

EDITORIAL

Los individuos que construimos, configuramos y desarrollamos las organizaciones, permanecemos gran parte de nuestro tiempo inmersos en diversos procesos de comunicación, determinantes para el funcionamiento de estos escenarios humanos y para el logro de resultados sociales, productivos, comerciales y económicos.

Bajo esta realidad, cada vez más los profesionales e investigadores de las organizaciones reconocen que una parte importante del desarrollo empresarial es el estudio e intervención de la comunicación como un fenómeno complejo y diverso.

El estudio de la comunicación organizacional no es nuevo, pero sólo en las últimas décadas ha logrado un verdadero reconocimiento como un campo académico. Hoy en día, por ejemplo, se reconoce que la comunicación en las organizaciones va más allá del desarrollo de programas de mejoramiento de las relaciones interpersonales y debe integrar en sus análisis e intervenciones, perspectivas estratégicas, operacionales, psicológicas, entre otras.

En ese sentido, el campo de la comunicación organizacional se hace diverso y fragmentado, como lo evidencian los diversos estados del arte y metanálisis existentes sobre el fenómeno, los cuales muestran una subdisciplina que se extiende por niveles micro y macro, se mueve entre fenómenos formales e informales, internos y externos, e interactúa con fenómenos igualmente complejos como la innovación, el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento, el conflicto, la diversidad, entre otros.

En la actualidad, por ejemplo, es común ver en la literatura de esta disciplina, los aportes que desde diversas latitudes se proponen para entender relaciones claves como las existentes entre la comunicación externa y la reputación corporativa, la comunicación interna y la identificación de los empleados, la gestión comunicativa y el cambio organizacional, o los usos e implicaciones de la comunicación con los cada vez más abrumadores avances tecnológicos.

Como disciplina académica, la comunicación en las organizaciones ha luchado para desarrollar y transmitir un sentido de coherencia a través de estas áreas, lo cual permite, en la actualidad, apreciar estudios del fenómeno desde diversas disciplinas, llenos de innovación, diversidad y amplitud metodológica y un claro interés en avanzar desde los tradicionales estudios de caso hacia la producción investigativa generalizable.

Sin embargo, no podemos estar plenamente satisfechos con lo que hemos logrado en nuestros países, donde aún es necesario dar una mayor consistencia científica a un campo que descansa tradicionalmente en los trabajos realizados en otros puntos geográficos y donde los pocos investigadores que nos concentramos en este campo, dependemos de los planteamientos clásicos o de estudios descontextualizados de nuestra realidad cultural.

En este reto, la Facultad de Comunicaciones de la Universidad de Antioquia ha apostado por el desarrollo de una línea académica e investigativa que dé cuenta de este campo en Colombia y que proponga esquemas innovadores para el estudio y la enseñanza de la comunicación organizacional.

Es así como, fruto de este interés institucional, la presente edición de la Revista Folios ha abierto las puertas a diferentes expertos, docentes, investigadores y profesionales de la comunicación organizacional, nacionales e internacionales, para que presenten algunos de sus más recientes resultados de investigación y aporten con los mismos en el desarrollo de nuevos campos de estudio.

Los artículos del presente número se encuentran organizados en tres ejes articuladores, a saber, Comunicación Organizacional, Empresas de Comunicación y Apropiación Social del Conocimiento. El primer eje tiene como tema central la Comunicación Organizacional y la Comunicación Estratégica en el cual se detallan algunas herramientas de planeación y medición; los artículos que nutren esta discusión son: “Evaluación de la calidad del sistema formal de comunicación interna desde la perspectiva de Auditoría del Sistema Humano - (ASH)”, “Apuntes iniciales de una búsqueda metodológica para el análisis de procesos de articulación interorganizacional”, “Usos y prácticas de comunicación estratégica en organizaciones públicas y políticas” y “Conocimiento, uso y seguimiento de las herramientas de planeación y medición de la comunicación organizacional entre comunicadores vinculados a empresas de cinco sectores económicos en la ciudad de Medellín”.

El segundo eje articulador corresponde al tema de las empresas informativas y/o empresas de comunicación, en este apartado el lector encontrará los artículos: “Los stakeholders de las empresas de comunicación en el ámbito de la responsabilidad social corporativa”, “La reputación de periodistas y directores de comunicación en la ciudad de Cali”, “Impacto de las campañas de marketing ambiental: el modelo de las cuatro esferas”.

El tercer y último eje corresponde al tema de Apropiación Social del Conocimiento, con el artículo “Actividades de apropiación social de la ciencia y la tecnología y los espacios de encuentro con los públicos en Colombia: Una mirada a los proyectos apoyados por COLCIENCIAS 2005 – 2010”.

Esperamos que estos nuevos aportes guarden relevancia para cada uno de los lectores de la revista y los motiven a integrarse a la construcción de una disciplina que aunque joven es vigorosa y retadora.

Ph. D. David Hernández García

Editor Invitado

Mg. Mónica Pérez M.

Directora