

Editorial Dossier

Comunicación organizacional, estratégica y relaciones públicas en América Latina: convergencias y divergencias

Organizational Communication, Strategic Communication and Public Relations in Latin America: convergences and divergences

Comunicação organizacional, estratégica e relações públicas na América Latina: convergências e divergências

Andréia Athaydes, Universidad Federal de Santa Maria, Santa María, Brasil
(andrea.athaydes@ufsm.br)

Cecilia Claro, Universidad de Los Andes, Santiago, Chile
(cclaro@uandes.cl)

Claudia Labarca, Pontificia Universidad Católica de Chile, Santiago, Chile
(claudialabarca@uc.cl)

En 2023, un grupo de investigadores latinoamericanos, agrupados en la Red de Investigadores de Comunicación Organizacional –Redlaco.org–, decidimos organizar la primera pre conferencia sobre relaciones públicas (del concepto *Public Relations*) y comunicación organizacional enfocada en América Latina en el marco de la conferencia de la International Communication Association (ICA) realizada en Toronto, Canadá. Ciertos miembros de este mismo grupo de investigadores ya habían hecho historia organizando los primeros paneles con presencia exclusivamente latinoamericana en dicha conferencia y editando un número especial al respecto en la revista *Public Relations Inquiry* (Waymer, 2022).

Este dossier de *Cuadernos.info* constituye un esfuerzo adicional con el que se intenta contribuir al desarrollo de las disciplinas de Comunicación organizacional, estratégica y las Relaciones públicas en América Latina.

Como lo han señalado diversos autores (Dhanesh & Sriramesh, 2017; Labarca & Mujica, 2022; Molleda et al., 2017; Sriramesh & Verčič, 2002), los paradigmas y modelos provenientes de los centros de conocimiento europeos y norteamericanos no pueden –ni deben– constituir el único norte de los estudios e investigaciones

del área. América Latina e Hispanoamérica tienen una voz que se debe compartir, explicar y contextualizar (Labarca & Sadi, 2022). La invitación es a leer este número especial que contribuye a dar cuenta de esa voz y a visibilizar la dinámica e interesante investigación que se lleva a cabo en nuestra región.

Agradecemos a todos los autores que enviaron sus contribuciones, así como la buena disposición para recibir las sugerencias de sus pares evaluadores. Veintiocho artículos respondieron al *call for papers*, lo que, como editoras de este número especial, nos alegró mucho; lamentablemente, debimos dejar excelentes trabajos fuera por las limitaciones de espacio propias nuestra revista.

Este número especial cuenta con ocho artículos. El primero –*Las relaciones públicas desde la perspectiva latinoamericana*, de Francisco José Pradana– da cuenta del fenómeno de las relaciones públicas en la región, considerando temas clave como las diferencias socioculturales y económicas, la evolución histórica de la profesión y otros aspectos propios de la disciplina. Basado en la revisión de literatura local relevante, el artículo se enfoca en las especificidades de las relaciones públicas para diferenciarlas de los modelos dominantes norteamericanos y europeos.

En la misma perspectiva de identificar aspectos fundamentales de las comunicaciones organizacionales y de las relaciones públicas en la región, Javier Alejandro Martínez-Ortiz, Álvaro Patricio Andrés Elgueta-Ruiz y Vanusa Helena Correia Rocha abordan la realidad latinoamericana desde el punto de vista de la investigación en revistas clave del área. Los autores analizan 39 artículos entre 2000 y 2023, y concluyen que la presencia de América Latina es escasa en las revistas líderes del área y que hay aún menor número de académicos que lideran dichas publicaciones.

El tercer artículo, de Larissa Conceição dos Santos, analiza y reflexiona sobre el aporte realizado por Margarida Kunsch, pionera y referente en Brasil y Latinoamérica en el campo de la comunicación organizacional. Específicamente, se centra en la exploración de los cambios y transformaciones que ha tenido el área y que se encuentran presentes en los 50 años de trabajo académico de Kunsch a nivel de posgrado en Brasil.

En línea con los artículos de este número, en el que se pone de manifiesto la escasa producción académica local con alcance internacional, Gabriel Alejandro Medina-Aguilar propone una mirada original a la problemática en su texto *Pedagogía latinoamericana y organizaciones: hacia una nueva gestualidad comunicacional*. En él, aborda el rol que puede jugar la pedagogía en el área de las comunicaciones organizacionales para ayudar a su descolonización y, así, proponer modelos propios y alejarse de la influencia del mundo anglosajón.

En su artículo *Explorando el contexto laboral de la academia de la comunicación organizacional en América Latina: perspectivas y desafíos*, Lissette Marroquín Velásquez, Gabriela Rabello de Lima y María de Jesús Montoya estudian la estructura laboral que rodea a los investigadores y los docentes del área de las comunicaciones organizacionales, las relaciones públicas y la comunicación corporativa en América Latina. Para ello, encuestaron a 81 académicos entre octubre de 2019 y el 20 de abril de 2021. En su relato se analiza el rol de las actividades de investigación, las exigencias institucionales, el bienestar laboral, y los aspectos sociodemográficos y laborales. Una de las principales conclusiones es la precariedad de los recursos existentes y la asistencia para poder realizar investigación, así como también las diferencias relevantes de género.

En *Interfaz de formación profesional de relaciones públicas. Estudio comparativo* Gabriela Baquerizo-Neira, Adrián Cordero Redondo, Ruth Fernández Hernández, Alejandro Álvarez-Nobell y Rodrigo Cisternas-Osorio, también abordan el aspecto académico realizando un análisis comparativo de programas de estudios de posgrado en tres países iberoamericanos, utilizando el concepto de interfaz propuesto por Scolari (2018). Para ello, realizan un análisis documental, cualitativo y comparativo de la definición de competencias y marcos regulatorios y de los programas académicos y tendencias.

Sendi Chiapinotto Spiazzi y Rejane de Oliveira Pozobon aportan con un trabajo de corte empírico, usando la metodología de caso de estudio para analizar, como lo dice su título, las *Estrategias de comunicación pública de una universidad en la sociedad de plataformas*. Para ello, recogen el caso de una universidad brasilera y su comunicación a través de Instagram, específicamente enfocados en la perspectiva emocional y persuasiva de la interacción con los usuarios. Entre otros hallazgos, el estudio concluye que las comunicaciones que enfatizan sentimientos de orgullo, ethos institucional y lenguaje figurado a través del humor parecen ser las más eficaces y atractivas.

Finalmente, Ana Catalina Quirós-Ramírez y Ana Almansa-Martínez realzan el enfoque de género gracias a un caso de estudio, esta vez en Colombia. Su artículo identifica las características de enfoque de género presentes en las campañas del periódico *El Tiempo* y el porcentaje de cumplimiento de estas características en el mensaje.

Si bien el abordaje de la comunicación organizacional, corporativa y de relaciones públicas en América Latina es aún incipiente y con escaso impacto internacional, es necesario que iniciativas como este número especial sigan relevando una mirada propia, diferente y con impacto no solo en la región, sino que a nivel global.

Modelos, paradigmas, metodologías y epistemologías locales harán fortalecer este núcleo de investigación que se ha formado en el mundo de Hispanoamérica.

ANDRÉIA ATHAYDES

CECILIA CLARO

CLAUDIA LABARCA

Editoras invitadas/Tema central

Cuadernos.info

REFERENCIAS

- Dhanesh, G. S. & Sriramesh, K. (2018). Culture and crisis communication: Nestle India's Maggi noodles case. *Journal of International Management*, 24(3), 204-214. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2017.12.004>
- Labarca, C. & Mujica, C. (2022). Trust as a contextual variable for public relations: Reflections from Latin America. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 315-330. <https://doi.org/10.1177/2046147X221081172>
- Labarca, C. & Sadi, G. (2022). Some reflections left over from the work of editing a special issue on public relations in Latin America. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 167-170. <https://doi.org/10.1177/2046147X221082232>
- Molleda, J. C., Moreno, Á., & Navarro, C. (2017). Professionalization of public relations in Latin America: A longitudinal comparative study. *Public Relations Review*, 43(5), 1084-1093. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2017.08.003>
- Scolari, C. (2018). *Las leyes de la interfaz* (The interface laws). Gedisa.
- Sriramesh, K. & Verčič, D. (2002). International public relations: A framework for future research. *Journal of Communication Management*, 6(2), 103-117. <https://doi.org/10.1108/13632540210806973>
- Waymer, D. (2022). Empowering and Examining Voice: Marking the 10th Year of Public Relations Inquiry and Contextualizing the Latin American PR Special Issue. *Public Relations Inquiry*, 11(2), 159-166. <https://doi.org/10.1177/2046147X221101679>