

Comunicación de las organizaciones no gubernamentales en revistas científicas latinoamericanas

Análisis bibliométrico en Scopus y Latindex

Communication of non-governmental organizations in Latin American scientific journals
Bibliometric analysis in Scopus and Latindex

Comunicação das organizações não governamentais em revistas científicas latino-americanas
Análise bibliométrica em Scopus e Latindex

JULIO · DICIEMBRE 2020
157
INMEDIACIONES

DOI: <http://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3023>

► LETICIA QUINTANA PUJALTE

l.quintanapujalte@uma.es - Universidad de Málaga, España.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1834-283X>

bernamentales en revistas científicas latinoamericanas. Análisis bibliométrico en Scopus y Latindex. *InMediaciones de la Comunicación*, 15(2), 157-178. DOI: <http://doi.org/10.18861/ic.2020.15.2.3023>

CÓMO CITAR: Quintana Pujante, L. (2020). Comunicación de las organizaciones no gu-

Fecha de recepción: 15 de mayo de 2020

Fecha de aceptación: 9 de octubre de 2020

RESUMEN

Las revistas científicas son un instrumento de validación y difusión de investigaciones, así como una importante herramienta para compartir el conocimiento producido. Este artículo pone de relieve la publicación de estudios vinculados a la comunicación organizacional de uno de los actores frecuentemente marginados: las organizaciones no gubernamentales (ONGs). En este artículo se realiza un estudio bibliométrico de 34 artículos científicos publicados en revistas científicas latinoamericanas indexadas en el Scimago Journal Ranking (SJR) de Scopus y del catálogo de Latindex, que hacen referencia a la comunicación organizacional de las ONGs. Los resultados indican que los aportes teóricos son heterogéneos, aunque el enfoque de la comunicación estratégica evidencia un proceso de consolidación. Los métodos más utilizados son la revisión documental y el análisis de casos, lo que sugiere el interés por la construcción de una perspectiva singular y latinoamericana de un área temática que aún se encuentra en etapa incipiente.

PALABRAS CLAVE: *revistas científicas de Comunicación, Scopus, Latindex, estudio bibliométrico, organizaciones no gubernamentales, comunicación organizacional.*

ABSTRACT

Scientific journals are an instrument for validation and dissemination of research, as well as an important tool for sharing the produced knowledge. This article highlights the publication of studies related to the organizational communication of one of the frequently marginalized actors: non-governmental organizations (NGOs). A bibliometric study of 34 scientific articles published in Latin American scientific journals indexed

in the Scimago Journal Ranking (SJR) of Scopus and the Latindex catalogue that refer to the organizational communication of NGOs is carried out. The results tell that the theoretical contributions are heterogeneous, although the strategic communication approach shows a consolidation process. The most widely used methods are documentary review and case analysis, which suggests an interest in the construction of a singular and Latin American perspective on a topic that is still in an incipient stage.

PALABRAS CLAVE: *scientific journals, Scopus, Latindex, bibliometric study, non-governmental organizations, organizational communication.*

RESUMO

As revistas científicas são um instrumento de validação e divulgação de pesquisas, bem como uma importante ferramenta de compartilhamento do conhecimento produzido. Este artigo traz à tona a publicação de estudos relacionados à comunicação organizacional de um dos atores frequentemente marginalizados: as organizações não governamentais (ONGs). É realizado um estudo bibliométrico de 34 artigos científicos publicados em revistas científicas latino-americanas indexadas no Scimago Journal Ranking (SJR) da Scopus e no catálogo de Latindex que se referem à comunicação organizacional das ONGs. Os resultados indicam que as contribuições teóricas são heterogêneas, embora a abordagem da comunicação estratégica evidencie um processo de consolidação. Os métodos mais utilizados são a revisão documental e a análise de casos, fato que sugere interesse pela construção de uma perspectiva singular e latino-americana sobre um tema ainda incipiente.

PALAVRAS-CHAVE: *revistas científicas de comunicação, Scopus, Latindex, estudo bibliométrico, organizações não governamentais, comunicação organizacional.*

1. INTRODUCCIÓN

El carácter divulgativo de la ciencia es uno de los pilares de la sociedad del conocimiento. Los modos de dar a conocer los avances científicos en cada disciplina son variados: publicación de libros, generación de seminarios, participación en congresos, coloquios o jornadas académicas. Gracias a los desarrollos de las últimas décadas en materia de tecnologías de la información y la comunicación, la circulación de investigaciones a través de las *revistas científicas* se consolidó como un espacio de divulgación en permanente expansión.

Estas publicaciones difunden los resultados de investigaciones, reflexiones sobre enfoques, perspectivas teóricas y aproximaciones metodológicas de variados campos disciplinares. En la actualidad, muchas de ellas son distribuidas de manera digital y corren con la ventaja de que el tiempo de edición y circulación suele ser más rápido que el de los libros impresos. Asimismo, la presencia de las revistas científicas en bases de datos y rankings, que establecen criterios de calidad a nivel internacional, incide en el impacto de las investigaciones que se publican. Por ello, identificar los estudios publicados en revistas de divulgación sobre un campo específico es una línea de investigación propicia para conocer los rasgos más relevantes del estado de la cuestión acerca de determinadas temáticas.

Cabe aclarar que el alcance real de un estudio de estas características es discutible, ya que muchos investigadores que desean dar a conocer sus resultados encuentran dificultades para publicar en revistas indizadas en esas bases de datos. Sin embargo, podría considerarse que se pueden identificar al menos tendencias de los abordajes teóricos y metodológicos predominantes sobre problemáticas específicas que son de interés para un amplio sector científico. En este artículo se pone de relieve un análisis bibliométrico de 34 artículos científicos publicados en revistas científicas de Comunicación de Latinoamérica indizadas en el Scimago Journal Ranking (SJR) de Scopus y del catálogo de Latindex. Dichos artículos hacen referencia a la comunicación de las organizaciones no gubernamentales (ONGs), uno de los actores frecuentemente marginados en los estudios vinculados al área.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. Sobre el análisis bibliométrico

Los estudios de carácter bibliométrico son una manera de conocer el desarrollo de un campo de conocimiento. Tomando a las revistas científicas como instrumento de difusión de investigaciones, se puede analizar temáticas, fuentes, autoría y modalidad de investigaciones finalizadas o en curso. Desde un corpus de investigación de esa naturaleza, se puede analizar también la evolución, el progreso y la rigurosidad científica de una disciplina, porque

como indican Cuevas-Molano, Sánchez-Cid y Matosas-López (2019), “los datos contenidos en los mismos facilitan examinar los índices de productividad, dispersión y rigurosidad científica” (p. 2).

Para este tipo de abordaje se realiza una revisión sistemática, a partir de la cual se busca reunir resultados y realizar una evaluación crítica (Cordeiro, Oliveira, Renteria & Guimarães, 2007). En otros términos, esta revisión sistemática responde a una forma de investigación que se vale de datos primarios provenientes de la literatura científica en tanto recurso de estudio de un determinado tema (García-Montero, Aguaded & Ferrés, 2017). De esa manera se pueden resumir los aspectos relevantes que marcan el grado de estudio de una disciplina y se identifica en qué estado se encuentra la producción de conocimiento respecto del tema que es de interés.

Teniendo en cuenta dicha perspectiva, el análisis que aquí se propone apunta a identificar artículos publicados en revistas académicas editadas en Latinoamérica que tienen –como valor agregado– presencia en bases de datos de referencia y cuya importancia en el ámbito científico esté validada por su factor de impacto. El análisis se inspira en estudios similares que han puesto el acento en conocer cómo se construye conocimiento desde la región (Montilla-Peña, 2012; Barranquero & Adriana, 2015; López-Ornelas, Osuna-Lever & Díaz-López, 2017; Orjuela-Córdoba, 2019; Arzuaga-Williams, 2019; entre otros) y pone foco específicamente en un corpus conformado por artículos publicados que refieren a la comunicación organizacional de las ONGs.

Los resultados de la revisión permiten conocer el estado de la cuestión de la literatura sobre comunicación organizacional de las ONGs en Latinoamérica. Con ese propósito se aplicó el procedimiento bibliométrico que permite identificar la información relevante sobre un tema concreto; en este caso, la literatura científica publicada en revistas científicas de Comunicación editadas en Latinoamérica y pertenecientes a directorios y catálogos de calidad, que hayan tratado el tema de la comunicación organizacional de las ONGs durante la última década.

Las bases de datos donde residen las revistas científicas son un indicador de calidad de los artículos que incluyen esas publicaciones. Porque para ser parte de estos directorios y reportes, las revistas deben cumplir criterios de calidad vinculados a su antigüedad y periodicidad, también deben tener un comité editorial con expertos internacionales, los artículos deben ser sometidos a revisión por pares y la revista debe ser frecuentemente citada en otras publicaciones, lo cual se relaciona con el factor de impacto.

Castillo-Esparcia, Rubio-Moraga y Almansa-Martínez (2012) destacan la importancia del factor de impacto como “la principal herramienta de estructuración para las revistas y el impacto entre los investigadores” (p. 252). Esta afirmación es relevante, ya que el nuevo conocimiento producido en el marco de las ciencias se refleja en revistas científicas que ostentan un alto impacto. En tal sentido, los autores aclaran que:

El factor de impacto mide la frecuencia media de artículos de una publicación que han sido citados en un determinado año o período. (...) Es decir, el factor de impacto se calcula dividiendo el número de citas que una publicación tiene en un determinado año por el número de artículos publicados en esa revista durante los dos años previos (Castillo-Esparcia, Rubio-Moraga & Almansa-Martínez, 2012, p. 252).

Entre las bases de datos disponibles se encuentra el Journal Citation Report (JCR) de Web of Science (WOS), y tiene como función diseñar herramientas cuantitativas para clasificar, evaluar, categorizar y comparar revistas científicas. Es importante destacar que este indicador no mide la calidad del artículo publicado, sino que mide y categoriza la calidad de la revista en la que el artículo aparece. El factor de impacto, según el reporte JCR, resulta de la división entre el número de citas que ha recibido una revista en un año y la totalidad de los contenidos publicados en los dos años anteriores. Por eso es importante verificar el impacto de la revista en el año en que se publica cada artículo, ya que esto puede modificarse año a año. El otro indicador de calidad es el mencionado SJR, que se puede consultar en la base de datos Scopus. Allí se clasifican revistas científicas por su impacto dentro de diferentes categorías, ordenadas por cuartiles.

En el caso de las revistas científicas editadas en Latinoamérica, no existen –al menos hasta el momento en que fue escrito el artículo– publicaciones que sean parte del ranking JCR de WOS, sin embargo, sí aparecen ediciones en el índice SJR-Scopus. Por ello, para lograr una mirada más certera respecto del estado de la cuestión acerca de la comunicación organizacional vinculada a las ONGs en la región, se incluyen revistas que están indizadas en el directorio Latindex. Éste recoge información sobre revistas científicas, profesionales y técnicas desde el año 2002. En su catálogo aparecen las publicaciones que cumplen con altos criterios de calidad y es una referencia confiable que califica las revistas que se editan en Iberoamérica.

2.2. Comunicación organizacional y ONGs

El presente estudio implica una búsqueda, selección y análisis de aquellas investigaciones que pretenden problematizar el tema de la comunicación organizacional de las ONG en revistas científicas editadas en Latinoamérica. Como se ha mencionado, se entiende que dichas revistas son espacios que proporcionan herramientas para la validación y construcción del conocimiento científico.

La revisión hecha por Saladrigas-Medina (2005) sostiene que el origen de la comunicación organizacional se destaca por su multiplicidad. Asimismo, la autora sostiene que su objeto de estudio ha sido considerado “tanto como campo propio de las Relaciones Públicas, como del Desarrollo Organizacional, de la Psicología Social, de la Sociología; incluso de la Administración o Mana-

gement” (2005, p. 2), lo cual indica la falta de reconocimiento o especificidad dentro del ámbito de la Comunicación y disciplinas afines.

A pesar de que se evidencia la presencia de diferentes enfoques teóricos que han tenido a la comunicación organizacional como principal foco de interés, recién en los últimos años de la década del 80 se clasificaron y se buscó establecer algunos de los presupuestos teóricos que rigen su desempeño disciplinar: mecanicista, psicológico, interpretativo simbólico y sistémico (Jablin & Putnam, 2001). En tal sentido, Burrell y Morgan (1979) fueron pioneros en sistematizar las tres grandes aproximaciones predominantes en el campo de la comunicación organizacional: la empírico-analítica (de enfoques positivistas o funcionalistas), la interpretativa y la crítica. Mientras que Krohling-Kunsch (2014) cita a Mumby, quien habla de cinco paradigmas de la comunicación organizacional: el *funcionalista*, el *interpretativo* (comunicación como diálogo), el *crítico* (donde la comunicación, los sistemas ideológicos y las relaciones de poder son relevantes), el *posmoderno* (comunicación como sistema inestable y portador de significados) y el *feminista* (comunicación como creación de significados e identidad de género).

Entre los años 1960 y 1980, predominó el enfoque funcionalista. El mismo “parte de la premisa de que el comportamiento comunicativo puede ser observable y tangible, medido y estandarizado. Se preocupa por estructuras y prácticas de comunicación (...) dejando de lado los análisis de los aspectos sociales, políticos, económicos, tecnológicos y organizativos” (Krohling-Kunsch, 2014, p. 42). Pero a partir de la década de 1980 aumentaron las investigaciones de comunicación organizacional con perspectivas críticas e interpretativas. Además, la autora desarrolla una propuesta sobre las dimensiones propias de la comunicación organizacional, que, debido a su complejidad, requieren de una construcción teórica acorde al fenómeno en estudio. Para Krohling-Kunsch (2014), la comunicación organizacional reúne cuatro dimensiones principales: la instrumental, la humana, la cultural y la estratégica.

En la actualidad, siguiendo la línea de Krohling-Kunsch, la comunicación organizacional es un campo de perspectivas múltiples: “Se caracteriza como una identidad interdisciplinaria, que alberga varias perspectivas supuestos teóricos y epistemológicos, incluidos el modernismo, el realismo, el interpretativismo, la retórica, teoría crítica, posmodernismo y postestructuralismo, el feminismo y el poscolonialismo” (2014, p. 45).

Esta rápida revisión indica que la consolidación de la comunicación organizacional en la región lleva más de dos décadas, gracias a la producción de conocimiento científico de manera continuada sobre experiencias locales (Ferrari, 2003, 2012; Pérez, 2008; Pérez & Massoni, 2009; Krohling, 2011; Preciado, 2013; Manucci, 2016; Nassar, de Farias & Furlanetto, 2016; entre otros). Y a pesar de que se evidencia una frecuente falta de acuerdo para lograr una denominación común respecto de la disciplina, se considera, coincidiendo

con otros estudios (Arzuaga-Williams, 2019; Vidales, 2015), que el término *comunicación organizacional* es el más aceptado en la región y que su desarrollo abarca el enfoque de perspectivas empírico-analíticas, críticas e interpretativas.

Siguiendo a Krohling (2011), la comunicación organizacional

busca contemplar una visión amplia de la comunicación en y de las organizaciones, tomando en cuenta todos los aspectos relacionados con la complejidad del fenómeno comunicacional inherente a la naturaleza de las organizaciones, tales como los relacionamientos interpersonales presentes en la dimensión humana de la comunicación, además de la dimensión estratégica e instrumental (p. 73).

Asimismo, la autora hizo referencia –unos años más tarde– a la enorme riqueza epistemológica de la comunicación organizacional, lo que la pone a la altura de las exigencias que tienen las organizaciones en una sociedad marcada por las nuevas tecnologías comunicacionales:

Las acciones aisladas de la comunicación de Marketing y las Relaciones Públicas son insuficientes para afrontar los nuevos mercados competitivos y las relaciones con públicos y / o interlocutores de diferentes segmentos. Estos son cada vez más exigentes y reclaman a las organizaciones responsabilidad social, actitudes transparentes, comportamientos éticos, y respeto y preservación del planeta, etc., (...). En este contexto, la comunicación se vuelve estratégica y su gestión tiene que verse bajo una nueva cosmovisión y en una perspectiva interdisciplinaria (Kroling-Kunsch, 2014, p. 41).

La enorme riqueza teórica y metodológica de los estudios sobre comunicación organizacional permite considerar la complejidad de los fenómenos que son estudiados, marcada por su singularidad dentro de una disciplina como la Comunicación.

En este sentido, este estudio suscribe a la perspectiva defendida por Krohling-Kunsch, quien enfatiza que se debe “abandonar las fragmentaciones” (2014, p. 45) y abogar por una comunicación organizacional integral que esquive la perspectiva meramente instrumental y adopte una postura de estudio que busque “procesar el fenómeno comunicacional dentro de las organizaciones y todo su contexto político, económico y social” (ibid.), teniendo en cuenta, además, los aspectos simbólicos “valorando las prácticas comunicativas e interacciones en sus más diversas formas de manifestación y construcción social” (ibid.).

En cuanto a los enfoques que analizan el rol de las ONGs, los aportes predominantes desde la ciencia política han conceptualizado a estas entidades con diversas terminologías: organizaciones de la sociedad civil, Tercer Sector, movimientos sociales organizados, grupos de interés público (Muñoz-Márquez, 2014). Estas cuatro maneras o enfoques permiten observar aristas interesantes

para reflexionar sobre el fenómeno de las ONGs y su función, por ejemplo, en el proceso político. Los referentes teóricos de la sociedad civil indican que la función primordial de estas organizaciones radica en la protección y defensa de la democracia. En tal sentido, Putnam (2000) señala que la existencia de asociaciones civiles voluntarias (entre las que incluye a las ONGs) es fundamental para el buen funcionamiento de las democracias e incrementa su eficacia por sus efectos positivos en la formación cívica de la ciudadanía y en la capacidad de movilización que pueden adquirir. A pesar de ello, Putnam (2000) también admite que el número de este tipo de organizaciones de la sociedad civil no garantiza la calidad de la democracia, porque lo que define su buen desempeño son las relaciones que estas organizaciones construyen con la sociedad y los gobiernos.

Desde la perspectiva teórica que considera relevante la relación entre las ONGs y los movimientos sociales, los autores que suscriben a esta corriente aclaran que no debe confundirse a las ONGs con los movimientos sociales, pero debe considerarse que las primeras son parte de los segundos. Para quienes defienden este enfoque, la estructura de las ONGs es más estable que la de los movimientos sociales, lo que colabora en la mejor articulación de las protestas colectivas (Diani & Eyerman, 1992). En algunos casos, son éstas las que dan inicio a los movimientos sociales y constituyen los cimientos para su continuidad (Della Porta & Diani, 2006).

Desde el enfoque del Tercer Sector se considera a las ONGs como el brazo civil de la ejecución de políticas estatales que tienen como papel fundamental mejorar la gobernanza, producto de la desaparición del *Estado de bienestar* (Berry, 2003; Zimmer & Freise, 2008). Las ONGs serían entonces un aporte para la ejecución de políticas públicas, además de tener un rol en el control y vigilancia del Estado. Esta perspectiva termina por restringir la lectura sobre el potencial de influencia de las ONGs, incluso desde el punto de vista regulatorio que existe en algunos países. Berry (2003) indica que en Estados Unidos las organizaciones no lucrativas no pueden realizar actividades de presión política, y que, si lo hacen, podrían llegar a perder los beneficios impositivos que les permite su financiación.

El cuarto enfoque es el que considera a las ONGs como grupos de interés público. Esta perspectiva reviste ciertos problemas por la amplitud del concepto *grupo de interés*, que vuelve difuso definir quiénes pueden ser considerados como tales. Para sortearlos, Walker (1983) y luego Jordan y Maloney (1997) proponen una subcategoría dentro de la comunidad de los grupos de interés denominada *organizaciones de ciudadanos*. A ellos se suma el aporte de Kenneth y Edwards (2004), quienes también sugieren que las ONGs son un tipo de grupo de interés que se caracteriza por la defensa de una causa que responde a una obligación moral. Es decir que, según la orientación de los recursos de la organización, puede o no ser considerado un grupo de interés ciudadano.

En ese marco, y haciendo referencia específica al plano regional, el papel de estas entidades es muy importante, ya que son consideradas como

actores por derecho propio en procesos que, liderados por diversos movimientos sociales, han demandado y alcanzado logros en diversos ámbitos. En nuestra región, se ha fortalecido la conciencia y el reconocimiento de derechos, han disminuido diversas formas de desigualdad y exclusión social y se ha ampliado el ejercicio democrático (Acción, 2014, p. 36)

Teniendo en cuenta el rol social y político que cumplen en la sociedad actual, se considera que las ONGs no están exentas de formar parte de la problematización sobre sus capacidades y potencialidades comunicacionales. Por ello, el estudio que se presenta pretende, además, ser una contribución que permita dar a conocer el estado de la cuestión de aquellos estudios que se enfocan especialmente en la comunicación organizacional de este sector.

En relación con la factibilidad y el cumplimiento de los objetivos previstos, se buscaron –en una primera instancia– los artículos científicos que abordan este escenario variado en revistas científicas de acceso abierto y editadas en Latinoamérica. Esto permitió conocer la distribución de la literatura científica –publicada en la última década en el contexto regional– relacionada con el tema aquí planteado.

Sobre esa base, el estudio bibliométrico de 34 artículos publicados en revistas científicas de Comunicación permitió orientar el análisis de los resultados y responder las preguntas que guían la indagación realizada:

- A. ¿Cuál es el estado de la cuestión de investigaciones publicadas en revistas indizadas de Latinoamérica sobre la comunicación organizacional de las ONGs?
- B. ¿Cuáles son los marcos conceptuales y metodológicos utilizados con mayor frecuencia para conocer los usos y apropiaciones comunicacionales de estos actores?

La lectura y la observación de los artículos publicados en las revistas científicas latinoamericanas que cumplieron con los criterios de búsqueda fue lo que permitió identificar los rasgos del material estudiado, del contenido de los artículos y de los autores, y de esa manera generar una aproximación al estado actual de investigaciones científicas regionales sobre la temática.

3. DISEÑO Y METODOLOGÍA

Esta investigación es un estudio bibliométrico descriptivo sobre los artículos científicos publicados en revistas indizadas en bases de datos y editadas,

de Latinoamérica, que tratan el tema de la comunicación organizacional en las ONG. Las fuentes bibliográficas para buscar los artículos que aborden la temática son SJR-Scopus y el directorio Latindex¹.

De esta forma, el *corpus* se compone de 34 artículos científicos publicados en revistas de acceso abierto e indizadas en SJR-Scopus y en el directorio Latindex en los últimos diez años. El período de tiempo se justifica al entender que las últimas dos décadas significaron un proceso de consolidación de la comunicación organizacional en Latinoamérica (Bouzon, 2011; Doerfel & Gibbs, 2013; Mumby & Putnam, 2013). Como se ha mencionado, el foco de interés son las publicaciones que han centrado sus esfuerzos en contribuir al conocimiento sobre las nuevas prácticas de comunicación de las ONGs. En este sentido, interesa saber el conocimiento compartido y publicado en revistas cuya edición se realiza en Latinoamérica, lo cual significa que se tomaron en cuenta artículos publicados en estas revistas que tratan el tema, aunque no traten casos específicos de esta región.

En una primera instancia, el procedimiento implicó encontrar las revistas indizadas en ambas bases de datos. En el caso de SJR-Scopus, se ingresó a la pestaña “Sources” y se filtraron las revistas de interés con los siguientes términos de búsqueda: *Social Sciences Communication, Latin America, Journals, 2018, Only open access Journal*. Esta operación dio como resultado la identificación de trece revistas cuya edición se realiza en países de Latinoamérica.

En el caso de *Latindex*, se ingresó al directorio y se determinó una búsqueda avanzada con los siguientes parámetros en búsqueda avanzada: Directorio; Tema: Ciencias Sociales; Subtema: Ciencias de la Comunicación; Región: Latinoamérica; Acceso abierto: Sí. El resultado fue: 92 revistas indizadas, aunque al momento de afinar la información para determinar las que se seguían publicando, el universo se redujo a 89 revistas².

El universo completo señaló entonces la existencia de 89 revistas científicas correspondientes al directorio Latindex y 6 revistas que figuran específicamente en SJR-Scopus (5 de ellas editadas en Brasil: *Interface, Transinformação, Informação e sociedade, Perspectivas em ciencia da informação, Texto libre y Discursosfotográficos*; más 1 revista editada en Perú: *Revista de Comunicación*). Pero además, existen otras 6 revistas que aparecen tanto en Latindex como en SJR-Scopus bajo la categoría, tema o subtema comunicación/communication (*Cuadernos.info*, de Chile; *Comunicación y Sociedad*, de México; *Palabra Clave y Signo y Pensamiento*, de Colombia; *Brazilian Journalism Research* y *Comunicação Midia e Consumo*, de Brasil). En la suma de ambos directorios, el resultado fue de 101 publicaciones científicas indizadas.

¹ Vale recordar este recorte obedece a que el ranking JCR no ofrece resultados correspondientes a revistas editadas en países latinoamericanos, a partir de los términos de búsqueda: *comunicación, Latinoamérica, acceso abierto*.

² Al momento de realizar el relevamiento, las revistas *Confines de relaciones internacionales y ciencia política y Rastros Rostrós* figuran como “inactivas”, mientras que *Mediálogos* figura como que dejó de publicarse.

Luego, se ingresó a cada una de las páginas web de las revistas para rastrear y encontrar los artículos que trataron el tema comunicación organizacional de las ONGs durante la última década. Para ello, en los casos en los que la página estaba disponible, se hizo uso del propio buscador interno de la revista y se insertaron palabras clave para realizar la búsqueda. Cuando la revista no ofrecía la herramienta de búsqueda o *pesquisa*, se ingresó a cada edición publicada desde el año 2010 y se realizó una búsqueda manual. A partir de la lectura de los artículos se determinó su incorporación o no al *corpus* de análisis.

Una vez identificados los artículos que cumplían con la característica primordial, se recolectaron datos vinculados a las siguientes categorías:

- A. Revistas que publicaron artículos referentes a la comunicación organizacional de las ONG.
- B. Lugar de edición de la/s revista/s.
- C. Revista que más trató la temática.
- D. Año de publicación del/los artículos/s.
- E. Cantidad de autores/as. Subcategoría: género de autoría.
- F. Categorías conceptuales de la variable comunicación organizacional.
- G. Procedimientos y métodos utilizados.

Respecto a las categorías conceptuales, se observaron aquellos datos que ofrecieran referencia de los conceptos que guían la actividad investigadora, ya que como afirman Sautu y otros autores (2005): el marco teórico “es el *corpus* de conceptos de diferentes niveles de abstracción articulados entre sí que orientan la forma de aprehender la realidad” (p. 34).

Para ello, también es fundamental la contextualización de los marcos teóricos que son utilizados en la región. Al respecto, Vasallo de Lopes (2014) afirma que “el estado actual de los estudios de comunicación nos lleva a destacar el aporte como, rasgo distintivo, de la teoría de la mediación latinoamericana” (p. 66). Sumado a este enfoque, la autora también destaca la presencia de estudios vinculados a la teoría de los discursos sociales: “Otra escuela teórica importante en Latinoamérica ha sido la de estudios del discurso, en sus diversas tendencias. La semiótica, o semiología, está estructurada en diálogo con estas tendencias” (2014, p. 75).

Cada artículo científico publicado fue ordenado en una plantilla con números ordinales y se diferenció de los otros también a partir del título. El *corpus* se compone finalmente de 34 artículos publicados en revistas indizadas en ambas bases de datos (32 en Latindex y 2 en Scopus).

Una cuestión relevante vinculada al desarrollo de la investigación plan-

teada es que se buscó la producción de conocimiento sobre la comunicación organizacional de las ONGs instituidas como tales. Esto implicó que muchos artículos fueron descartados. Entre otros, se destacan interesantes estudios sobre colectivos de mujeres, de agrupaciones indígenas, de jóvenes, de nuevos movimientos sociales, entre otros, y sus prácticas de comunicación. Estas investigaciones fueron descartadas porque no cumplían con el criterio de *institucionalidad* de la organización que se analizaba en los artículos consultados. Sin embargo, en el futuro bien se podría realizar un análisis comparativo para identificar similitudes y diferencias entre las prácticas y las acciones identificadas de los colectivos no institucionalizados y las ONGs que sí están instauradas como tales.

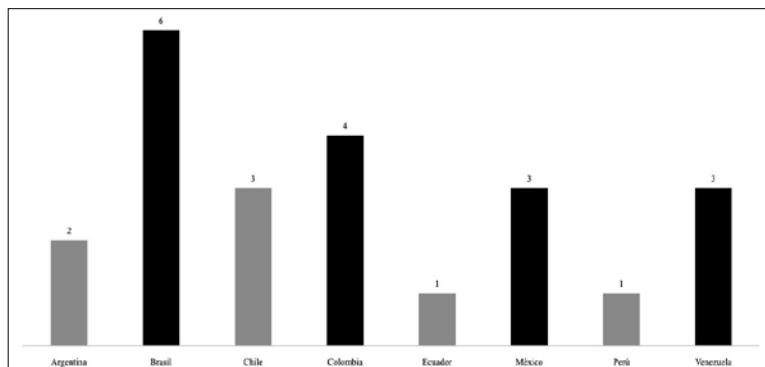
4. RESULTADOS

La primera operación analítica se orientó a identificar las revistas científicas de Comunicación que han publicado artículos diagnósticos o analíticos referidos a la comunicación organizacional de las ONGs. Se consideró también su lugar de edición y la editorial responsable. Los resultados se observan en la Tabla 1.

Como ya se mencionó, las bases de datos consultadas dieron un total de 101 revistas de comunicación editadas en Latinoamérica. Sin embargo, como se puede observar en la Tabla 1, en sólo 23 de ellas se detectaron artículos referentes a la temática de interés. Esta cantidad significa que en la última década sólo el 23% de las revistas científicas ha aprobado y publicado artículos vinculados al abordaje de la comunicación organizacional de las ONGs.

A partir de ese dato, se consideró establecer las referencias geográficas de las revistas que publicaron artículos sobre el tema. Para ello, se identificaron los países que editaron las revistas que son parte del *corpus*.

Gráfico 1. Ediciones de revistas con el tema de comunicación organizacional por países



Fuente: elaboración propia.

Tabla 1. País en donde fue editada, responsable y revista que abordó la temática en la última década

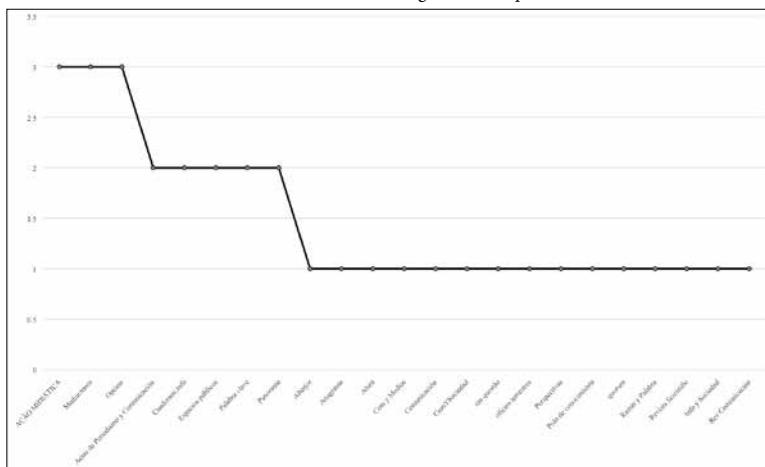
País	Responsable editorial	Nombre de la revista	Título del artículo
Argentina	Universidad Nacional de La Plata	<i>Actas de Periodismo y Comunicación</i>	- La identidad en la comunicación sin fines de lucro. - Los procesos de convocatoria, un desafío permanente. Claves para pensar convocatorias desde y para organizaciones comunitarias
Argentina	Universidad Nacional de La Plata	<i>Oficios terrestres</i>	- La mediatisación de las demandas de los contra-públicos subalternos
Brasil	Universidade Federal do Paraná; Programa de Pós-graduação em Comunicação	<i>Ação midiática</i>	- Imprensa feminista no contexto das lutas das mulheres: ativismo midiático, cidadania e novas formas de resistência - Diálogo o alicerce para humanizar a comunicação organizacional na sociedade contemporânea - Ciclanas em rede: um estudo sobre comunicação, mulheres e espaço urbano
Brasil	Universidade de São Paulo, Grupo de Pesquisas Alterjor	<i>Alterjor</i>	- Ciudadanía através da comunicación: reflexão sobre potencialidades da comunicação comunitária
Brasil	Universidade Federal do Tocantins; Universidade Federal de Rondônia; Universidade Federal de Roraima; Universidade Federal do Pará	<i>Aturád</i>	- Percepções sobre cidadania e meio ambiente a partir das ações comunicacionais da ONGs Terra Verde
Brasil	Universidade Federal do Rio Grande do Sul	<i>Em questão</i>	- Relações de força: uma análise a partir do Primeiro, Segundo e Terceiro Setor
Brasil	Pontifícia Universidade Católica de Goiás	<i>Panorama</i>	- Comunicação institucional para ONGs: alcançando maior área de influência - Comunicação comunitária no grupo pela Vida em Goiânia
Brasil	Universidade Federal da Paraíba	<i>infoysoc</i>	- Análise da gestão da informação para a saúde preventiva: o caso do Projeto Garotada Solidária contra o contágio das DST/AIDS
Chile	Universidad de Chile	<i>Com. y Medios</i>	- Ciudad y participación vecinal: abordajes teórico/metodológicos para el análisis de organizaciones autoconvocadas
Chile	Pontificia Universidad Católica de Chile	<i>Cuadernos.info</i>	- Análisis bibliométrico sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en las diez primeras revistas de Comunicación de España. - Dirigentes de campamento y actividad mediática: más allá de Internet
Chile	Universidad de la Frontera	<i>Perspectivas</i>	- Comunicación, redes de conocimiento y cooperación: revisión teórica y propuesta metodológica
Colombia	Universidad de Medellín	<i>Anagrama</i>	- Análisis de la planeación estratégica de la comunicación en cuatro proyectos de intervención social en Montería
Colombia	Universidad Pontificia Bolivariana	<i>Comunicación</i>	- La identificación organizacional de los voluntarios con la entidad social: el caso CompArte
Colombia	Corporación Universitaria Minuto de Dios	<i>Mediaciones</i>	- Estructura actual de los departamentos de comunicación de las ONGs españolas: de la persuasión a la gestión de las relaciones públicas - El derecho a la comunicación con identidad. Aportes de los debates indígenas en Argentina para pensar la noción de derechos a la comunicación. - Comunicación estratégica: indicadores comunicacionales en la dimensión interaccional
Colombia	Universidad de La Sabana	<i>Palabra clave</i>	- Gestión de la comunicación estratégica en los sectores empresarial, de desarrollo y público. - Estudio comparativo Organizaciones de la sociedad civil y sus producciones en radio e Internet: fortaleciendo agendas para la democracia y los derechos humanos en Colombia
Ecuador	Casa Editorial del Polo CASEDELPO	<i>Polo de conocimiento</i>	- El marketing en instituciones del Tercer Sector
México	Universidad de Guadalajara	<i>ComYSociedad</i>	- Medios indígenas transnacionales: el fomento del cosmopolitismo desde abajo.
México	Universidad Autónoma del Estado de México	<i>Espacios públicos</i>	- Respuestas ciudadanas ante la desaparición de personas en México (2000-2013) - Transparencia no Tercer Setor: Una propuesta de construto e mensuración
México	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	<i>Razón y Palabra</i>	- Identidad visual corporativa en organizaciones de la Economía Popular y Solidaria. Estudio de casos en Guayaquil, Ecuador
Perú	Universidad de Piura	<i>Rev de Comunicación</i>	- La realidad virtual y el video 360° en la comunicación empresarial e institucional
Venezuela	Universidad de Zulia	<i>Opción</i>	- Las ONG de cooperación al desarrollo: el gap entre la imagen percibida y la imagen deseada - Tercer Sector: de invitado a imprescindible en la gestión de bienestar - Organizaciones ambientalistas y su influencia: los claroscuros en la crisis ambiental de la industria del salmón en Chile
Venezuela	Universidad de Zulia	<i>quorum</i>	- El Tercer Sector en el comando de las Tvs educativas en Brasil: relaciones entre política, mercado y religión
Venezuela	Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo	<i>Revista Scientific</i>	Gerencia Tecnológica de la Información y Comunicación en las Organizaciones Sociales

Fuente: elaboración propia.

Los resultados indican que se han editado más revistas científicas que tratan la temática en Brasil y Colombia. Esto se corresponde con lo ya identificado por otras investigaciones respecto al estado de la cuestión de la comunicación organizacional y describe un crecimiento sostenido de la producción de conocimiento respecto al tema tratado, especialmente por lo producido y publicado en Brasil (Arzuaga-Williams, 2019). Se evidencia un sostenido liderazgo de las revistas de este país, no sólo en la generación de conocimiento respecto de la comunicación organizacional en general, sino también sobre la comunicación en organizaciones del Tercer Sector.

En el marco de esta porción de revistas ($n=34$), el análisis prosiguió para conocer cuáles revistas específicamente han tratado el tema, y con qué frecuencia.

Gráfico 2. Cantidad de artículos sobre comunicación organizacional publicados en revistas científicas



Fuente: elaboración propia.

La categoría correspondiente a revistas que publicaron artículos sobre la comunicación organizacional de las ONGs permite observar que hay tres que se destacan por su aporte a la literatura existente. Ellas son la revista *Ação midiática*, editada por el Programa de Pós-Graduação em comunicação de la Universidad Federal do Paraná, Brasil; *Mediaciones*, editada por Corporación Universitaria Minuto de Dios de Colombia; y la revista *Opción*, editada por la Universidad del Zulia, Venezuela. Muchos de los artículos que tratan la temática fueron hallados en las ediciones de estas tres publicaciones. Durante la última década, las revistas que más abordaron el tema lo hicieron con 3 publicaciones cada una. Otras cinco revistas donde se identificaron artículos que tratan la temática publicaron 2 cada una, y en las siguientes quince, sólo hubo 1 investigación al respecto.

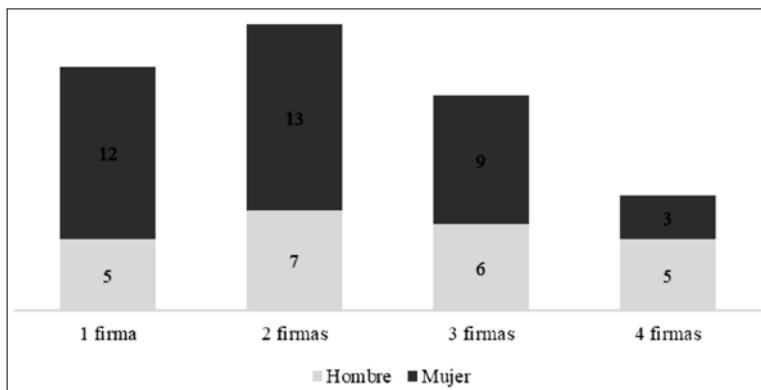
Gráfico 3. Frecuencia de publicación de artículos sobre la comunicación organizacional por año



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la categoría referente a la frecuencia y los años en los que el tema suscitó un mayor interés para las publicaciones científicas, los datos indican que fueron el 2013 y el 2015. En esos años se publicó el mayor número de divulgaciones científicas referidas al tema, con 6 artículos en cada uno de esos años. La tendencia se mantuvo de modo relativamente sostenido hasta 2018, pero ya para 2019 los artículos publicados sobre la comunicación organizacional de las ONGs fueron tan sólo 2.

Gráfico 4. Género de autoría en artículos sobre comunicación organizacional en ONGs



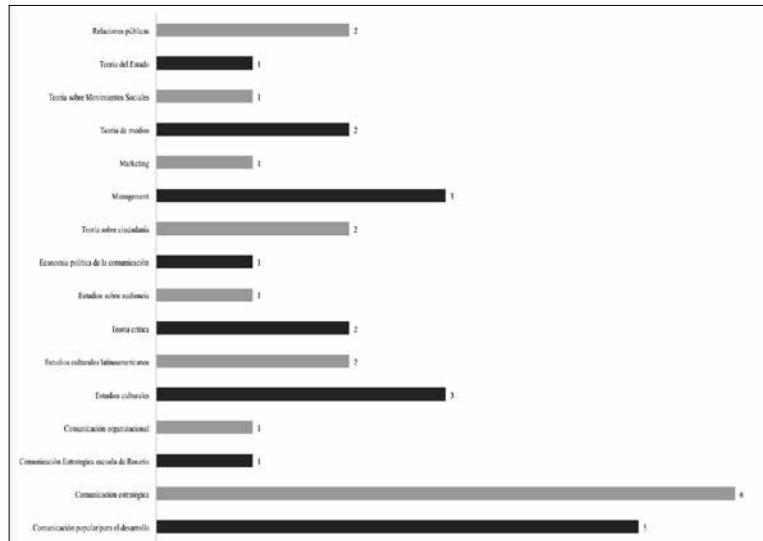
Fuente: elaboración propia.

En la categoría referente a cantidad de autores y la subcategoría de género, se hallaron resultados de interés. Se identificaron 60 autorías distribuidas en los 34 artículos seleccionados. Se evaluó la cantidad de firmas por cada artículo y los resultados fueron contundentes respecto de publicaciones firmadas por una sola persona, con el 50% del total (17 artículos), mientras que las investigaciones firmadas por dos personas significaron un 29% (10 artículos con dos firmas), seguidas del 15% correspondientes a tres firmantes (3 artículos) y el 6% correspondiente a artículos firmados por cuatro investigadores (2 artículos con cuatro firmas).

Es muy destacable la presencia de mujeres como únicas firmantes (60% de los artículos de una sola autoría). En el total de los artículos ($n=34$), el 71% fue firmado primero por una mujer seguida de otros autores, frente al 29% firmado por hombres como primer autor seguido de otros autores. Esta mayor presencia femenina se repite cuando hay dos o tres firmantes, y sólo cuando son cuatro autores la cantidad de hombres ha sobrepasado en número a las mujeres. Esta alta participación femenina ratifica lo hallado en otros estudios que tratan la participación de la mujer en la producción de conocimiento en publicaciones científicas vinculadas a la comunicación (Castillo-Esparcia y Castillero-Ostio, 2018).

La categoría referente a las categorías conceptuales de referencia de los artículos que fueron parte del estudio es, quizás, la que ha ofrecido los resultados más interesantes.

Gráfico 5. Marcos teóricos presentes en los artículos de comunicación organizacional en las ONGs



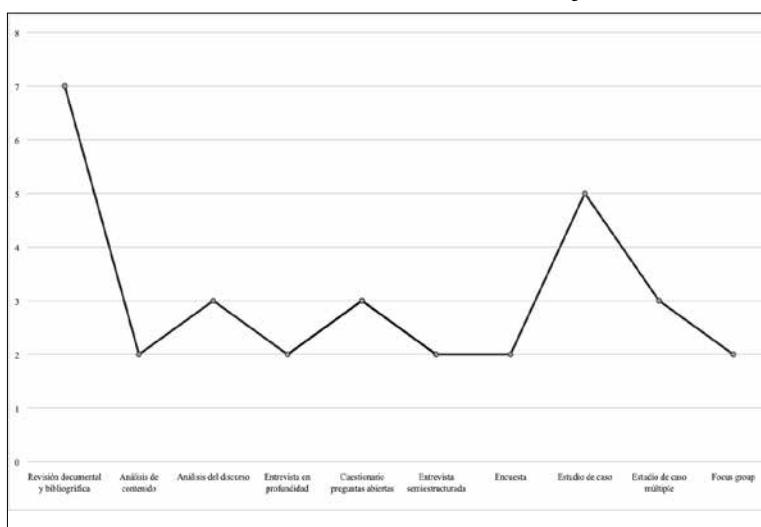
Fuente: elaboración propia.

Se evidencia una transversalidad de conocimiento y una alta complejidad en la construcción del andamiaje teórico desde donde se abordan los fenómenos estudiados. Es frecuente encontrar marcos teóricos amplios que no se circunscriben sólo a aportes propios de las teorías de la comunicación organizacional, pero que son utilizados para reflexionar sobre las complejidades de lo que se pretende estudiar. Es el caso de la teoría del Estado o las teorías que buscan problematizar la construcción de ciudadanía desde las organizaciones sociales, que se toman como referente empírico para tales estudios.

También es destacable de qué modo aún persiste una variedad terminológica para referirse a marcos teóricos que vinculan la comunicación organizacional, la comunicación estratégica y también las Relaciones Públicas. Cuando se menciona la postura teórico-disciplinar desde esta variedad de términos, varios de los artículos seleccionados hacen referencia a los mismos autores del campo.

El enfoque de la comunicación estratégica como disciplina en plena consolidación dentro de los estudios de comunicación en las organizaciones está ganando terreno a perspectivas otras dominantes en la literatura latinoamericana, como la comunicación alternativa o la comunicación para el desarrollo. Vale decir que se ha apartado de esta postura el modelo de la comunicación estratégica (Pérez, 2008; Pérez & Massoni, 2009) ya que la propuesta pretende establecer un recorrido de características propias, aunque enriquecido de los aportes de la línea de la comunicación estratégica de autores cuya producción científica se centra en España o en países anglosajones.

Gráfico 6. Métodos utilizados en artículos científicos sobre comunicación organizacional de las ONGs



Fuente: elaboración propia.

En cuanto a la categoría de los métodos de investigación, se destaca la revisión documental o bibliográfica, y le sigue el estudio de caso como método de mayor utilización en el marco de los artículos analizados. El estudio de caso múltiple es otro método que aparece con frecuencia en las investigaciones consultadas. Éstas realizan una comparativa respecto de la experiencia en desarrollo de acciones de comunicación de las ONGs, de modo de producir un punto de partida para futuras intervenciones comunicacionales.

También se observa que los cuestionarios de preguntas abiertas, aplicados a responsables de áreas de comunicación de las organizaciones, constituyen otra herramienta a la que se acude en las investigaciones. Dicha herramienta se utiliza además para el desarrollo de estudios sobre las audiencias y la recepción de campañas comunicacionales. Mientras que el análisis del discurso, especialmente dedicado al abordaje de medios y documentos jurídicos, se muestra como otro método de investigación para la comunicación organizacional de las ONGs.

En términos generales, los resultados mostrados sugieren que existe interés por la producción de conocimiento sobre experiencias, presentes y pasadas, referente a la comunicación en las organizaciones no gubernamentales en las revistas editadas en Latinoamérica, aunque su localización es variable y su desarrollo es incipiente o se halla aún en proceso de consolidación.

5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

La comunicación organizacional es un tema en permanente proceso de construcción teórica y metodológica. Durante los últimos años, su desarrollo se ha visto reflejado en la creciente especialización de los profesionales y en los avances tecnológicos que permitieron la circulación de investigaciones dedicadas al área. En tal sentido, los estudios sobre las diversas temáticas referidas a la comunicación organizacional que publican las revistas científicas –con presencia en bases de datos que validan su calidad e impacto– son herramientas que han permitido conocer los avances, discusiones e innovaciones en el campo de la comunicación en las organizaciones. El interés de este artículo se centró en aportar elementos para conocer el estado de la cuestión y la producción de conocimiento sobre la comunicación organizacional, especialmente vinculada a las ONGs, entendidas como actores políticos y sociales que cumplen un rol social de relevancia y disputan sentidos en el espacio público político.

Estudios como el de Orjuela-Córdoba (2019), dedicado al análisis de diez revistas científicas latinoamericanas –y las temáticas abordadas entre el 2006-2011–, permiten destacar que las tematizaciones más frecuentes tienen que ver con el impacto de la comunicación y las nuevas tecnologías, seguido por los estudios centrados en el vínculo entre comunicación y estrategias y los abordajes sobre identidad y cultura corporativa. Igual frecuencia se establece

respecto de las publicaciones sobre comunicación pública, comunicación organizacional y comunicación política. En lo que respecta a la comunicación organizacional de las ONG, los hallazgos que aquí se exhiben evidencian una presencia marginal de estudios que abordan la cuestión en revistas indizadas en la región de Latinoamérica: de las 101 publicaciones analizadas, apenas 23 revistas han dado espacio a la temática en la última década.

Por otro lado, se nota que el liderazgo de las publicaciones brasileñas se mantiene también en esta temática específica y vinculada a la producción de conocimiento sobre la comunicación organizacional de las ONG. Un rasgo llamativo es la presencia de mujeres firmantes en estudios que tratan el tema. Este dato es alentador en cuanto a la creciente participación femenina en la construcción de conocimiento.

Respecto a las categorías conceptuales que sustentan las reflexiones y los abordajes aplicados en las investigaciones consultadas, es llamativa la persistencia de terminología variada a la hora de referir a investigaciones ubicadas en el terreno de la comunicación organizacional, las relaciones públicas y la comunicación estratégica (Arzuaga-Williams, 2019). No obstante, se evidencia una creciente apelación a la comunicación estratégica como sustento teórico de muchos de los estudios consultados (Krohling-Kunsch, 2014).

En cuanto a los procedimientos y las técnicas de investigación utilizados, se evidencia que el bagaje experiencial y teórico respecto de la comunicación organizacional centrado en las ONG está aún en un proceso de desarrollo y consolidación, ya que el método de mayor presencia es el análisis documental y bibliográfico. Esto concuerda con lo afirmado por Barranquero y Adriana (2015) en un estudio realizado entre 2009-2013 sobre los artículos publicados en las revistas científicas de Comunicación de mejor ranking en el Índice H de Google Scholar. Allí se concluye que “sobresale la escasa presencia de estudios de corte empírico; más de la mitad de los artículos tienen forma de ensayos o reflexiones de carácter teórico o histórico” (2015, p. 44). Un hallazgo alentador es que también aparecen estudios que utilizan la metodología de análisis de casos para poder generar conocimiento respecto de la temática específica.

Sobre la base de lo desarrollado, puede concluirse que la producción científica latinoamericana sobre comunicación organizacional –enfocada específicamente en ONGs– está aún en un estado marginal. Así lo demuestra la presencia de ese tipo estudios en revistas indizadas en bases de datos que buscan garantizar la calidad y el acceso abierto de las investigaciones realizadas.

REFERENCIAS

- Acción (2014). *El rol de las ONG en América Latina. Los desafíos de un presente cambiante.*
Recuperado de: <http://accionag.cl/wp-content/uploads/2017/08/ROL-ONG-Latinoamerica.pdf>

- Arzuaga-Williams, M. (2019). Perspectivas latinoamericanas sobre el rol de los profesionales de la comunicación organizacional y las relaciones públicas. *Anagramas Rumbos y Sentidos de la Comunicación*, 17(34), 135-154. Recuperado de <https://bit.ly/3dIKYZZ>
- Barranquero, A. & Adriana, A. (2015). La producción académica sobre Comunicación, Desarrollo y Cambio Social en las revistas científicas de América Latina. *Signo y Pensamiento*, 34(67), 30-58. DOI: 10.11144/Javeriana.syp34-67.pacd
- Berry, J. (2003). *A voice for nonprofits*. Washington: Brooking Institutions Press.
- Bouzon, A. (2011). Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos. *Organicom*, 8(14), 13-28. Recuperado de <https://core.ac.uk/download/pdf/268367745.pdf>
- Burrell, G. & Morgan, G. (1979). *Sociological paradigms and organizational analysis*. London: Heinemann.
- Castillo-Espacia, A. & Castillero-Ostio, E. (2018). Revistas de comunicación en el Jorunal Citation Report (JCR). En González Alcaide, G., García Mirón, S. & Gayol González, A. (2018). *La Investigación actual y sus retos multidisciplinares* (pp. 71-86). Barcelona: Gedisa.
- Castillo-Espacia, A., Rubio-Moraga, Á. & Almansa-Martínez, A. (2012). La investigación en Comunicación. Análisis bibliométrico de las revistas de mayor impacto del ISI. *Revista Latina de Comunicación Social* (67), 248-270. DOI: 10.4185/RLCS-067-955-248-270
- Cordeiro, A. M., Oliveira G. M., Renteria, J. M. & Guimarães, C.A. (2007). Revisão sistemática: uma revisão narrativa. *Revista do Colégio Brasileiro de Cirurgiões*, 34(5), 428-431. DOI: 10.1590/S0100-69912007000600012
- Cuevas-Molano, E., Sánchez-Cid, M. & Matosas-López, L. (2019). Análisis bibliométrico de estudios sobre la estrategia de contenidos de marca en los medios sociales. *Comunicación y Sociedad*, e7441, 1-25. Recuperado de: <http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/index.php/comsoc/article/view/e7441>
- Della Porta, D. & Diani, M. (2006). *Social movements: an introduction*. Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- Diani, M. & Eyerman, R. (1992). *Studying collective action*, Londres: Sage Publications.
- Doerfel, M. & Gibbs, J. (2013). Field Research. In Putnam, L. & Mumby, D. (orgs), *The Sage Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research and Methods* (pp. 223-243). California: SAGE.
- Ferrari, M. (2003). Public Relations in Chile: Searching for Identity Amid Imported Models. In Sriramesh, K. & Verčič, D. (orgs.), *The Global Public Relations Handbook. Theory, Research, and Practice* (pp. 378 - 395). Nueva Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Ferrari, M. (2012). Comunicación y cultura: análisis de la realidad de las relaciones públicas

- en organizaciones chilenas y brasileñas. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (40), 47-64. Recuperado de: <https://bit.ly/2A7uYBZ>
- García-Montero, A. C., Aguaded, I. & Ferrés, J. (2017). Competencia mediática organizacional: una revisión sistemática de literatura científica en Web of Science. *Dixit*, (27), 74-87. DOI: <https://doi.org/10.22235/d.v0i27.1497>
- Jablin, F. & Putnam, L. (2001). *The new handbook of organizational communication. Advances in theory, research and methods*. California: Sage publications.
- Jordan, G. & Maloney, W. (1997). *The protest business? Mobilizing campaign*. Manchester: Manchester University Press.
- Kenneth A. & Edwards, B. (2004). Advocacy Organizations in the U.S. Political Process, *Annual Review of Sociology*, 30, 479-506.
- Krohling, M. (2011). Comunicação Organizacional e Relações Públicas: Perspectivas dos estudos Latino-Americanos. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 1(1), 69-96.
- Krohling-Kunsch, M. (2014). Comunicação Organizacional: contextos, paradigmas e abrangência conceitual. *Matrizes*, 8(2), 35-61. DOI: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i2p35-61>
- López-Ornelas, M., Osuna Lever, C. & Díaz López, K. (2017). Las revistas académicas de comunicación de acceso abierto en México. Retos y vicisitudes. *Revista Latina de Comunicación Social* (72), 475-499. DOI: 10.4185/RLCS-2017-1175
- Manucci, M. (2016). Management of Experiences: A Model for Designing Strategic Linkages. *Management Communication Quarterly*, 30(2), 249-255.
- Montilla-Peña, L. (2012). Análisis bibliométrico sobre la producción científica archivística en la Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe (Redalyc) durante el período 2001-2011. *Biblios* (48), 1-11. DOI: 10.5195/biblios.2012.65
- Mumby, D. & Putnam, L. (2013). Introduction: Advancing Theory and Research in Organizational Communication. In Putnam, L. & Mumby, D. (orgs.), *The SAGE Handbook of Organizational Communication. Advances in Theory, Research, and Methods* (pp.1-18). California: Sage.
- Muñoz-Márquez, L. (2014). A vueltas con las ONG: perspectivas teóricas sobre su papel en el proceso político. *Revista Mexicana de Análisis Político y Administración Pública* 3 (2), 275-296. Recuperado de: <https://bit.ly/35KtN7q>
- Nassar, P., de Farias, L. & Furlanetto, M. (2016). Cenário histórico das relações públicas no Brasil. *Organicom*, 13(24), 151-160. Recuperado de: <https://bit.ly/2WLavdN>
- Orjuela Córdoba, S. (2019). Entendiendo la comunicación en la organización a través de 10 revistas latinoamericanas. *Organicom*, 16(30), 152-163. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/268368101.pdf>
- Pérez, R. (2008). *Estrategias de comunicación*. Barcelona: Editorial Ariel.

Pérez, R. & Massoni, S. (2009). *Hacia una teoría general de la estratégica*. Barcelona: Ariel.

Preciado, A. (2013). The role of public relations in corporate social responsibility programs in the Colombian electricity sector. *Public Relations Review*, (39), 591-593. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2013.07.004>

Putnam, R. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*, Nueva York: Simon & Schuster.

Saladrigas-Medina, H. (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. *Revista Latina de Comunicación Social*, 8(60), 1-7. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81986008>

Sautu, R., Boniolo, P., Dalle, P. & Elbert, R. (2005). *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires: Clacso.

Vassallo de Lopes, M. (2014). Mediação e recepção. Algumas conexões teóricas e metodológicas nos estudos latinoamericanos de comunicação. *Matrizes*, 8(1), 65-80. DOI: [10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80](https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v8i1p65-80)

Verón, E. (2013). *La semiosis social, 2. Ideas, momentos, interpretantes*. Buenos Aires: Paidós.

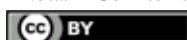
Vidales, C. (2015). Historia, teoría e investigación de la comunicación. *Comunicación y Sociedad* (23), 11-43. DOI: <https://doi.org/10.32870/cys.v0i23.60>

Walker, J. (1983). The origins and maintenance of interest groups in America, *The American Political Science Review*, 77(2), 390-406.

Zimmer, A. & Freise, M. (2008). Bringing Society Back In: Civil Society, Social Capital, and Third Sector. In Maloney, W. y Van Deth (eds.): *Civil Society and Governance in Europe* (pp. 19-42). Cheltenham: Edward Elgar.

* Contribución: 100% de la autora.

* Nota: El Comité Editorial de la revista aprobó la publicación del artículo.



Artículo publicado en acceso abierto bajo la Licencia Creative Commons-Attribution 4.0 International (CC BY 4.0).

IDENTIFICACIÓN DE LA AUTORA

Leticia Quintana Pujalte. Doctora (Cand.) en Interuniversitario en Comunicación y Magister en Gestión Estratégica e Innovación en la Comunicación, Universidad de Málaga (España). Licenciada en Comunicación Social, Universidad Nacional del Nordeste (Argentina). Investigadora visitante, Programa de Nuevos medios y cultura digital, Universidad de Utrecht (Holanda).