificación muestra el crecimiento de perspectivas más centradas en los significados, la construcción social de la realidad y las relaciones de poder. Perspectivas como la constitutiva (10) y la decolonial (7), que han tomado fuerza más recientemente en el campo a nivel global, cuentan aún con poco reconocimiento en el campo en la muestra de personas académicas de América Latina que se consultaron. La tendencia es aún más baja con la perspectiva feminista (4) y posmoderna (6).

Tabla 1: Perspectivas de asociación de la definición de comunicación organizacional

Temática	Región de origen				Total	Porcentaje
	Norteamérica (México)	Centroamérica	Sudamérica	Otros		
Funcionalista	11	2	11	1	26	32.10
Sistémica	15	5	30	3	53	65.43
Interpretativa	7	4	20	1	32	39.51
Socioconstructivista	7	2	17	1	27	33.33
Crítica	5	2	15	2	24	29.63
Postmoderna/ poshumanista	1	0	5	0	6	7.41
Feminista/de género	0	0	4	0	4	4.94
Decolonial/ postcolonial	2	1	4	0	7	8.64
Constituitiva	4	1	4	1	10	12.35

Fuente: Elaboración propia.

Estas tendencias se pueden corroborar con las definiciones de CO⁸ más seleccionadas por las personas participantes (Tabla 2). Las definiciones b) y c) que están vinculadas con una perspectiva sistémica (74) y las vinculadas con d) creación de sentido y e) significados (94) son las más seleccionadas seguidas de las definiciones f) y g) que son de orden crítico (44). Sin embargo, las definiciones tienden más a la creación de sentido y las significaciones que las definiciones vinculadas a la perspectiva sistémica. Esta tendencia se evidencia también si observamos las selecciones por subregiones.

8 Estas definiciones están basadas en las metáforas de la comunicación organizacional de Putnam, Phillips y Chapman (1996).

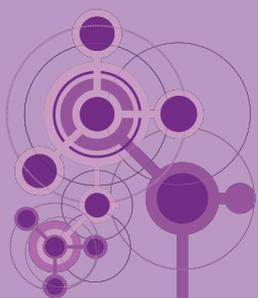


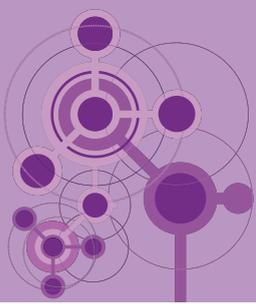
Tabla 2: Definiciones de la comunicación organizacional con las que están de acuerdo

Temática	Región de origen				Total	Porcentaje
	Norteamérica (México)	Centroamérica y Caribe	Sudamérica	Otros		
a). La comunicación organizacional es un flujo de información que se transmite al interior de la organización.	6	1	9	3	19	23.46
b). La comunicación organizacional es un mecanismo que escanea, filtra y procesa la información del medio ambiente para fines organizacionales.	5	1	9	0	15	18.52
c). La comunicación organizacional es una red de interconexiones e interdependencia del sistema organizacional.	15	6	37	1	59	72.84
d). La comunicación organizacional es un proceso dinámico de reflexividad, colaboración y creación de sentido.	17	6	36	2	61	75.31
e). La comunicación organizacional es un proceso de interpretación y representación simbólica.	7	4	20	2	33	40.74
f). La comunicación organizacional es la expresión supresión y distorsión de las voces de los miembros de la organización.	1	1	9	0	11	13.58
g). La comunicación organizacional es un proceso dialógico marcado por relaciones de poder	8	1	22	2	33	40.74
h). La comunicación organizacional es la dinámica que se establece entre los textos (patrones de interacción ritualizados) y las conversaciones que constituyen la organización.	11	3	9	1	24	29.63

Fuente: Elaboración propia.

Existencia de perspectivas latinoamericanas de la CO

De manera global, las personas académicas consultadas consideran que se puede pensar en una perspectiva latinoamericana de la CO, ya que el 70,37% de la muestra manifestó estar de acuerdo o parcialmente de acuerdo con los enunciados



que plantean la existencia de una distinción entre lo que se hace en el campo de la CO en América Latina y lo que se hace en Estados Unidos y Europa, y el interés por generar una perspectiva propia del campo (Tabla 3). Además, entre los resultados por enunciado, se señala que un 60,49% de las personas consultadas están de acuerdo en que las perspectivas norteamericanas y europeas destacan en el campo de la CO en América Latina, el 71,61% que tienen una importante influencia y el 48,15% que se complementan bien con las perspectivas de la región latinoamericana.

Tabla 3: Nivel de acuerdo con las frases vinculadas al reconocimiento de una perspectiva latinoamericana, por región y tipo de institución

Región	Tipo de institución	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni en acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	No contestó
Sudamérica	Pública	1.23	0.00	8.64	14.81	0.00	0.00
	Privada	1.23	2.47	7.41	20.99	1.23	1.23
Centroamérica y Caribe	Pública	0.00	1.23	0.00	3.70	1.23	0.00
	Privada	0.00	0.00	0.00	0.00	1.23	0.00
Norteamérica	Pública	0.00	2.47	1.23	13.58	1.23	1.23
	Privada	0.00	1.23	0.00	6.17	1.23	0.00
Otros	Pública	0.00	0.00	0.00	3.70	0.00	0.00
	Privada	0.00	0.00	0.00	0.00	1.23	0.00
Porcentaje total		2.47	7.41	17.28	62.96	7.41	2.47

Fuente: Elaboración propia.

La academia latinoamericana en comunicación es reconocida a nivel internacional por sus contribuciones vinculadas con el desarrollo y el cambio social y con las perspectivas críticas y decoloniales. Es por ello que se incluyeron una serie de enunciados para valorar el lugar de estas contribuciones como parte de la perspectiva latinoamericana de la comunicación.

Un 69,14% de la muestra vincula esta perspectiva latinoamericana de la CO con algunas de las características que se vinculan con Escuela latinoamericana de la comunicación (Barranquero, 2011; Melo, 1999) que está fuertemente ligada a la comunicación para el desarrollo y el cambio social (ver Tabla 4). Por ejemplo, algunos enunciados que tuvieron resultados significativos están vinculados al papel de agente de transformación de la persona investigadora con un 59,3%, el ver la comunicación como acción transformadora el 58% y emancipadora un 60,5%, y al carácter pragmático el 60,5% y aplicado del campo de la comunicación 69%. Sin embargo, resulta curioso que estas visiones no se han plasmado con la fuerza que se manifiesta en las respuestas al cuestionario en las publicaciones de los últimos años en el campo.

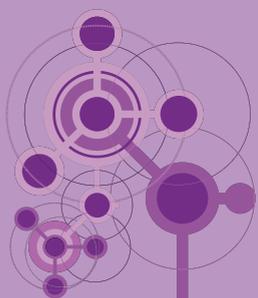


Tabla 4: Nivel de acuerdo con las frases vinculadas al campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social, por región y tipo de institución

Región	Tipo de institución	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni en acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	No contestó
Sudamérica	Pública	1.23	0.00	4.94	14.81	3.70	0.00
	Privada	2.47	0.00	12.35	17.28	2.47	0.00
Centroamérica y Caribe	Pública	0.00	0.00	1.23	3.70	1.23	0.00
	Privada	0.00	0.00	0.00	0.00	1.23	0.00
Norteamérica	Pública	0.00	1.23	2.47	4.94	4.94	1.23
	Privada	0.00	1.23	2.47	2.47	2.47	0.00
Otros	Pública	0.00	0.00	0.00	3.70	0.00	0.00
	Privada	0.00	0.00	0.00	1.23	0.00	0.00
Porcentaje total		3.70	2.47	23.46	53.09	16.05	1.23

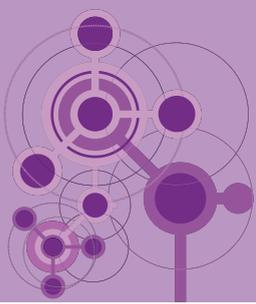
Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, se estudió la vinculación del campo de la CO latinoamericana con algunos de los postulados de la teoría decolonial (ver Tabla 5). Apenas un 34,6% manifestaron su acuerdo. Si bien un 54,3% de las personas consultadas tienden a pensar la comunicación como campo de conocimiento histórico y cultural, el 63% no están de acuerdo en vincularlo con la denuncia al imperialismo que se ejerce desde el Norte global ni con la democratización de las sociedades latinoamericanas (30,3%).

Tabla 5: Nivel de acuerdo con las frases vinculadas con el pensamiento decolonial, por región y tipo de institución

Región	Tipo de institución	Totalmente en desacuerdo	Parcialmente en desacuerdo	Ni en desacuerdo ni en acuerdo	Parcialmente de acuerdo	Totalmente de acuerdo	No contestó
Sudamérica	Pública	1.23	3.70	8.64	9.88	1.23	0.00
	Privada	1.23	11.11	11.11	6.17	2.47	2.47
Centroamérica y Caribe	Pública	1.23	0.00	2.47	2.47	0.00	0.00
	Privada	0.00	0.00	0.00	1.23	0.00	0.00
Norteamérica	Pública	1.23	6.17	4.94	6.17	0.00	1.23
	Privada	0.00	0.00	6.17	2.47	0.00	0.00
Otros	Pública	0.00	0.00	1.23	2.47	0.00	0.00
	Privada	0.00	1.23	0.00	0.00	0.00	0.00
Porcentaje total		4.94	22.22	34.57	30.86	3.70	3.70

Fuente: Elaboración propia.



DISCUSIÓN

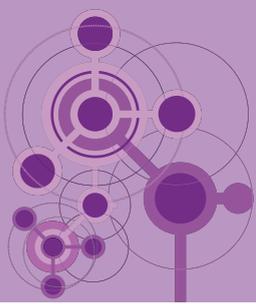
Los resultados arrojados en esta investigación nos permiten tener un primer acercamiento sobre la manera en la cual las personas académicas latinoamericanas expertas en CO conciben este campo de estudio y se posicionan respecto de la existencia de perspectivas latinoamericanas. Se destaca en Sudamérica una mayor apertura a diferentes perspectivas con que asocian el concepto de CO, que se aleja al igual que las demás regiones de la funcionalista y es la única en reconocer todas las corrientes clásicas y las contemporáneas. Norteamérica presenta menos diversidad en denominaciones, seguida de un comportamiento similar en la región de Centroamérica y Caribe. Tomados conjuntamente, los resultados indican un distanciamiento, pero no una ruptura de escuelas que han marcado la historia de la CO en Latinoamérica (como mencionado en los estudios bibliométricos, por ejemplo Angel, 2013; Vásquez; Marroquín, Angel, 2018), que ahora atienden nuevas problemáticas y avanzan hacia nuevos conocimientos. Esta ecología de perspectivas de la CO denota una emergencia y vitalidad del campo, que los estudios bibliométricos hasta ahora no habían identificado. Estudios más detallados sobre las perspectivas alternativas, aunque minoritarias, permitirían documentar estas transformaciones.

Así mismo, las definiciones de CO con un mayor número de denominaciones dan cuenta de la permanencia de una perspectiva sistémica. Sin embargo, al ver la proximidad de otros conceptos seleccionados se interpreta una tendencia a la aceptación de una comunicación en las organizaciones más integral, humanizada, flexible y colaborativa. Esto confirma, desde la academia y las personas investigadoras, un distanciamiento de las corrientes clásicas. Esta tendencia se evidencia a la vez en la totalidad de la muestra como en cada región geográfica.

Respecto de la diversidad de nomenclaturas notamos que la denominación CO sigue siendo predominante y que la de relaciones públicas pierde en importancia, si lo comparamos con los resultados obtenidos por Arzuaga Williams (2019). Esta divergencia puede explicarse según la tesis integrativa que se destaca en el trabajo de Kunsch (1998, 2003, 2017), la que aboga por la integración de ambos campos para aunar fuerzas. Más allá de la distinción entre CO y relaciones públicas, sería interesante explorar el uso de las distintas nomenclaturas de la CO por países para dar cuenta de sus aplicaciones en la investigación y en la enseñanza (RedLAco, 2018)

Con relación a la tesis de la existencia de una (o varias) perspectiva(s) latinoamericana(s) de la CO, el análisis indica que las personas consultadas reconocen las particularidades del pensamiento latinoamericano en CO. Este pensamiento se vincula con el reconocimiento de la Escuela latinoamericana de la comunicación que se asienta en una visión crítica de la comunicación y en las visiones que se han vinculado con el campo de la comunicación para el desarrollo y el cambio social (Barranquero, 2011; Melo, 1999). En esta identidad propia se reconoce también la presencia y la influencia del pensamiento del Norte global y se identifican puntos de encuentro más que una postura decolonial de denuncia de estas influencias y dominaciones que ha caracterizado las tradiciones críticas latinoamericanas de la comunicación. Dicho esto, los resultados concuerdan con algunas de las características del pensamiento latinoamericano en comunicación identificadas por Melo (1999)⁹, más específicamente el mestizaje teórico y el abordaje de temas regionales en la investigación. En este sentido, para una mayoría de las personas académicas encuestadas, el desarrollo de una perspectiva latinoamericana pasa más por la complementariedad y el diálogo con perspectivas del Norte global, que por una crítica de los procesos hegemónicos de la colonialidad. Explorar cómo se manifiesta esta complementariedad Norte-Sur en los trabajos de investigación de la CO en Latinoamérica aportaría mayor esclarecimiento sobre este tema.

9 Ver también Vásquez; Marroquín, Angel (2018).



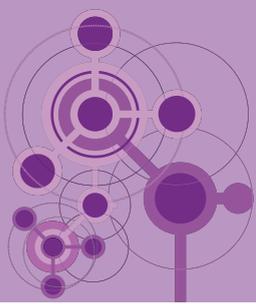
CONCLUSIÓN

Como mencionado, este artículo se enmarca en una investigación más amplia que aún está en curso y que busca mapear la CO en América Latina como subcampo académico de la comunicación “desde abajo hacia arriba,” es decir, partiendo de las percepciones y prácticas de las personas investigadoras latinoamericanas especialistas de la CO. A partir del análisis de una encuesta realizada con 81 de estas personas, representando a 14 países, estos repartidos en tres regiones geográficas, se buscó identificar la definición de la comunicación organizacional y explorar la tesis de una perspectiva latinoamericana de la comunicación organizacional. Los resultados nos permiten extender los estudios bibliométricos realizados sobre este subcampo académico de la comunicación identificando ciertas discrepancias (por ejemplo, en la dominancia de una perspectiva sistémico-funcionalista), atendiendo a la diversidad de nomenclatura relacionadas con el campo (más allá de la distinción entre CO y relaciones públicas) y cuestionando las especificidades de la comunicación organizacional en América Latina. Este abordaje centrado en las experiencias de las personas investigadores, actrices centrales de la constitución y transformación del campo (Kuhn, 2012; Lammers, 2011), contribuye a los esfuerzos e iniciativas que buscan legitimar la CO latinoamericana.

Siendo esta la primera etapa del proyecto de investigación y considerando que el artículo aborda resultados preliminares y parciales, este trabajo presenta algunos límites. En primer lugar notamos que la cantidad de encuestas de la muestra solo representa un 29,35% de la población (según el directorio compilado para esta investigación). Se seguirá trabajando para ampliar la muestra apuntando a países latinoamericanos que están subrepresentados, con el objetivo en una próxima etapa de analizar las tendencias por y entre países. Eso permitirá reconocer y detallar con más fineza las “américas latinas,” de las cuales habla Ortiz (2000). Así mismo, nos parece relevante integrar en el análisis el referencial teórico relativo a las condiciones laborales que en este artículo dejamos de lado por razones de espacio. Incluir estas variables permitirá indagar sobre las exigencias académicas, el contexto de trabajo, la infraestructura y los recursos con los cuales cuentan las personas investigadoras latinoamericanas especialistas en CO y como aquello influyen en sus percepciones sobre el campo. Por último, y tomando en cuenta la importante presencia de mujeres en la muestra, nos parece relevante indagar el tema de género de manera más sistemática.

REFERENCIAS

- ALVESSON, Mats; SKÖLDBERG, Kaj. *Reflexive Methodology: New Vistas For Qualitative Research*. London: SAGE, 2017.
- ANGEL, Adriana; MARROQUÍN, Lissette; VÁSQUEZ, Consuelo. El campo de la comunicación organizacional en América Latina: una revisión crítica de su producción intelectual académica. *Organicom*, v.14, n.26, p.273-28, 2017.
- ANDRADE, Horacio. Definición y alcance de la comunicación organizacional. *In*: Fernández Collado, Carlos (coord.). *La comunicación en las organizaciones*. México, D.F.: Editorial Trillas, 2002. p. 11-17.
- ANGEL, Adriana. Los “campos” de la comunicación organizacional: Perspectivas Latinoamericanas y Norteamericanas. *Filo de palabra*, Manizales, n.15, p.09-26, 2013.
- ARZUAGA WILLIAMS, Mónica. Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas. *Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación*, Medellín, n.17, p.135-154, 2019. DOI: 10.22395/anr.v17n34a7.



BARRANQUERO, Alejandro. Latinoamericanizar los estudios de comunicación. De la dialéctica centro-periferia al diálogo interregional. *Razón y palabra*, Ciudad de México, v.16, n.75, p.26, 2011.

BOHOSLAVSKY, Ernesto. América Latina (1950-1989): perspectivas desde la historia comparada. *Quinto Sol*, Santa Rosa, v.19, n.1, p.1-3, 2015.

CALAS, Marta B.; SMIRCICH, Linda. Re-writing gender into organizational theorizing: Directions from feminist perspectives. In: REED, Mike; HUGHES, Michael (ed.). *Rethinking Organization: New Directions in Organization Theory and Analysis*. London: Sage, 1992.

CASALI, Adriana Machado. Análise dos objetos de estudo da Comunicação Organizacional e das Relações Públicas. *Organicom*, São Paulo, v.6, n.10-11, p.64-69, 2009.

CASTILLO ACOSTA, Pastorita; PLÁ GARCÍA, Lilian; ABREU FERNÁNDEZ, Belkis. Las etapas ética y estética de la comunicación organizacional. *Revista Iberoamericana de Investigación en Educación*, La Paz, v.1, n.3, p.86-94, 2022.

CONTRERAS DELGADO, Omar Eduardo; GARIBAY RENDÓN, Nadia Gabriela. Comunicación organizacional: Historia, desarrollo y perspectivas de un concepto en constante construcción en América Latina. *Inmediaciones de la Comunicación*, Montevideo, v.15, n.2, p.43-70, 2020. DOI: 10.18861/ic.2020.15.2.3018

FUENTES NAVARRO, Raúl. La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Diálogos de la comunicación*, Logroño, n.56, p.52-67, 1999.

GARCÍA-MACÍAS, Alejandro; ORDUÑO MENDOZA, Sarahí; FORTANELL TREJO, Betsabee. El entramado temático de la comunicación organizacional: nitidez, cohesión y posicionamiento en la red conceptual de las publicaciones sobre comunicación en el Scielo Citation Index. *Anuario de Investigación de la Comunicación CONEICC*, [S. l.], n. XXV, p. 95-107, 2018. DOI: 10.38056/2018aiccXXV47.

GUILLEN, Griselda; ESPINOSA, Susana. En busca del desenredos de la comunicación organizacional. *Razón y palabra*, Ciudad de México, v.18, n.2_87, p.109-130, 2014.

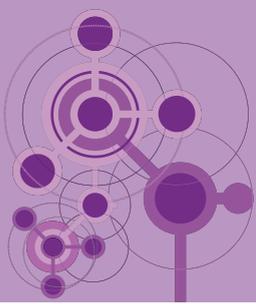
HENRIQUES, Mario Simeone. *Comunicação e estratégias de mobilização social*. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

HENRIQUES, Mario Simeone; SILVA, Dario. Vulnerabilidade dos públicos frente a práticas abusivas de comunicação empregadas por organizações: limitações para o monitoramento civil. *Comunicação e Sociedade*, Braga, n.26, p.162-176, 2014. DOI: 10.17231/comsoc.26(2014). 2013

HERNÁNDEZ-SAMPIERI, Roberto; FERNÁNDEZ, Carlos; BAPTISTA, Pilar. *Metodología de la investigación*. Perú: McGraw-Hill, 2010.

IBARRA-COLADO, Eduardo. Organization Studies and Epistemic Coloniality in Latin America: Thinking Otherness from the Margins. *Organization*, [S. l.], v.13, n.4, p.463-488, 2006. DOI: 10.1177/1350508406065851.

KAPLÚN, Gabriel. Lo emergente y lo resistente en la comunicación organizacional. *Diálogos de la comunicación*, Logroño, n. 8, p. 1-23, 2012.



KUHN, Timothy. Negotiating the micro-macro divide: thought leadership from organizational communication for theorizing organization. *Management communication quarterly*, [S. l.], n.26, p.543-584, 2012. DOI: 10.1177/0893318912462004

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Comunicação organizacional e relações públicas: perspectivas dos estudos latino-americanos. *Revista internacional de relaciones públicas*, Málaga, v.1, n.1, p.28, 2011. doi: 10.5783/RIRP-1-2011-03-69-96.

KUNSCH, Margarida M. Krohling. A formação universitária em Relações Públicas: novas demandas e desafios da sociedade contemporânea. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Málaga, v.7, n.14, p.5-12, 2017. doi: 10.5783/revrrpp.v7i14.490

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Alternativas para o fortalecimento acadêmico da comunicação organizacional. *Intercom: revista brasileira de ciências da comunicação*, São Paulo, v.21, n.2, 1998. doi: 10.1590/rbcc.v21i2.969

KUNSCH, Margarida M. Krohling. Tendências da produção científica em relações públicas e comunicação organizacional no Brasil. *Comunicação e Sociedade*, Braga, v.39, p.93-125, 2003.

LAMMERS, John C. How institutions communicate: institutional messages, institutional logics, and organizational communication. *Management communication quarterly*, [S. l.], n.25, p.154-182, 2011. doi: 10.1177/0893318910389280

LEÓN DUARTE, Gustavo A. Convergencia global y comunicación organizacional en México. Apuntes diagnósticos. *Revista latina de comunicación social*, La Laguna (Tenerife), v.5, n.52, p.1-11, 2002.

MARROQUÍN, Lissette. La comunicación organizacional y las relaciones públicas en América Latina: Una mirada desde la literatura científica (1980-2014). In: Mini Jornadas de Investigación y Acción Social: Expectativas de Cambio, III, 2015, San José. *Memória* San José: CICOM. 2015. p. 26-42.

MARROQUÍN, Lissette; ANGEL, Adriana. Engaging with society: Organizational communication as social change. *Management Communication Quarterly*, [S. l.], v.30, n.2, p.256-261, 2016 doi: 10.1177/0893318915621590

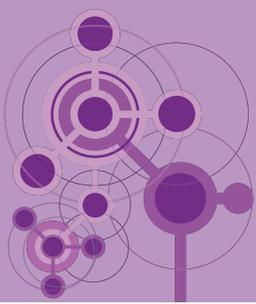
MELO, José Marques de. Paradigmas da escola latino-americana de comunicação. *Comunicação & informação*, Goiânia, v.2, n.2, p.188-203, 1999. doi: 10.5216/c&i.v2i2.22854

MOLLEDA, Juan-Carlos. Analogía de las corrientes de relaciones públicas en las Américas. *Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación*, Medellín, v.1, n.1, p.21-38, 2002

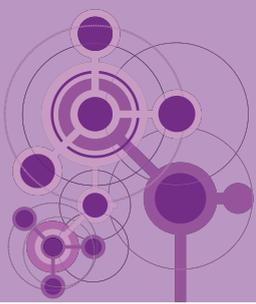
Montoya-ROBLES, María de Jesús. Comunicación organizacional: revisión de su concepto y prácticas de algunos autores mexicanos. *Razón y palabra*, Ciudad de México, v.22, n.1_100, p. 778-795, 2018.

MUÑOZ ZAPATA, Doris Elena; VALENCIA REY, Juan Esteban. Roles de la comunicación organizacional en la gestión del conocimiento: oportunidades y desafíos a partir de experiencias de grandes empresas antioqueñas. *Poliantea*, Bogotá, v.13, n.24, p.125-140, 2017.

OLLEDA, Juan Carlos; SUÁREZ, Ana Maria. El papel de los profesionales colombianos de relaciones públicas como agentes de transformación social: cómo la crisis del país obliga a los profesionales a ir más allá de la comunicación con los públicos organizacionales. *Anagramas: rumbos y sentidos de la comunicación*, Medellín, v.2, n.3, p.86-134, 2003.



- ORTIZ, Renato. América Latina. De la modernidad incompleta a la modernidad-mundo. *Nueva Sociedad*, Buenos Aires, n.166, p.44-61, 2000.
- PUTNAM, Linda; PHILIPS, Nelson; CHAPMAN, Pamela. Metaphors of Communication and Organization. *In*: Clegg, S. R.; Hardy, S.; Nord, W. R., (ed.). *Handbook of Organizational Studies*. London: Sage, 1996. p.375-408.
- QUIJANO, Anibal. Colonialidad del poder, cultura y conocimiento en América Latina. *Dispositio*, Ann Arbor, v.24, n.51, p.137-148, 1999.
- REBEIL-CORELLA, María Antonieta. Aportes a la teoría de la CCO desde la perspectiva de la comunicación integral. *Razón y palabra*, Ciudad de México, v.22, n.1_100, p.749-759, 2018.
- RED LATINOAMERICANAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL (RedLAcO). *Escuchando nuestras voces: perspectivas latinoamericanas en comunicación organizacional*. [S.l.]: [S.n.], 2018. Disponible en https://assets.website-files.com/5fd7ed4085db845dc6637d90/5fd7edac0ef39834759aef1c_Publicacion%201%20MANIFIESTO%20SCUCHANDO%20NUESTRAS%20VOCES.pdf. Acceso em: 20 maio 2022.
- REIS, Maria do Carmo. Comunicação organizacional e relações públicas no Brasil são singulares? *Organicom*, São Paulo, v.6, n.10-11, p. 42-48, 2009. doi: 10.11606/issn.2238-2593.organicom.2009.139002.
- RESTREPO, Eduardo; ROJAS, Axel. *Inflexión decolonial: fuentes, categorías y cuestionamientos*. Popayán: Editorial Universidad del Cauca, 2010
- ROMEU, Vivian; MACÍAS, Rosa María. La importancia de la comunicación intersubjetiva en las organizaciones. *Temas de comunicación*, Caracas, n.22, p.23-50, 2011.
- Saladrigas MEDINA, Hilda. Comunicación organizacional: matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista latina de comunicación social*, La Laguna (Tenerife), v.8, n.60, p.1-13, 2005.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. Epistemologías del Sur. *Revista internacional de filosofía iberoamericana y teoría social*. [S. l.], n.54, Utopía y Praxis Latinoamericana, p.23, 2011.
- SANTOS, Boaventura de Sousa. *Justicia entre saberes: epistemologías del Sur contra el epistemicidio*. Madrid: Morata. 2018.
- SCHVARSTEIN, Leonardo. *Psicología social de las organizaciones: nuevos aportes*. Buenos Aires: Paidós, 2010.
- SILVESTRIN, Celsi Brönstrup; GODOI, Elena; RIBEIRO, Anely. Comunicación, lenguaje y comunicación organizacional. Traducción del portugués de Luis Ignacio Sierra Gutiérrez. *Signo y pensamiento*, v.51, p.26-37, 2007.
- TORRICO VILLANUEVA, Erick. La comunicación en clave latinoamericana. *Chasqui: revista latinoamericana de comunicación*, Quito, n.132, p.23-36, 2016. doi: 10.16921/chasqui.v0i132.2888.
- URBIOLA SOLÍS, Alejandra Elizabeth; LEVIN KOSBERG, Sergio. Una propuesta para el estudio de la comunicación organizacional y la construcción de significados desde lo procesual y simbólico. *Administración y Organizaciones*, Ciudad de México, v.21, n.40, p.51-72, 2018.



VÁSQUEZ, Consuelo; BURGUEÑO, Roberto; LIMA, Gabriela Rabello de; QUEIROZ, Marcela Marques de. Uma metodologia reflexiva para desocidentalizar o subcampo da Comunicação Organizacional LatinoAmericana. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, v.45, 2022. DOI: 10.1590/1809-58442022110en

VÁSQUEZ, Consuelo; MARROQUIN, Lissette. Forum introduction: organizational communication in Spanish-speaking Latin American countries. *Management Communication Quarterly*, v.30, n.2, p.245-248, 2016.

VÁSQUEZ, Consuelo; MARROQUÍN, Lissette; ANGEL, Adriana. In Search of a Latin American Approach to Organizational Communication: A Critical Review of Scholarship (2010–2014). *Communication Theory*, v.28, n.2, p.155-179, 2018.

WAISBORD, Silvio; MELLADO, Claudia. De-westernizing Communication studies: a reassessment. *Communication Theory*, [S. l.], v.24, n.4, p.361-372, 2014. DOI: 10.1111/comt.12044

Artigo recebido em 20/07/2022 e aprovado em 06/02/2023