



La formación profesional del comunicador organizacional en un universo cada vez más globalizado

A formação profissional do comunicador organizacional em um universo cada vez mais globalizado

The professional training of the organizational communicator in a universe that is increasingly globalized



Graciela Paz Alvarado

- Doctora en Comunicación Social por la Universidad de La Habana
- Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Autónoma de Baja California (UABC)
- Coordinadora de Tutorías Académicas de la licenciatura en Ciencia de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC
- Miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación (Amic), del Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C. (Conac), del Cuerpo Académico Procesos de Comunicación en Instituciones y Organizaciones Sociales y del Núcleo Académico Básico de la Especialidad en Traducción e Interpretación de la Facultad de Idiomas de la UABC
- E-mail: grace@uabc.edu.mx



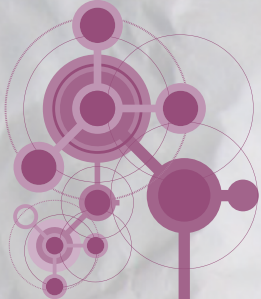
Elsa del Carmen Villegas Morán

- Doctora en Comunicación Social por la Universidad de La Habana
- Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC
- Miembro del Consejo de Acreditación de la Comunicación A.C. (Conac), del Cuerpo Académico Procesos de Comunicación en Instituciones y Organizaciones Sociales y de la Red Internacional de Investigadores en Ciencias Sociales y Humanas
- E-mail: evillegas@uabc.edu.mx



Yazmín Vargas Gutiérrez

- Doctorante del Centro Panamericano de Estudios Superiores
- Máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana
- Profesora investigadora de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC
- Responsable de los procesos de acreditación de los programas educativos de la Facultad de Ciencias Humanas de la UABC
- Miembro del Cuerpo Académico Procesos de Comunicación en Instituciones y Organizaciones Sociales
- E-mail: yazmin@uabc.edu.mx



Resumen

En un mundo globalizado y de continuos cambios, los programas de comunicación no solo tienen el reto, sino el compromiso de formar profesionales capaces de intervenir formal y laboralmente en la vida pública y ciudadana de su país; proyección que debe trascender las fronteras de una globalización cada vez más inmediata en los desempeños laborales. La formación eficiente y competitiva de los comunicadores organizacionales resulta inevitable para incursionar en un universo institucional cada vez más complejo.

PALABRAS CLAVE: FORMACIÓN PROFESIONAL • COMUNICADOR ORGANIZACIONAL.

Resumo

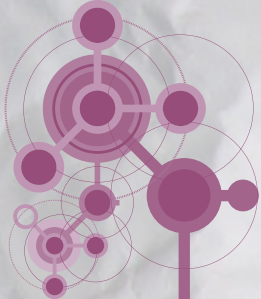
Em um mundo globalizado e em mudanças contínuas, os programas de comunicação têm não apenas o desafio, mas também o compromisso de formar profissionais capazes de intervir formal e profissionalmente na vida pública e cívica do país; projeção que deve transcender as fronteiras de uma globalização cada vez mais imediata nos desempenhos laborais. A formação eficiente e competitiva dos comunicadores organizacionais é inevitável para entrar em um mundo institucional cada vez mais complexo.

PALAVRAS-CHAVE: FORMAÇÃO PROFISSIONAL • COMUNICADOR ORGANIZACIONAL.

Abstract

In a globalized world of continuous changes, communication programs have not only a challenge, but the commitment to train professionals able to intervene in public life and civic life of their country; projection that must transcend the borders of an increasingly immediate globalization in performance at work. Efficient and competitive training of organizational communicators it is inevitable to enter a institutional universe increasingly complex.

KEYWORDS: VOCATIONAL TRAINING • ORGANIZATIONAL COMMUNICATOR.



INTRODUCCIÓN

Las instituciones de educación superior, y particularmente las facultades de comunicación en América Latina, tienen como principio fundamental que la formación profesional que han de recibir los estudiantes de sus programas de formación tenga como soporte una colectividad de unidades de aprendizaje con los contenidos esenciales para favorecer los conocimientos, las habilidades y las aptitudes pertinentes, según los objetivos trazados en la malla curricular; donde la finalidad no es otra, sino formar profesionales capaces de analizar, interpretar, diagnosticar, gestionar, planificar y ejecutar acciones de comunicación con las destrezas suficientes para los diferentes escenarios institucionales en el que se desempeñarán una vez que se incorporen al mercado de trabajo.

La incorporación que demandan los egresados de comunicación ante las distintas oportunidades laborales, y la utilización oportuna de los nuevos saberes en favor de una calidad de vida saludable para todos los miembros de las organizaciones e instituciones sociales, compromete a las universidades y, en particular, a las facultades de comunicación, a vincular convenientemente sus programas educativos con los diversos sectores productivos; por ende, los obliga a organizar los aprendizajes de tal forma que trasciendan con eficiencia una vez llegado el tiempo del alistamiento de sus egresados al campo laboral.

La formación profesional del comunicador organizacional en un cosmos cada vez más globalizado presenta un acercamiento comparativo del número de las unidades de aprendizaje en las mallas curriculares de los programas de estudio de algunas universidades de América Latina, a fin de lograr una mirada y, por qué no, un acercamiento a los contenidos de las distintas denominaciones que forman al profesional de comunicación que ha de desempeñarse en la diversidad de espacios organizacionales en esta geografía.

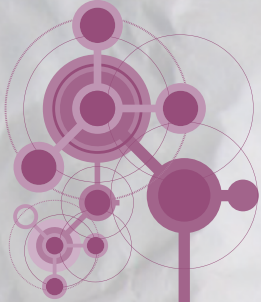
REFERENCIAS TEÓRICAS

La evaluación, diseño y planeación del currículum de los programas de comunicación, al igual que el conjunto de programas de estudio tanto de grado como de posgrado, constituyen los mayores retos en las ofertas de educación superior para los centros de estudio universitario.

El desafío es grande, sobre todo cuando se tiene en claro que la formación de profesionales capaces de desempeñarse en forma inteligente resolviendo o previniendo la problemática social depende mucho del buen diseño de los planes de estudios. El carácter del currículum del nivel superior es complejo y multidimensional, lo que impide aproximarse a su definición o análisis desde un solo punto de vista. (López Ruiz, 2011)

El currículum es el conjunto de conocimientos disciplinarios que se materializa en un plan de estudios y que, a manera de síntesis, se refleja en un gráfico conocido como malla, mapa o estructura curricular; en él se definen las competencias de aprendizaje, las actividades a realizar, se formulan las metas, se describe la organización de los contenidos en las unidades de aprendizaje, se aseguran las teorías, las metodologías y las prácticas para el aprendizaje basado en problemas reales y, sobre todo, se afirma el perfil de egreso profesional. Egreso profesional que en su trayectoria formativa ha debido asegurar teoría y práctica como binomio substancial de todo programa de estudios. Como bien señala Braga (2007), la teoría y la práctica no son independientes, ambas son un modo de conocimiento y un modo de hacer. Y que difícilmente se pueda conocer –o hacer– aisladamente, por medio de un solo proceso¹.

¹ Interpretación personal del texto original: "a teoria como um modo de conhecimento, a prática como um modo de fazer. Penso, diferentemente, que ambos são modos de conhecimento; e ambos são modos de fazer. E que dificilmente se possa conhecer – ou fazer – isoladamente, através de um só processo" (Braga, 2007, p.21-22).



De tal forma que la teoría y la práctica de los comunicadores organizacionales, como la de otros profesionales, se encuentran definidos mediante un currículum educativo de nivel superior que guía y asegura a los estudiantes en comunicación –tanto en el tránsito temporal de su formación profesional como en su transición al mercado laboral y “quizás” de forma muy particular y directa al campo de la comunicación organizacional– beneficio de haber ejercido las prácticas académicas y profesionales como resultado del binomio que subyace en la teorías de comunicación social y de la comunicación organizacional.

Si bien es cierto que la comunicación organizacional por reconocimiento práctico y profesional es joven aún; la teoría y el desarrollo de la misma lo es más todavía. En algunos países de América Latina como en México, la comunicación en las organizaciones surgió primero en la práctica y después en la educación formal. Aun cuando

el estudio de la comunicación en el ámbito universitario apareció también en 1960 [...] pero no fue sino hasta finales de esa década cuando surgieron estudios especializados en comunicación organizacional en forma de seminarios profesionales [...]. A partir de la década de los setenta, empezaron las aportaciones al campo de conocimiento [...] en cuyo caso estaban fuertemente orientadas a las estrategias y tácticas en su mayoría dirigidas a la comunicación interna, o bien a la construcción de relaciones hacia el exterior por medio de las relaciones públicas. (Arévalo Martínez; Guillén Ojeda, 2017, p.15)

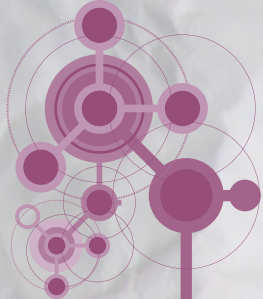
Valle Florez (2003) da cuenta que en 1978 la comisión Mc. Bride rinde informe a la Unesco sobre las nuevas tendencias de la comunicación. Allí se indica que la comunicación organizacional es una nueva especialidad en la que se están desempeñando estos profesionales. A partir de ese momento, algunas de las universidades latinoamericanas incluyeron la comunicación organizacional como énfasis en sus programas de comunicación.

Ejemplo de esa inclusión es Colombia, una de las naciones que ha promovido fuertemente la oferta educativa en torno a la comunicación organizacional; un importante número de sus programas educativos de grado y posgrado, en gran parte de su geografía de las diversas universidades, han impulsado cada día el crecimiento y la profesionalización de ejecutivos de organizaciones y consultores de diversos sectores de la sociedad, así como de los mismos profesores universitarios; denotando con ello que la actividad del profesional de la comunicación organizacional ha estado en aumento y que cada vez son más las organizaciones públicas y privadas requieren un profesional de éstas características (Valle Florez, 2003).

A principios de este siglo (2003), el Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (Ciespal), en aras de favorecer a la construcción de un pensamiento comunicacional latinoamericano, promueve un espacio para el intercambio tanto de conocimientos y experiencias en torno al quehacer del Director de Comunicación en las organizaciones, como de las diferentes tendencias teóricas que existen sobre este tema; espacio que, a decir de Valle Florez (2003), puso en la agenda pública y de las universidades el tema de la comunicación organizacional, para que fuese vista como una opción tanto para empresarios como comunicadores sociales (Buenaventura, 2007).

Las acciones en favor de la profesionalización de la comunicación organizacional en Latinoamérica sin duda han sido punta de lanza para que las instituciones tomen la iniciativa para realizar cambios pertinentes en su cultura laboral, precisando con ello una mayor claridad y certidumbre de sus particularidades que las distingue de otras organizaciones en un mundo cada vez más globalizado; de igual forma han definido no solo su misión y visión empresarial, sino también han fortalecido los compromisos sociales con sus públicos internos y externos, y da con ello mejor respuesta a las necesidades y demandas de los mercados laborales de la región en particular.

Hay grandes beneficios y sin lugar a duda hay mucho por hacer en torno a la comunicación organizacional. Cabe señalar que un alto porcentaje de las empresas iberoamericanas se han abierto al quehacer de la comunicación en su institución. Un porcentaje de empresarios de diversas inversiones han entendido y puesto en marcha la comunicación dialógica con



sus trabajadores, es decir, han reconocido en ello el potencial que el recurso humano de su entidad tiene para lograr el bienestar corporativo.

La figura y el desarrollo de los Directores de Comunicación (Dircom) en América Latina han impulsado a tanto a los centros universitarios como a las organizaciones profesionales a procurar desde las academias la formación y actualización de comunicadores organizacionales más competentes para ejercer laboralmente en las diversas sociedades a las que hoy día tienen acceso, disponiéndose al crecimiento, expansión e impacto de las redes sociales en favor del desarrollo institucional.

La Red Virtual de Comunicadores Organizacionales de Iberoamérica, desde su conformación y fiel a su objetivo de origen de vincular los avances en comunicación organizacional, comparte hace diez años la socialización de los comunicadores, sus experiencias profesionales, sus investigaciones y sus prácticas docentes mediante distintos espacios virtuales; ejemplo es el *Diplomado Internacional Virtual en Dirección de Comunicación Organizacional* edición 2019, en el que congrega a grandes especialistas, profesionales y profesores de toda Latinoamérica.

Desde su vasta y geográfica experiencia, Orjuela (Entrevista..., 2019) nos explica que cada país lleva un ritmo diferente en el entendimiento de la importancia de la comunicación, así como en la forma de definirla: Comunicación Organizacional, Comunicación Corporativa, Comunicación Estratégica, Comunicación Empresarial, Relaciones Públicas, por mencionar algunas, utilizadas como sinónimos y sin una conceptualización clara de cada denominación.

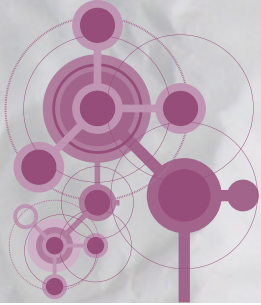
La formación eficiente y competitiva de los Dircom resulta inevitable para incursionar en un universo institucional cada vez más complejo por los repentinos cambios y las inesperadas crisis que constituyen la constante en la incertidumbre; mundo laboral, que reclama de los profesionales de comunicación corporativa su capacidad para analizar, interpretar, diagnosticar, gestionar, planificar y ejecutar acciones comunicativas con las destrezas suficientes para favorecer las respuestas a los diferentes escenarios institucionales en el que se desempeñarán una vez que se incorporaron a las actividades de trabajo.

El desafío implica que el profesional de comunicación institucional del presente, y al margen de la denominación corporativa que mejor responda a su entorno laboral, debe ser un estratega e investigador, con amplio entendimiento y conocimiento tanto en medios de comunicación como en comunicación en las organizaciones; además, ha de procurar el apoyo de otras áreas de conocimiento como la Sociología, la Antropología, la Psicología, la Economía, la Estadística, la Gerencia, la Administración, entre otras (como la Mercadotecnia, la Publicidad y el Diseño), que le permitan un entendimiento de la realidad empresarial desde diversos frentes y su incidencia en la Comunicación Organizacional y Estratégica (Entrevista..., 2019).

METODOLOGÍA

El presente trabajo es un estudio de carácter documental exploratorio que tuvo como objetivo buscar informaciones en las páginas web institucionales de algunas universidades de Latinoamérica en cuyo ofrecimiento educativo ofrecen el programa educativo en Ciencias de la Comunicación, a fin de identificar los contenidos temáticos que formen a los comunicadores organizacionales que han de incorporarse en un universo laboral e institucional cada vez más globalizado.

Para ello, fueron exploradas 18 mallas curriculares de universidades que ofertan el programa en Ciencias de la Comunicación, todos ellos accesibles y en formato online. Las universidades, más que seleccionadas, fueron encontradas disponibles por la naturaleza de la exploración, en su disponibilidad se procuró que existiera una representatividad de los programas educativos en comunicación de la región, específicamente de comunicación organizacional.



Inicialmente se tuvo acceso a 24 programas educativos para llevar a cabo la exploración, pero a medida que se avanzó en la lectura de ellos, hubo que descartar aquellos que no reflejaban en su estructura temática contenidos que no abonan al capital en la formación profesional de Dircom. Al final fueron dispuestos 18 mapas curriculares que respondieran a nuestro objeto de estudio, que permitieron organizar una base de datos de Excel.

Una vez localizado y seleccionado lo que a decir de Campos (2004) puede considerarse el material flotante o corpus informativo que nos brindaron las lecturas de las mallas curriculares, con el fin de captar y organizar los hallazgos que nos parecieron relevantes de forma no estructurados para la fase del análisis. En una primera lectura, se tuvo contacto con los documentos a examinar, se conoció el contexto (Escuchando..., 2018) y se convino la sistematización de las informaciones.

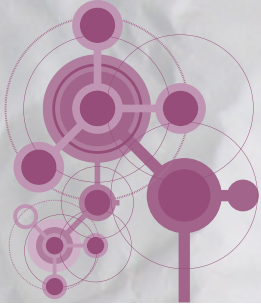
De los contenidos referentes al proceso formativo del comunicador organizacional que fueron analizados, se emprendieron algunas lecturas, de inicio sin objetivo que comprometiera un modelo de sistematización en particular, más bien tratando de capturar como en una imagen de forma global las distintas denominaciones que para un mismo fin ofrecen los planes de estudio. Así nuestro material flotante o corpus informativo fue organizado y presentado: primeramente por el nombre de las unidades de aprendizaje; por los tópicos según el área que aborda; y por las disciplinas que inciden de forma transversal a la comunicación y, por ende, a la comunicación organizacional.

DE LOS HALLAZGOS: LA FORMACIÓN PROFESIONAL DEL COMUNICADOR ORGANIZACIONAL EN AMÉRICA LATINA

En tanto se han identificado con alguna claridad grupos de académicos e investigadores conformados por algunas, o varias universidades latinoamericanas que abordan conjuntamente los estudios de la Comunicación Estratégica; la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales de Comunicación Organizacional (Amipco) de México, como resultado del encuentro Escuchando nuestras voces: perspectivas latinoamericanas en comunicación organizacional (Escuchando..., 2018), promueve espacios académicos para promover coyunturas que posibiliten el estudio y análisis de las distintas realidades de la región y cuyos logros hasta hoy parecen ser significativos, muestra de ello es la construcción de Manifiesto 2018, que hace visible el deseo de generar nuestros propios planteamientos y soluciones al campo organizacional desde: a) los aportes teóricos latinoamericanos en comunicación organizacional; (b) la investigación de campo en comunicación organizacional; (c) las particularidades del entorno organizacional latinoamericano y (d) las varias denominaciones de la comunicación organizacional (Escuchando..., 2018).

Para el aporte de estos resultados que de origen pretenden ser multiplicadores para la formación profesional del comunicador organizacional que ha ingresado a un campo laboral cada vez más globalizado; es de vital importancia tomar nota no solo de las distintas denominaciones que actualmente están presentes en la práctica profesional; a decir de Sadi y Orjuela Córdoba (2018), las denominaciones que más se están utilizando en América Latina son: Comunicación Organizacional, Comunicación Corporativa, Comunicación Empresarial, Relaciones Públicas, Comunicación Estratégica, Comunicación Institucional y Asuntos Públicos. De igual forma resulta imperativo reconocer las diferencias conceptuales y las rutas metodológicas en la aplicación de los diversos procesos formativos de los comunicadores, así como el vasto grupo de contenidos temáticos descritos en las mallas curriculares de cada programa de estudio en el que nos hemos inmerso para dar cuenta de ello en este proyecto.

De las estructuras curriculares y de los contenidos temáticos de planes y programas de estudio de países como México, Costa Rica, Argentina, Colombia, Bolivia, Venezuela, Perú, El Salvador, Brasil, Cuba y República Dominicana, podemos dar cuenta que existe un acercamiento en las denominaciones como: Comunicación Corporativa, Comunicación Estratégica, Comunicación de Crisis, Comunicación Intercultural, Comunicación Directiva, Comunicación y Participación Ciudadana,



Comunicación Organizacional y Medios, Comunicación, Responsabilidad Social Empresarial y Sostenibilidad, Comunicación en Organizaciones Públicas y Privadas y Relaciones Públicas.

Otros tópicos que de igual perfil conforman las estructuras de los contenidos son: Análisis de los Flujos de Comunicación, Auditoría de la Comunicación Organizacional, Comportamiento Organizacional, Consultoría Organizacional, Cultura Organizacional, Cultura y Globalización, Gestión y Desarrollo Organizacional, Identidad e Imagen Institucional, Liderazgo y Negociación Corporativos, Opinión Pública, Planeación y Programación de Proyectos Institucionales, Resolución de Conflictos e Innovación y Transformación Institucional. Alineación de temáticas que se visualizan debidamente afianzadas por la actitud emprendedora y las habilidades directivas descritas en los planes de estudio y, en algunos casos, retomadas y colocadas en el mapa curricular.

Así, de los contenidos disciplinares que conforman los mapas curriculares se puede decir que, además de la esencia comunicacional, acompañan y fortalecen a los planes de estudio y particularmente a la comunicación organizacional: la Administración, la Antropología, la Estadística, la Economía, la Historia, la Mercadotecnia, la Metodología de Investigación, la Psicología, la Publicidad y la Sociología.

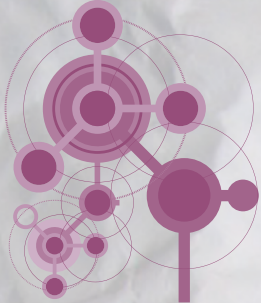
Así mismo, damos cuenta de los centros de estudios universitarios que han sido la fuente de las informaciones aquí vertidas y de los que se extrajeron tanto los nombres como los contenidos que creemos tributan a la formación profesional de los comunicadores organizacionales. Nos referimos a ellas, en el orden en el que fuimos teniendo acceso a cada una, sin que ello conceda un orden de preferencia: por México, Universidad Autónoma de Baja California, Universidad Autónoma de Aguascalientes, Universidad Nacional Autónoma de México, Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla, Universidad Anáhuac, Universidad Iberoamericana; por otros países de América Latina, Centro de Investigación en Comunicación de la Universidad de Costa Rica, Universidad de Belgrano (Buenos Aires), Universidad Pontificia Javeriana (Colombia), Universidad Ean (Colombia), Universidad Privada de Santa Cruz de La Sierra (Bolivia), Universidad Monteávila (Venezuela), Universidad César Vallejo (Perú), Universidad Centroamericana José Simeón Cañas (El Salvador), Universidad de Brasíla (Brasil); por el Caribe, la Universidad de La Habana (Cuba) y la Universidad Apec (República Dominicana).

CONSIDERACIONES FINALES

La diversidad de referentes temáticos encontrados y aquí descritos conceden un acercamiento a un contexto globalizado, que, a decir de algunos centros universitarios de Latinoamérica, tienen como punto de partida la formación de profesionistas competentes que atiendan y resuelvan las diversas problemáticas de las organizaciones derivadas de la ausencia adecuada de los procesos comunicativos. La constante en los retos universitarios está en la implementación estratégica de programas de estudios de desarrollo curricular actualizados y renovados en función del aseguramiento para que sus egresados respondan a las exigencias que les demandan los distintos espacios laborales de la región.

Es decir, planes de estudio de comunicación que evolucionen y actúen según las transformaciones y búsqueda de un Dircom con fortalezas en teoría de la comunicación, en técnicas metodológicas, en tecnologías, en idiomas, en redes sociales, en los conocimientos del mundo y de la sociedad; en donde el comunicador institucional conserve una perspectiva de la complejidad de la globalización y sea capaz de promoverse así mismo en la investigación y el reconocimiento de la diversidad académica en los planos económico, social y político de América Latina.

En suma, en la formación profesional del comunicador organizacional que ha de formar parte de un campo laboral cada vez más globalizado; los centros universitarios fieles a sus principios han de asegurar la emisión de un profesional competente, preparado, capacitado y actualizado para afrontar y solventar las reclamaciones a su quehacer comunicológico dentro y fuera de la corporación.



REFERENCIAS

ARÉVALO MARTÍNEZ, Rebeca Illiana; GUILLÉN OJEDA, Griselda. *La Comunicación para la Organizaciones en México*. México, DF: Tirant lo Blanch, 2017.

BRAGA, José Luiz. Ensino e pesquisa em comunicação: da teoria versus prática à composição. *Comunicação & Educação*, São Paulo, v.12, n.2, p.21-27, 2007. doi: 10.11606/issn.2316-9125.v12i2p21-27.

BUENAVENTURA, Marta Lucía. Ciespal, pionero en la comunicación organizacional. *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, Quito, n.97, p.62-65, 2007. Disponible em: <https://bit.ly/2XYLDOW>. Acceso em: 18 jul. 2019.

CAMPOS, Claudinei José Gomes. Método de análise de conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, Brasília, DF, v.57, n.5, p.611-614, 2004. doi: 10.1590/S0034-71672004000500019.

ENTREVISTA: el papel de la comunicación en situaciones de crisis. San Salvador: Audiovisuales de la UCA, 2019. 1 vídeo (16 min). Publicado pelo canal AudiovisualesUCA. Disponible em: <https://youtu.be/I6kmUoUjXj8>. Acceso em: 9 ago. 2019.

ESCUCHANDO NUESTRAS VOCES: PERSPECTIVAS LATINOAMERICANAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL. 1., 2018, San José. *Anales [...]*. San José: Universidad de Costa Rica, 2018.

LÓPEZ RUIZ, Marga Ysabel. *Diseño curricular por competencias en educación superior*. Lima: [s.n.], 2011. Disponible em: <https://bit.ly/2YX5bE8>. Acceso em: 18 jul. 2019.

SADI, Gabriel; ORJUELA CÓRDOBA, Sandra. La comunicación organizacional y otras denominaciones. *In: MANIFIESTO ESCUCHANDO NUESTRAS VOCES: PERSPECTIVAS LATINOAMERICANAS DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, 1., 2018, San José. *Anales [...]*. San José: Universidad de Costa Rica, 2018. p.11-12.

VALLE FLOREZ, Mónica. La comunicación organizacional de cara al siglo XXI. *Razón y Palabra*, Atizapán de Zaragoza, n.32, 2003. Disponible em: <https://bit.ly/1mtTcHI>. Acceso em: 18 jul. 2019.

Artículo recibido el 11.02.2019 y aprobado el 12.07.2019.