

Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional

History and advances in communication organizational research

Janneth Arley Palacios Chavarro¹
Fundación Universitaria Los Libertadores, Colombia
Janys_pal@hotmail.com

Recepción: 24/07/2015 Revisión: 19/11/2015 Aceptación: 23/11/2015 Publicación: 04/12/2015
<http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-03-25-46>

Resumen

Este artículo expone cuál ha sido el recorrido de la investigación en comunicación organizacional desde el siglo XX hasta la segunda década del siglo XXI. Busca evidenciar vacíos existentes en la investigación publicada, entre ellos, la ausencia de investigaciones que se aborden desde perspectivas multi paradigmáticas o desde enfoques que integren diferentes visiones. Para ello, se hizo la revisión de estudios bibliométricos e informétricos y de reflexión sobre tendencias en la investigación en comunicación organizacional o comunicación en las organizaciones, publicados en los últimos años (2010 – 2014), así como aquellos que datan desde mitad del siglo XX, periodo desde donde se dio comienzo a las publicaciones sobre este campo de estudio. Se concluye respecto a la necesidad de nuevos estudios que demuestren mayor contraste en temáticas, teorías, métodos, objetos de estudio e incluso, aquellos que evidencien cómo las organizaciones están apropiando las tendencias de la comunicación en el diseño de sus procesos y estrategias de comunicación.

Palabras clave: investigación en comunicación, comunicación organizacional, relaciones públicas, tendencias en comunicación organizacional, historia.

¹ Comunicadora Social, Magíster en Administración. Docente-investigadora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Fundación Universitaria Los Libertadores, Bogotá y docente del énfasis de Comunicación Organizacional del Politécnico Granacolombiano, Bogotá.

Abstract

This article shows which has been the advance in organizational communication research from the 20th century up to the second decade of 21th century. It seeks to demonstrate some existing emptinesses of the published investigation, between them, the absence of investigations that are approached from multi paradigmatic perspectives or from approaches that integrate different visions. For it, was done a review bibliometrics and informetrics studies and reflections on trends in research in organizational communication and organizational communication published in the last years (2010 - 2014), as well as those that date back from half of the 20th century, period from where appear the first publications on this field of study. It also concludes with regard to the need of new studies that demonstrate major contrast in subject matters, theories, methods, objects of study and even and those that demonstrate how the organizations are adapting the communication trends in the design of its processes and strategy.

Keyword: communication research, organizational communication, public relations, communication organizational trends, history.

Sumário

1. Introducción
2. Repensar la investigación en comunicación organizacional
3. Metodología
4. Resultados
5. Conclusiones
6. Referencias

Summary

1. Introduction
2. Research in organizational communication
3. Methodology
4. Results
5. Conclusions
6. References

1. INTRODUCCIÓN

La investigación en comunicación ha sido un tema recurrente en diferentes publicaciones y escenarios tanto académicos como fuera de ellos y ha provocado profundas diferencias entre lo que se debe investigar, los objetos de estudio, sus metodologías y sobre lo que es

y define un fenómeno comunicativo (Vidales, 2015). La comunicación en el campo de las organizaciones, aun cuando está definida dentro de un ámbito específico también está atravesada por este debate y, en algunos casos, responde a lo que ha llamado Donsbach (2012), una cierta pérdida de identidad provocada por la influencia de otras disciplinas y la creciente especialización del campo.

De esta manera, preguntas como ¿cuáles son las necesidades que plantea hoy la investigación en comunicación organizacional, cuáles son los objetos de estudios que se piensan y se investigan actualmente?, ¿a qué particularidades teóricas o metodológicas responden esos estudios y qué están aportando al campo, a la comunidad científica, a la sociedad y a las mismas organizaciones? Son parte de las preguntas que se formulan en esta investigación, y aun cuando su análisis amerita mayores elementos y reflexiones, lo que sí se hace evidente es que la investigación en comunicación en y para las organizaciones implica hoy un avance respecto a las posturas tradicionales con las que se han planteado los estudios en este campo, y propone el reto de lograr una comprensión de la realidad desde lo diverso, antagónico y la heterogeneidad.

Este artículo intenta exponer cuál ha sido el recorrido de la investigación en comunicación organizacional en el siglo XX y lo que va del presente siglo XXI, desde una perspectiva analítica que identifica algunos vacíos existentes en los estudios realizados y plantea perspectivas sobre este creciente campo. Para ello, se hizo la revisión desde una perspectiva cualitativa, de estudios bibliométricos e informétricos publicados en los últimos años (2010 – 2014), así como aquellos que datan desde mitad del siglo XX, periodo desde donde se da comienzo a las publicaciones sobre este campo de estudio.

2. REPENSAR LA INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional (CO) ya sea como proceso, resultado o instrumento de gestión para apoyar el logro de los objetivos de un grupo social ha sido un fenómeno ampliamente estudiado, quizás con mayor énfasis desde la década de los setenta del siglo XX. Varios autores demuestran que el incremento de investigaciones en este tema se hace

evidente a través de la cantidad de artículos que han venido apareciendo en publicaciones indexadas, dedicados a estudiar y analizar de manera teórica y empírica los campos, roles, tendencias y prácticas de la comunicación en las organizaciones (Jablin & Putnam, 2001; Doerfel & Gibbs, 2014; Mumby & Putnam, 2014; Angel, 2012; Bouzon, 2011).

Este mismo incremento se hace notable en la producción de artículos de investigación en el área de las ciencias sociales, donde se incluye comunicación; esto en parte obedece al aumento en las investigaciones que se hacen en el mundo y a la mayor visibilidad que estas logran gracias a las plataformas virtuales. En el año 2013, en comunicación, se contaban alrededor de 150 revistas indexadas en el mundo, entre ellas: Sage Publications, de Estados Unidos, Taylor & Francis, de Reino Unido; Elsevier, de Holanda (Roncallo-Dow, Uribe-Jongbloed, & Calderón- Reyes, 2013). Aunque la cantidad de publicaciones en comunicación viene creciendo, resulta aún insuficiente la presencia de estudios que analicen de manera reciente las tendencias de la investigación de manera específica en el campo de la comunicación organizacional (Angel, 2012) y es aún menos frecuente encontrar análisis que permitan establecer relaciones de los referentes teóricos y métodos de investigación o paradigmas sobre los cuales se producen estas investigaciones en, desde y para las organizaciones hoy en el mundo (Bouzon, 2011) y entre los objetos de estudio y las metodologías empleadas, e incluso los temas abordados y los ámbitos en los que se aplican las investigaciones. Es de reconocer que estudios recientes plantean que la investigación en comunicación se ha caracterizado por la falta de reflexión sobre sus propias dinámicas, sus propios conceptos, objetos de conocimiento y la fragmentación que ha sufrido este campo; al respecto Vidales (2015) afirma que

Si observamos detenidamente los procesos de investigación que se realizan en nuestro campo de estudio en la actualidad, (...) nos damos cuenta que la práctica de investigación tiende a contradecir nuestra propia historia, dado que es posible reconocer la casi inexistencia de las grandes tradiciones teóricas en la que

supuestamente está fundamentado el campo de estudios de la comunicación (Vidales G., 2015, pág. 14)

Dentro de este contexto es importante destacar que los primeros estudios en comunicación en las organizaciones nacieron a mediados del siglo XX desde disciplinas como la psicología industrial, la sociología y la administración (Godhaber, 1989), en su mayoría circunscritos a las empresas; sin embargo, en las últimas décadas ha dejado de ser un fenómeno exclusivo de este tipo de organizaciones para ser abordados en instituciones de diferente naturaleza, tales como públicas, sin fines de lucro o cualquier colectivo social con propósitos definidos (Bouzon, 2011), en donde la comunicación organizacional ha venido consolidándose como espacio de interacción social, de construcción de sentidos y de relaciones: “es a través de la interacción que la comunicación revela su carácter constituyente, siendo la interacción no una expresión de transmisión de significado —que es el proceso de información—, sino la construcción y negociación de significados —que es esencialmente el proceso de comunicación” (Ramírez de A., 2014, pág. 223)

En ese sentido, es de resaltar que en los últimos años las investigaciones en este campo han dado un giro importante al intentar profundizar en aspectos como el significado y los procesos en los que se hace presente la comunicación, su incidencia en la cultura organizacional y su papel en la construcción de una identidad, más que por los medios de comunicación aplicados o por la diferencia entre el ámbito interno y externo, que fueron enfoques desarrollados durante varias décadas en el siglo XX (Mumby & Putnam, 2014).

Aquí se hace relevante indicar que algunas de las tendencias mencionadas se pueden observar en los estudios informétricos en comunicación organizacional publicados a finales de los noventa, como el de Allen, Gotcher & Seibert (1993), quienes analizaron artículos en 61 publicaciones científicas entre los años 1980 y 1991, logrando identificar 18 áreas y temas de investigación. En el año 2007 se publicó un estudio basado en las Revistas disponibles en el *Journal Citation Report* (JCR) sobre comunicación —el JCR—, el cual es un repertorio publicado por ISI que recoge información estadística de las revistas

más importantes del mundo desde aspectos como: factor de impacto, análisis de citación, antigüedad de las referencias utilizadas, índice de inmediatez, entre otros-, en éste se evidenció una marcada tendencia en los trabajos de investigación en comunicación abordados desde paradigmas o enfoques funcionalistas y una minoría de estudios de carácter crítico (Fernández P., 2007). Si bien el campo de la comunicación organizacional podría no estar ajeno a este fenómeno, existe aún poca evidencia empírica que demuestre que esta tendencia se sigue en los estudios de este campo de conocimiento. Podría considerarse que la insuficiente información respecto a tendencias y el vacío de conocimiento sobre lo que se investiga hoy en el mundo en este campo, incide en que exista similitud en los tipos de estudios, en las técnicas empleadas e incluso en los objetos de análisis. Para dar un ejemplo, en el año 2010, en España, se publicó un artículo que analizaba la investigación en comunicación a partir de variables bibliométricas y sus resultados evidenciaron que el 53,9% de la investigación se hace con enfoques cuantitativos, predominando técnicas como el análisis de contenido en un 35% de los artículos analizados, las demás técnicas varían entre encuestas, entrevistas, observación participante y grupos focales, entre otros (Castillo & Carretón, 2010).

Por su parte, en el año 2012 se publicó un artículo que, a partir de un estudio bibliométrico, identificó las publicaciones incluidas en el sistema Latindex que abordaban investigación en comunicación en Latinoamérica durante los años 2009 y 2010; los resultados, mostraron que la mayoría de los artículos (63%) están escritos por un solo autor, concluyendo que los estudios son realizados de manera individual con bajo grado de colaboración entre investigadores y se encontró, además, una marcada bipolaridad entre hombres y mujeres, con tendencia al incremento de la participación de mujeres en las investigaciones (Castillo E., Almansa, & Álvarez, 2012).

Se hace evidente, además, en los estudios recientes en Comunicación Organizacional el predominio de los análisis de caso, las investigaciones sobre los sistemas de comunicación interna y externa a partir de métodos descriptivos y, en algunos, se plantean mediciones de la efectividad de la aplicación de estrategias de comunicación para construir imagen o

reputación. Así mismo, resultan poco frecuentes estudios que se aborden desde perspectivas interpretativas o bajo el enfoque crítico y es poco usual que se pongan en contraste métodos de abordaje, o que se analicen procesos de comunicación desde perspectivas multi paradigáticas o desde enfoques que integren diferentes visiones.

En las actuales circunstancias cobran relevancia los análisis que evalúan el impacto de las investigaciones que se hacen visibles a través de publicaciones indexadas, entre otras razones, por la necesidad de conocer el nivel de calidad científica y editorial de las publicaciones, definir acciones que aumenten su visibilidad, conocer las dinámicas de producción científica y definir parámetros que guíen la investigación e incluso justificar recursos (Castillo & Carretón, 2010). Además, las revistas académicas y científicas son uno de los principales medios por los que se difunde el conocimiento científico y permiten visibilizar tendencias investigativas en un determinado objeto de estudio. La comunicación organizacional es hoy un campo de investigación en desarrollo y, por tanto, requiere un mayor análisis desde sus objetos de estudio, las formas cómo se está produciendo e incluso detectar posibles vacíos en investigación. Varios autores coinciden en afirmar que para abordar la realidad organizacional no existe un sólo método (Bouzon, 2001; Angel, 2012; Mumby & Putnam, 2014), se necesita reconocer la complejidad organizacional usando diferentes métodos de análisis, de recolección de información y formas de abordaje; de ahí que los enfoques de investigación en comunicación organizacional requieran ser fortalecidos a través del desarrollo de perspectivas multi-paradigáticas, y esto es parte de lo que se quiere evidenciar en este trabajo.

3. METODOLOGÍA

Se realizó una investigación de enfoque cualitativo y carácter histórica y documental de artículos y estudios bibliométricos e informétricos y de reflexión sobre tendencias en la investigación en comunicación organizacional o comunicación en las organizaciones, publicados en los últimos años (2010 – 2014), así como aquellos que datan desde mitad del siglo XX, periodo desde donde se da comienzo a las publicaciones sobre este campo de estudio. El análisis se centró en revisar los resultados, las discusiones y conclusiones de

cerca de 20 estudios realizados en Estados Unidos, Europa y América Latina, así como criterios teóricos aportados por las diferentes escuelas que han conformado la investigación en comunicación. Sobre esta revisión se hizo una evaluación de la información desde el punto de vista histórico y prospectivo con lo que se buscó identificar algunos vacíos, retos y tendencias de la investigación en comunicación organizacional. Los trabajos analizados fueron los siguientes:

Tabla 1. Principales autores y estudios en comunicación organizacional y comunicación analizados

Autores	Año	Título de la publicación
Redding, C.	1972	Communication within the organization: An interpretative review of theory and research
Stacks, D. W.	1974	Organizational Communication: a survey of publications
Godhaber, G.	1989	Comunicación Organizacional
Allen, Gotcher & Seibert	1993	A decade of organizational communication research: Journal articles 1980 – 1991
Allen, B., & Tompkins, P.	1996	Organizational Communication
Buzzanell, P., & Stohl, C.	1999	The Redding tradition of organizational communication scholarship: W. Charles Redding and His Legacy
Jablin, F., & Putnam, L	2001	The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods
Jones, E., Watson, B., Gardner, J., & Gallois, C.	2004	Organizational Communication: Challenges for the New Century
Saladrigas Medina, H	2005	Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos
Putnam, L., & Cheney, G	2006	Historical Development and Future Directions
Fernández P., E.	2007	Revistas del Journal Citation Reports sobre Comunicación
Castillo, A., & Carretón, M. C.	2010	Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España
Bouzon, A.	2011	Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos
Angel, A	2012	The “Fields” of Organizational Communication Field: Latin American and North American Perspectives
Castillo E., A., Almansa, A., & Álvarez, A.	2012	Investigación latinoamericana en comunicación: estudio bibliométrico de revistas científicas
Roncallo-Dow, S., Uribe-Jongbloed, E., & Calderón-Reyes, I.	2013	La investigación en comunicación: Los límites y limitantes del conocimiento
Myers, K	2014	Mixed Methods
Putnam, & D. Mumby	2014	The SAGE Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods
Doerfel, M., & Gibbs, J.	2014	Fiel Research.
Vidales G.	2015	Historia, teoría e investigación de la comunicación

Fuente: Elaboración Propia.

4. RESULTADOS

4.1. El recorrido de la investigación en Comunicación Organizacional

Como área académica, la comunicación organizacional surgió en Norte América hacia finales de 1930 y comienzos de 1940; esta serie de estudios se inició en 1937 con el artículo titulado *“Speech and Human Relations”* publicado en *“The Speaker”* por Charles Redding. Para ese entonces, en la era industrial, la comunicación adquiría un sentido importante frente a la necesidad de aumentar la productividad del trabajador y la efectividad y eficiencia organizacional, por lo que los trabajadores debían informarse, acatar órdenes y cumplir con un estricto control laboral que garantizará la menor pérdida de tiempo y la mayor productividad, en consecuencia, la comunicación se producía de manera vertical y principalmente provenía de los altos mandos de la organización. Estos primeros estudios estuvieron influidos por la teoría funcionalista y, con ella, la predominancia del modelo de información de Claude Shannon y Warren Weaver.

Si bien la comunicación en las organizaciones constituye un campo de estudio que como se observa surge a mediados del siglo XX, lo que hace relativamente reciente, logró fundamentarse desde bases conceptuales, teóricas y metodológicas de disciplinas como la sociología, antropología, la psicología social e industrial, comportamiento organizacional y las ciencias administrativas. A partir de estos estudios se demostró el papel de comunicación para aumentar la motivación en el ambiente laboral, la cooperación y su relación con la mejora de la productividad en la organización. Para ese momento, se publicaron varios artículos desde las relaciones humanas; los primeros aportes nacen de los trabajos de Mary Parker Follett (1868 – 1933) quien reconoció la comunicación como aspecto fundamental dentro de las prácticas organizacionales. Follett descubrió que la fuerza de los grupos incidía en el aumento de los logros organizacionales, insistió en el papel de la comunicación y, con ello, la necesidad de definir adecuadamente de los canales y, en consecuencia, aumentar la participación de los trabajadores en la toma de decisión en la organización. Le siguieron Elton Mayo y su equipo de investigadores, con el experimento en Hawthorne, quienes dieron luces para comprensión de las organizaciones

como organismos sociales, sus relaciones grupales y el efecto de los aspectos psicológicos en el desempeño laboral y el comportamiento organizacional; continuaron Douglas McGregor, Kurt Lewin, analizando la comunicación interna, las relaciones de los grupos y sus prácticas, la conducta y comportamiento organizacional, dando apertura a lo que se denominaría en las ciencias administrativas como el movimiento de las relaciones humanas o la escuela de las relaciones humanas (De Velasco M., 2009; Allen & Tompkins, 1996).

En 1945, Roethlisberger, retomando los resultados del experimento de Hawthorne, hizo un mayor énfasis en el papel de la comunicación para el logro de los objetivos de toda organización (Bouzon, 2011). Este autor analizó la situación y rol de los supervisores en las organizaciones industriales, y definió un perfil destacando capacidades como: instruir, inducir y entrenar nuevos trabajadores; mantener la disciplina; saber cómo lograr la colaboración en el ambiente laboral, entre otras; todas ellas, determinadas por su habilidad de comunicar y orientar el trabajo; así mismo, planteó la necesidad de que los directivos organizacionales aprendieran a escuchar mejor, consideraran y respetaran otros puntos de vista como primer paso para lograr cooperación y, aprendieran más sobre lo que significa la “organización informal” (Roethlisberger, 1945). Si bien, este trabajo destacó la comunicación en la relación “jefe-subordinado” desde un punto de vista vertical, permitió evidenciar el interés por el aporte de la comunicación y la importancia de las relaciones humanas en el ámbito laboral, en particular, para los procesos de control, dentro de las funciones de la administración.

En 1961 Lee Thayer publicó el primer libro sobre comunicación empresarial titulado *Administrative Communication, documento con el que se abre oficialmente la comunicación como tema dentro de la administración*. Hacia el año 1965 el análisis de la comunicación informal y formal y los efectos de la comunicación en diferentes situaciones organizacionales aparecen en los trabajos de Guetzkow. Para el año 1967, Phillip Tompkins presentó el primer compendio de resúmenes de investigaciones empíricas en comunicación organizacional; Tompkins dividió los tipos de investigación en dos

categorías: canales de comunicación formal e informal y relaciones superior – subordinado, para este momento se hizo oficialmente aceptado el concepto «comunicación organizacional». Lee Thayer en 1968, presentó las categorías de las funciones de la comunicación (Jablin & Putnam, 2001).

Aun cuando la producción literaria en el campo se vuelve nutrida en la década de los sesentas, algunos autores coinciden en afirmar que la corriente de estudios en realidad tomó fuerza terminada la segunda guerra mundial principalmente con los trabajos de Charles Redding en la Universidad de Purdue, quien desde 1950 desarrolló investigaciones cuantitativas diseñadas para informar y mejorar la práctica organizacional en la creciente industria estadounidense (Putnam & Cheney, 2006), (Allen & Tompkins, 1996). El análisis de los procesos de comunicación en el ambiente de trabajo lo llevó luego a desarrollar una perspectiva crítico – interpretativa en el estudio de este fenómeno, afirmando que la comunicación puede modificar y mejorar el ambiente laboral propiciando cambios en los flujos de información, las políticas de retroalimentación y lo que llamó el clima ideal de comunicación (Buzzanell & Stohl, 1999). A partir de esta época -mediados del siglo XX- se comienzan a distinguir las diferentes formas de comunicación tanto interna como externa, formal e informal y se inicia el estudio de la comunicación organizacional, tendencia que tendrá amplia relevancia y desarrollo, hasta los años setenta cuando adquiere un estatuto científico (Bouzon, 2011).

Redding (1972) a quien se le considera el padre de la Comunicación Organizacional, en el año 1972, publicó el libro *“Communication within the organization: An interpretative review of theory and research”*, en el que analizó la comunicación interna, discutió el concepto de clima organizacional y su relación con la comunicación efectiva y presentó diez postulados que sirvieron de base para futuras investigaciones en el campo de la comunicación en las organizaciones: a) la importancia del significado del mensaje desde del proceso de interpretativo del receptor, b) el rol de la comunicación verbal y no verbal, c) la importancia de la escucha empática, de la retroalimentación tanto del receptor como del emisor, d) la eficiencia de la comunicación, e) barreras que impiden el proceso de

comunicación como la sobrecarga de información y la capacidad de los canales, entre otros, (Buzzanell & Stohl, 1999).

En su libro concluyó que el clima ideal de comunicación en una organización debe estar fundamentado por aspectos como: apoyo, participación del trabajador en la toma de decisiones, fe, confianza y credibilidad, franqueza y altos objetivos de desempeño (Redding, 1972; Jablin & Putnam, 2001; Van Riel, 1997). A Redding se le atribuye el interés de enmarcar el papel de la comunicación en la organización desde la perspectiva de sistemas abiertos, dentro de organizaciones dinámicas y como un proceso en red, también se le reconoce el esfuerzo por vincular su concepción de la teoría de comunicación con el estudio de las organizaciones (Jablin & Putnam, 2001).

Por su parte, Don W. Stacks, publicó en 1974, un *survey* de publicaciones en comunicación organizacional buscando identificar las publicaciones disponibles sobre el tema y sus deficiencias a partir de la opinión de miembros de la *Organizational Communication Division* de la *International Communication Association*; para ese entonces, la revista con artículos en comunicación organizacional mejor percibida era *Journal of Communication*, que fue seleccionada por un 36,4% de los participantes en el estudio, seguido del *Journal of Business Communication*, escogida por el 12,1% de los consultados y el *Journal of Organizational Behavior and Human Performance*, elegida por el 6,1% (Stacks, 1974).

En 1978, Frederick Jablin presentó un compendio de las investigaciones en comunicación organizacional desde 1940 a 1970, demostrando que los investigadores durante cada década han trabajado en función de los mismos temas: características de la comunicación superior-subordinado; redes y canales de comunicación emergentes; componentes y correlaciones de climas comunicativos (Jablin & Putnam, 2001). Durante la década de los setentas, se evidenció la ampliación de los estudios de la comunicación en las organizaciones, desde diferentes áreas, siendo explicada a través de corrientes empírico-analítica, interpretativa y crítica (Putnam & Cheney, 2006; Saladrigas M., 2005; Godhaber, 1989) y nutriéndose de diferentes prácticas y saberes, al punto que “el concepto «comunicación» se convertirá en un término polisémico, empleado por los investigadores

y académicos para hablar dentro de un mismo ámbito de persuasión, propaganda, negociación, interacción e intercambio de información, entre otros” (Bouzon, 2011).

A comienzos de los años ochenta, la historia y el desarrollo de la comunicación organizacional en Estados Unidos, fue analizada a partir de los trabajos de Linda Putnam y Michael E. Pacanowsky quienes publicaron *“Communication and Organizations: An Interpretive Approach”*; este libro fortaleció las bases de los métodos de investigación en comunicación organizacional desde el enfoque interpretativo, toda vez que identificó tendencias o direcciones futuras de la investigación incluyendo: procesamiento de la información, perspectivas políticas de la comunicación en las organizaciones; retórica organizacional, cultura y comunicación organizacional y búsqueda de múltiples perspectivas en comunicación organizacional. Continuando con este trabajo, en 1987 se publicó la primera edición del *“Handbook of Organizational Communication: An Interdisciplinary Perspective”* por Linda Putnam y Fredric Jablin, quienes aportaron la perspectiva comunicativa y Karlene Porter y Lyman Roberts, la perspectiva del management; este libro fue organizado en cuatro secciones, la primera dedicada a aspectos teóricos, la segunda al contexto: ambientes interno y externo, la tercera a la estructura: modelo de las relaciones organizacionales y la cuarta a los procesos: comportamiento comunicativo en las organizaciones. Esta publicación buscando reflejar las tendencias de su época, desarrolló un énfasis en la estructura y en la separación entre el ambiente interno y externo de la organización (Jablin & Putnam, 2001).

Redding y Tompkins, en 1988, desarrollaron una perspectiva más amplia de la evolución de la comunicación organizacional desde la teoría, la práctica y los métodos de investigación y la dividieron en tres periodos: el primero que da origen al área al que denominan «era de preparación», entre 1900 y 1940, donde predomina el énfasis en reglas y normas para hacer un comunicador efectivo (habilidades comunicativas); el segundo llamado «era de identificación y consolidación» entre 1940 y 1970, desde donde emerge la comunicación empresarial, se reconoce el papel de la teoría de las relaciones humanas. La tercera, la «era de la maduración e innovación», después de 1970, la

investigación empírica bajo la idea de la comunicación organizacional empieza a crecer y los esfuerzos por desarrollar las bases teóricas y filosóficas de la disciplina se hacen más fuertes (Allen & Tompkins, 1996).

A comienzos de la década de los noventa, un estudio publicado por Allen, Gotcher y Seibert (1993), encontró en 61 revistas científicas publicadas en los años 1980 y 1991, cerca de 18 áreas de investigación en comunicación organizacional; los primeros cinco temas recurrentes abordados en las publicaciones versaron sobre: 1) Relaciones interpersonales, incluyendo relación superior – subordinado; comunicación interpersonal y conflicto, stress, género y raza, entrevistas. 2) Habilidades comunicativas y estrategias, incluidas persuasión, estrategias de influencia, auto presentación, escucha, retroalimentación dada y recibida. 3) Cultura organizacional y simbolismo: incluidos rituales y ritos, normas y reglas de comunicación, metáforas, textos organizacionales, relatos, imágenes, y mitos. 4) Flujos de información y canales: incluidos factores que afectan el flujo de información, transmisión de información, dirección de la comunicación, preferencias de medios e innovación. 5) Poder de influencia, incluidas poder y tácticas de influencia, construcción social de poder, políticas y juegos, uso del lenguaje, negociación, argumentación. (Allen, Gotcher & Seibert, 1993) citado por Jablin & Putnam (2001).

Casi diez años más tarde, en 2004, Elizabeth Jones, Bernadette Watson, John Gardner, y Cindy Gallois publicaron *Organizational Communication: Challenges for the New Century* en el *Journal of Communication*, allí los autores presentaron una evaluación de la literatura reciente planteando los desafíos para la investigación en comunicación organizacional: 1) innovar en teoría y metodología; 2) reconocer el papel de la ética; 3) moverse de micro a macro niveles; 4) examinar las nuevas estructuras organizacionales y tecnologías; 5) entender la comunicación en el cambio organizacional y 6) explorar la diversidad y la comunicación intergrupal; en su trabajo insisten en la necesidad de entender la importancia de analizar los niveles grupales, así como la comunicación interpersonal y los niveles organizacionales, incorporar una perspectiva multinivel para el análisis teórico y metodológico, comprender el impacto del contexto y tener en cuenta la

diversidad organizacional, lo que llamaron “todas las voces” de la organización (Jones, Watson, Gardner, & Gallois, 2004). *A este respecto*, Arlette Bouzon, en Francia, en 2011, encontró que los estudios de comunicación en y de las organizaciones si bien han predominado los enfoques funcionalista e interpretativista, en los últimos diez años han aparecido un mayor número de investigaciones con perspectivas y tendencias distintas que buscan superar los paradigmas tradicionales e instrumentales y la presentan y la comprenden hoy como un fenómeno complejo; puesto que la comunicación es un emergente de todo proceso social y cultural y, por tanto, es una construcción social permanente que debe ser analizada desde enfoques multidimensionales (Bouzon, 2011).

4.2. Los métodos tradicionales de investigación en comunicación organizacional

Los métodos de investigación en comunicación y comunicación organizacional, han estado relacionados con los paradigmas tradicionales. En comunicación ha predominado tres perspectivas: post-positiva, interpretativa y crítica (Myers, 2014). De esta manera, la perspectiva post-positivista, que nació de la tradición de las ciencias naturales; emplea el razonamiento deductivo, la medición y los métodos cuantitativos. Ve la realidad desde la perspectiva causa – efecto. Sus aproximaciones son generalizables, lo que lleva a ser cuestionado por desconocer elementos de contexto que pueden afectar o modificar los resultados. Su perspectiva lineal requiere de la formulación de escalas de medición para responder a sus objetos de estudio y establecer comparaciones. Desde el punto de vista organizacional, analiza lo tangible, lo objetivo y lo medible de una organización en términos de eficacia y eficiencia (Krohling K., 2006).

Por su parte, la perspectiva interpretativa, surge en la década de los setenta, plantea el abordaje de la realidad entendida como una construcción social o co – construcción a través de interacciones e intercambio simbólico (Myers, 2014). Busca comprender los significados desde los diferentes puntos de vista de los participantes. De acuerdo con Myers (2014), al igual que la investigación positivista, la interpretativa ha sido cuestionada por su poca rigurosidad metodológica, aun cuando en épocas recientes los investigadores se han dedicado a desarrollar normas y estándares para darle rigor a sus diseños, análisis

e interpretación de los datos. En comunicación organizacional, la investigación desde esta perspectiva ve las organizaciones como culturas en tanto construcción de significados compartidos; busca descubrir y analizar cómo los miembros de la organización interpretan, experimentan y viven la organización. No impone conceptos, reflexiona sobre su realidad a partir aspectos de la cultura como los valores organizacionales, ritos, contenidos de lenguaje y narrativas, interacciones sociales, entre otros aspectos (Krohling K., 2006).

La perspectiva crítica hace referencia al paradigma crítico, nació del marxismo y de considerar el comportamiento social como una lucha por el poder y el dominio, (Myers, 2014) y esto trasciende al campo de las organizaciones. Los investigadores de la comunicación organizacional han empleado esta perspectiva no solo para entender el comportamiento en el ámbito organizacional, analizar los campos de tensión y conflicto, detectar y abolir formas de dominación y opresión y darle relevancia a las minorías (Krohling K., 2006), sino para propiciar la participación y la democracia en las organizaciones; en este sentido, Myers (2014) afirma que la teoría feminista es un ejemplo del pensamiento crítico, en tanto que plantea cómo las mujeres están en desventaja en un mundo que ha sido socialmente construido y dominado por los hombres y puntos de vista patriarcales y a través de la investigación se busca desafiar estas posturas, dando participación y voz a la mujer (Myers, 2014). También se encuentran los *Critical Management Studies*, (CMS), mencionados anteriormente que tienen como objeto de estudio el cuestionamiento a la gestión empresarial, su aproximación cualitativa hace énfasis en el análisis de la cultura organizacional y las ideologías *manageriales*, la subjetividad y las tensiones y la cuestión de poder en el contexto organizacional.

Los métodos mixtos: son definidos como la combinación de elementos cualitativos y cuantitativos, y es una aproximación que viene siendo ampliamente empleada por los investigadores en el campo de la comunicación organizacional.

4.3. Perspectivas actuales

Si bien durante muchos años se ha desarrollado una tendencia marcada por privilegiar un modelo de investigación sobre otro, la necesidad actual es la de considerar que para abordar la realidad organizacional se requiere más de un método, pues las organizaciones en su naturaleza son diversas y su análisis exige diferentes enfoques. Por ello, encontrar caminos para integrar métodos o quizá avanzar en la construcción de nuevas formas de aproximación a nuestros objetos de conocimiento continua siendo un reto para los investigadores. Por ejemplo, los estudios etnográficos y de caso emplean métodos múltiples (diarios de campo, entrevistas en profundidad). Los métodos combinados emplean aproximaciones cualitativas y cuantitativas para profundizar en los hallazgos. En cualquiera de estas situaciones los investigadores tienen que adoptar nuevas estrategias, paradigmas y formas de razonamiento para poder dar cuenta de sus hallazgos.

Por su parte, Doerfel y Gibbs (2014), revisaron los estudios del campo de la comunicación organizacional publicados entre 2001 y 2011 para determinar los temas y métodos usados por los investigadores. Trabajaron 181 artículos categorizados como investigación empírica en comunicación organizacional, publicados durante esa década en cinco de los principales *Journals* de Comunicación. De los resultados de su estudio se destacó que: el 67% de los estudios emplean la entrevista como instrumento de recolección de información. El 10% aplica análisis de redes sociales, y menos del 1% usa análisis de contenido (conversacional). Pocos artículos emplean el diseño de investigación cuasi experimental. Los tipos de organización estudiadas incluyen residencias universitarias, organizaciones no gubernamentales, entidades lucrativas, organizaciones del estado, así como formas emergentes de organización, como las de servicios de tecnología y las de comercio justo, entre otras.

Este estudio evidenció la naturaleza interdisciplinaria de la comunicación organizacional así como aportó algunos avances teóricos específicos de la disciplina. Algunas de las categorías temáticas identificadas fueron: tecnologías organizacionales, redes sociales, grupos y equipos, relaciones inter organizacionales, comunidades de práctica,

comunidades en línea, estudios de género, trabajo emocional, resistencia y control, liderazgo, cambio organizacional, socialización e identificación (Doerfel & Gibbs, 2014).

5. CONCLUSIONES

El siglo XXI ha arrancado con una serie de dinámicas que impactan todos los ámbitos organizacionales y las investigaciones aún quedan cortas para dar cuenta de cuáles han sido los efectos de estos procesos en los modelos y dinámicas de comunicación en las organizaciones o viceversa. Algunas publicaciones no necesariamente en revistas indexadas plantean aspectos como la sostenibilidad de las organizaciones, el relacionamiento y poder de los *stakeholders*, el fenómeno de las redes sociales; otro grupo incorpora la perspectiva de la responsabilidad social, los movimientos sociales, la identidad y la cultura corporativa desde lo global, pero aún siguen siendo escasos para comprender y pensar el papel de la comunicación organizacional en procesos de transformación social o para dar respuesta a problemas de nuestra sociedad. En este conjunto de temas, se debe mencionar una de las nuevas corrientes de pensamiento organizacional que viene cobrando fuerza al proponer una nueva forma para el análisis de la realidad organizacional, se trata de los estudios críticos de la gestión (CMS por sus siglas en inglés), pensamiento que nació en Reino Unido en los ochentas y que entre sus diversos planteamientos, cuestiona a la práctica del *managment*, la imposición de significados a través de los discursos, y los consensos forzados a través de “supuestas coincidencias entre intereses”, mostrando la necesidad del complementar el análisis del proceso de trabajo con el de los elementos comunicativos y discursivos presentes en las organizaciones (Fernández R., 2014) y el papel mismo de la organización frente al cambio y su responsabilidad con la realidad social.

Sin embargo, hoy en día las organizaciones, independientemente de su naturaleza, han volcado su atención en la construcción de una imagen y reputación, para lo cual se apoyan en la definición de valores que buscan ser comunicados a través de diferentes estrategias comunicativas, que en ocasiones distan considerablemente de su verdadera realidad organizacional pues olvidan que la consolidación de la imagen es el resultado de la acción

real y de la acción simbólica de la organización y esto va de la mano con la construcción de significados compartidos por sus públicos, “la construcción comunicativa de una imagen de marca particular, es tan importante como la acción social de la organización. Los clientes y empleados se comprometen con el significado de organización, no solo con lo que la empresa hace”, (Mumby & Putnam, 2014, pág. 12). Esto demuestra que si bien la comunicación se vuelve importante para la organización, sigue siendo reducida en su comprensión y, aunque existe un número importante de artículos que se están produciendo y publicando, pareciera que esta información no llega a la vida y cotidianidad organizacional, ni a los responsables de la gestión comunicativa. Entonces surge la pregunta ¿para quién o para qué investigamos en comunicación organizacional? ¿Quién o quiénes se benefician de nuestras investigaciones y cómo contribuyen a una mejora significativa de las organizaciones o de la sociedad?

Desde estas perspectivas se podría decir que aun cuando el número de publicaciones que abordan el concepto de comunicación organizacional es creciente, en particular porque muchas de éstas se incluyen en campos como los negocios, la administración, la psicología y sociología, entre otras, la investigación sobre lo que se está publicando en este campo requiere un análisis más amplio que permita identificar vacíos, encontrar relaciones entre lo que se investiga, los ámbitos donde se hace la investigación y principalmente, encontrar un eco no solo entre académicos e investigadores, sino frente a la sociedad. Con ello, se buscaría que la investigación en comunicación organizacional se reconfigure y se enriquezca, aportando elementos para la crítica de académicos e investigadores respecto a calidad de lo que aparece publicado en las revistas indexadas, ampliar el cuestionamiento hacia los sistemas de medición de la producción académica e investigativa y del conocimiento, y se amplíe el debate sobre la escasez de evaluación respecto al impacto social y/o la apropiación de este conocimiento en la sociedad, así como la exclusión de otras formas de conocimiento que se producen y que no aparecen incluidos dentro de estos sistemas que registran esta producción.

6. REFERENCIAS

ALLEN, M.W., GOTCHER, J.M., SEIBERT, J.H. (1993): A decade of organizational communication research: Journal articles 1980-1991. En Deetz, S.A. (ed.), *Communication Yearbook* 16, 252-330. Newbury Park: Sage.

ALLEN, B., & TOMPKINS, P. (1996). Organizational Communication. En M. Salwen, & D. W. Stacks, *An Integrated Approach to Communication Theory and Research* (págs. 383-395). Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates, Inc. Publishers.

ANGEL, A. (24 de May de 2012). *The "Fields" of Organizational Communication Field: Latin American and North American Perspectives. Paper presented at the annual meeting of the International Communication Association.*

BOUZON, A. (1 de Septiembre de 2011). Las investigaciones en comunicación de las }organizaciones: orígenes y fundamentos. *Organicom*, 8(14), 13-28.

BUZZANELL, P., & STOHL, C. (1999). The Redding tradition of organizational communication scholarship: W. Charles Redding and His Legacy. *Communication Studies*, 50(4), 324-336.

CASTILLO E., A., ALMANSA, A., & ÁLVAREZ, A. (2012). Investigación latinoamericana en comunicación: estudio bibliométrico de revistas científicas. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 9 (16), 149-158.

CASTILLO, A., & CARRETÓN, M. C. (2010). Investigación en Comunicación. Estudio bibliométrico de las Revistas de Comunicación en España. *Comunicación y Sociedad*, XXIII(2), 289-327.

DE VELASCO, A. (2009). Escuelas del Comportamiento Organizacional. En C. Fernández, *Comunicación en las Organizaciones* (págs. 18-46). México: Trillas.

DOERFEL, M., & GIBBS, J. (2014). Fiel Research. En L. & Putnam, *The Sage Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research and Methods* (págs. 223-243). California: SAGE.

DONSBACH, W. (2012). The Identity of Communication Research. *Signo y pensamiento*, 30 (60), 18-29.

FERNÁNDEZ, E. (2007). Revistas del Journal Citation Reports sobre Comunicación. *Zer*(23), 11-33.

FERNÁNDEZ, C. (12 de 06 de 2014). *Una introducción a los Critical Management Studies*. Obtenido de Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Buenos Aires: http://www.econ.uba.ar/www/institutos/epistemologia/marco_archivos/ponencias/Actas%20XIII/Trabajos%20Episte/Fernandez%20Rodriguez_%20trabajo.pdf

GODHABER, G. (1989). *Comunicación Organizacional*. México: Diana.

JABLON, F., & PUTNAM, L. (2001). *The new handbook of organizational communication: advances in theory, research, and methods*. Thousand Oaks, California: Sage Publications, Inc.

JONES, E., WATSON, B., GARDNER, J., & GALLOIS, C. (2004). Organizational Communication: Challenges for the New Century. *Journal of Communication*, 54(4), 722–750.

KROHLING, M. (2006). Auditoria de la Comunicación. En M. A. Rebeil, *Comunicación Estratégica en las Organizaciones* (págs. 185-190). México: Trillas.

MUMBY, D., & PUTNAM, L. (2014). Introduction: Advancing Theory and Research in Organizational Communication. En L. Putnam, & D. Mumby, *The SAGE Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods* (págs. 1-18). California: Sage.

MYERS, K. (2014). Mixed Methods. En L. Putnam, & D. Mumby, *The SAGE Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods* (págs. 297-320). Los Angeles: SAGE.

PUTNAM, L., & CHENEY, G. (2006). Historical Development and Future Directions. En L. Putnam, & K. Krone, *Organizational Communication*. California: SAGE Publications Ltd.

RAMÍREZ DE, L. (2014). La comunicación como trama in-visible de sentidos de y en las organizaciones. *Revista Poliantea*, 10(18), 205-224.

REDDING, C. (1972). *Communication within the organization: An interpretative review of theory and reseach*. New York: Industrial Communication Council, Inc.

ROETHLISBERGER, F. (1945). The Foreman: Master and victim of double talk. *Harvard Business Review*, 23(3), 283-298.

RONCALLO-DOW, S., URIBE-JONGBLOED, E., & CALDERÓN- REYES, I. (Enero-Junio de 2013). La investigación en comunicación: Los límites y limitantes del conocimiento. *Coherencia*, 161-187.

SALADRIGAS MEDINA, H. (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social* (60).

STACKS, W. (1974). Organizational Communication: a survey of publications. *Journal of Applied Communications Research*, 67-74.

VAN RIEL, C. (1997). *Comunicación Corporativa*. Madrid, España: Prentice Hall.

VIDALES, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad* (23), 11-43.

Forma de citar este artículo:

PALACIOS, J. A. (2015). Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, Vol. V, Nº 10, 25-46. Recuperado el ____ de _____ de ____, de <http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-03-25-46>.