

ESCUCHANDO LO SILENCIADO
EXPLORAR Y APRENDER CON
LAS POBLACIONES, ORGANIZACIONES
Y PROBLEMÁTICAS INVISIBILIZADAS



MEMORIAS

**Tercer Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación
en Comunicación Organizacional (RedLAcO)**
**“Escuchando lo silenciado: Explorar y aprender con las poblaciones,
organizaciones y problemáticas invisibilizadas”**

en el marco del XVI Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores
de la Comunicación (ALAIC)

**Terceiro Encontro da Rede Latino-americana de Pesquisa em
Comunicação Organizacional (RedLAcO)**
**"Escutando os silenciados: Explorar e aprender com populações,
organizações e questões invisíveis".**

no âmbito do XVI *Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de
la Comunicación* (ALAIC)

COORDINACIÓN / COORDENAÇÃO

Alejandro Álvarez-Nobell, Universidad de Málaga, España

Mónica Arzuaga-Williams, Universidad Católica del Uruguay, Uruguay

Griselda Guillén, Universidad Autónoma, Baja California, México

Gabriela Pagani, Universidad del Salvador, Argentina

Consuelo Vásquez Donoso, Universidad de Quebec, Montreal, Canadá

Cómo citar:

Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO). (2022). *Memorias del Tercer Encuentro de la Red Latinoamericana de Investigación en Comunicación Organizacional (RedLAcO): Escuchando lo silenciado: Explorar y aprender con las poblaciones, organizaciones y problemáticas invisibilizadas*. Universidad Católica del Uruguay. <https://redlaco.org/publicaciones/>

Introducción/Introdução

En el marco del XVI Congreso ALAIC, se realizó el 1^{er} de octubre 2022 en modo virtual el tercer encuentro de la RedLAcO dirigiendo la mirada hacia poblaciones, organizaciones y problemáticas que han sido y siguen siendo silenciadas.

Este tercer Encuentro tuvo como objetivo generar diálogo entre investigadoras, investigadores, docentes, profesionales y estudiantes de posgrado latinoamericanos estudiosos de la comunicación organizacional sobre la temática de lo silenciado para privilegiar, como en los encuentros previos, una actitud de escucha.

Escuchar lo silenciado es una invitación a abrir espacios de discusión desde los márgenes para voces, temáticas, saberes otros que los usualmente debatidos en la academia. La investigación latinoamericana está bien posicionada para hablar desde estos espacios alternativos de subalternidad. Los trabajos en comunicación organizacional desde la región son un gran aporte en este sentido.

Este diálogo se realizó a partir de los siguientes tres ejes temáticos:

1. Poblaciones silenciadas: Mujeres, disidentes, personas de la tercera edad, migrantes, comunidades indígenas, entre otros, han sido sistemáticamente discriminados en nuestras sociedades. Las organizaciones no escapan a esta dinámica: empleos precarios, inestabilidad laboral, acceso discriminatorio, explotación, invisibilización y desvalorización de experiencias y saberes. Estas discriminaciones e inequidades se perpetúan incluso en programas de

No âmbito do XVI Congresso ALAIC 2022 foi realizado em 1 de outubro de 2022, de maneira virtual, o terceiro encontro da RedLAcO, direcionando um olhar para as populações, organizações e problemáticas que foram e continuam a ser silenciadas.

O objetivo desta terceira reunião era de gerar diálogo entre pesquisadores, professores, profissionais e alunos de pós-graduação latino-americanos que estudam comunicação organizacional, com a temática dos silenciados, priorizando, como nos encontros anteriores, uma atitude de escuta.

Escutar os silenciados é um convite para abrir espaços de discussão das margens para vozes, temas, saberes diferentes daqueles usualmente debatidos na academia. A pesquisa latino-americana está bem posicionada para falar desses espaços alternativos de subalternidade. Os trabalhos de comunicação organizacional da região são uma grande contribuição nesse sentido.

Este diálogo foi conduzido com base nos três eixos temáticos seguintes:

1. Populações silenciadas: Mulheres, dissidentes, pessoas da terceira idade, migrantes, comunidades indígenas, entre outros, têm sido sistematicamente discriminados em nossas sociedades. As organizações não escapam a esta dinâmica: empregos precários, instabilidade laboral, acesso discriminatório, exploração, invisibilidade e desvalorização de experiências e conhecimentos. Essas discriminações e desigualdades se perpetuam mesmo em programas de inclusão e diversidade ou de

inclusión y diversidad o de desarrollo local y de emprendimiento. Estas situaciones traen consigo serios problemas de salud física y mental, de integración socioeconómica, de autoestima, y que contribuyen a la brecha entre privilegiados y minorías, así como al quiebre del vínculo social ¿Cuáles son los impactos de estas formas de discriminación? ¿Qué lugar y voz tienen estas minorías en nuestras organizaciones? ¿Cómo se organizan? ¿Qué procesos organizativos podemos implementar para escucharlas y dignificarlas?

2. Organizaciones silenciadas: El modelo organizacional privilegiado tanto en la práctica como en la academia ha sido el de la empresa privada. Los discursos, estrategias, valores e ideologías del sector privado, principalmente basado en la eficiencia y la desempeño, han impregnado el sector público y el de las organizaciones sin fines de lucro. ¿Y si invirtiéramos la lógica? ¿Qué podemos aprender de organizaciones del tercer sector, de aquellas de la sociedad civil, de los gremios, de las organizaciones territoriales y locales? ¿Qué modelo de comunicación nos ofrecen estos modos de organización para recrear la empresa? ¿Cómo podemos desde la academia acompañar a estas organizaciones en la implementación de estrategias y prácticas de comunicación organizacional que respeten sus valores y procesos organizativos?

3. Problemáticas silenciadas: La investigación en comunicación organizacional en Latino América ha privilegiado ciertas perspectivas (funcionalista-sistémicas), modelos de comunicación (informacional y mecanicista), tipos de organizaciones (privadas) y por ende problemáticas que se

desenvolvimiento local e emprendedorismo. Essas situações trazem consigo sérios problemas de saúde física e mental, de integração socioeconômica, de auto-estima, e que contribuem para o distanciamento entre os privilegiados e as minorias, bem como para a ruptura do vínculo social. Quais são os impactos dessas formas de discriminação? Que lugar e voz essas minorias têm em nossas organizações? Como eles estão organizados? Que processos organizacionais podemos implementar para ouvi-los e dignificá-los?

2. Organizações silenciadas: O modelo organizacional privilegiado tanto no mercado quanto na academia tem sido o da empresa privada. Os discursos, as estratégias, os valores e as ideologias do setor privado, baseados principalmente na eficiência e no desempenho, têm permeado o setor público e as organizações sem fins lucrativos. E se invertermos a lógica? O que podemos aprender com as organizações do terceiro setor, da sociedade civil, sindicatos, organizações territoriais e locais, etc.? Que modelo de comunicação esses modos de organização nos oferecem para recriar a empresa? Como podemos, da academia, acompanhar essas organizações na implementação de estratégias e práticas de comunicação organizacional que respeitem seus valores e processos organizacionais?

3. Problemáticas silenciadas: A pesquisa em comunicação organizacional na América Latina tem privilegiado certas perspectivas (funcionalista-sistêmica), modelos de comunicação (informacional e mecanicista), tipos de organizações (privadas) e, portanto, problemas que focam no desenvolvimento de práticas de comunicação eficazes. Essa tendência também é encontrada em

enfocan hacia el desarrollo de prácticas comunicacionales eficaces en pro de la eficiencia organizacional. Esta tendencia se encuentra también en investigaciones de corte más interpretativo que si bien enfatizan las relaciones y los procesos simbólicos no cuestionan esta orientación. Paralelamente hemos sido testigos de un “grito del alma” de la Tierra y del “despertar” de nuestros países que piden mayor inclusión y equidad, un consumo sostenible, paz y justicia, transparencia y calidad democrática, bienestar en el trabajo, y acogida al migrante, preocupaciones válidas que merecen nuestra atención. ¿Qué temas y problemáticas deberíamos atender? ¿Cómo identificarlas, estudiarlas, compartirlas? ¿Qué rol debería tener la academia en la valorización de estas problemáticas silenciadas?

Este documento resume las discusiones de cada eje y con base en ello ofrece una agenda de investigación para la comunicación organizacional latinoamericana.

pesquisas mais interpretativas que, embora enfatizem relações e processos simbólicos, não questionam essa orientação. Ao mesmo tempo, temos sido testemunhas de um "grito da alma" da Terra e ao "despertar" dos nossos países que pedem maior inclusão e equidade, consumo sustentável, paz e justiça, transparência e qualidade democrática, bem-estar no trabalho e acolhimento ao migrante, preocupações válidas que merecem a nossa atenção. Que questões e problemas devemos abordar? Como identificá-los, estudá-los, compartilhá-los? Que papel a academia deve ter na valorização dessas problemáticas silenciadas?

Este documento resume as discussões de cada eixo e, com base nisso, oferece uma agenda de pesquisa para a comunicação organizacional latino-americana.

EJE 1- MESA 1/ EIXO 1- MESA 1 **Poblaciones silenciadas/ Populações** **silenciadas**

Coordinadora/Coordenadora: Consuelo Vásquez Donoso (UQAM, Canadá)
Asistente de coordinación/Assistente de coordenação: Belen Echevarria (UCASAL
Argentina)

Ponentes/Expositores:

Márcio Simeone Henriques (Universidade Federal de Minas Gerais UFMG, Brasil)
Marlene Pereira Machado (Universidade Federal de Minas Gerais UFMG, Brasil)
Cecilia Claro (Universidad de los Andes, Chile)
Claudia Labarca (Pontificia Universidad Católica de Chile)
Consuelo Vásquez Donoso (UQAM, Canadá)
Suzana Assis Bandeira de Melo (Universidade de São Paulo, Brasil)
Maria Aparecida Ferrari (Universidade de São Paulo, Brasil)
Gabriela Pagani (Universidad del Salvador, Argentina)
Cristina Gabarito Campos (Collège de Rosemont, Canadá)
Damaris Ramírez Bernate (Universidad de Medellín, Colombia)
Pedro Felipe Díaz Arenas (Universidad del Quindío, Colombia)

Preguntas disparadoras: ¿Cuáles son los impactos de estas formas de discriminación? ¿Qué lugar y voz tienen estas minorías en nuestras organizaciones? ¿Cómo se organizan? ¿Qué procesos organizativos podemos implementar para escucharlas y dignificarlas?

Perguntas mobilizadoras: *Quais são os impactos dessas formas de discriminação? Que lugar e voz essas minorias têm em nossas organizações? Como estão organizadas? Que processos organizacionais podemos implementar para ouvi-las e dignificá-las?*

Gran parte de la conversación en la Mesa 1 se concentró sobre temas metodológicos. Las y los ponentes destacaron el uso de metodologías cualitativas para el estudio de temas relativos a las poblaciones silenciadas, pero también se vio la contribución de métodos mixtos, especialmente para el análisis de discursos en medios escritos, como en la prensa o documentos institucionales.

Se destacó también el desarrollo de metodologías horizontales en las cuales se cuestiona y transforma la relación

Grande parte da conversa na Mesa 1 concentrou-se em questões metodológicas. Os palestrantes destacaram o uso de metodologias qualitativas para o estudo de questões relacionadas a populações silenciadas, mas também a contribuição de métodos mistos, especialmente para a análise de discursos na mídia escrita, como na imprensa ou em documentos institucionais.

O desenvolvimento de metodologias horizontais também foi destacado, no qual a relação tradicionalmente adotada entre o

tradicionalmente adoptada entre la personas investigadora y las poblaciones silenciadas. En vez de una relación de extractivismo o de instrumentalización de estas poblaciones, se busca generar una relación de colaboración, que se apoya en el establecimiento de una relación de confianza.

Dentro de las investigaciones presentadas, se destacaron los estudios de tipo etnográfico y metodologías inspiradas por estudios de terreno (como las entrevistas y las observaciones). Estos estudios presentan desafíos particulares en cuanto al acceso y al establecimiento de una relación de confianza.

Respecto del tipo de poblaciones investigadas en las ponencias compartidas en esta mesa se destacan: las comunidades afectadas por represas, comunidades indígenas, inmigrantes, expatriados, y comunidades LGBTIQ.

Las y los ponentes también se refirieron al tipo de producciones que se deberían generar sobre estos temas para alcanzar una mayor cobertura. Además de las tradicionales producciones académicas se enfatizó sobre el desarrollo de proyectos de extensión y otras producciones alternativas como ebooks, podcasts, videos.

Finalmente, las y los ponentes de la mesa 1 se cuestionaron con respecto al tema de la voz, recordando la pregunta de Gayatri Spyvac: ¿Puede la persona subalterna hablar?

De esta pregunta se dibujan otras interrogaciones: ¿Desde dónde vemos a esas personas? Se encuentran silenciadas o son participantes activos? ¿Cómo incluimos a las minorías en nuestros equipos de investigación? ¿Qué rol y lugar les damos a

pesquisador e as populações silenciadas é questionada e transformada. Ao invés de uma relação de extrativismo ou instrumentalização dessas populações, o objetivo é gerar uma relação de colaboração, baseada no estabelecimento de uma relação de confiança.

Entre as pesquisas apresentadas, foram destacados estudos etnográficos e metodologias inspiradas em estudos de campo (tais como entrevistas e observações). Estes estudos apresentam desafios particulares em termos de acesso e de construção de confiança.

Quanto ao tipo de populações pesquisadas nos trabalhos compartilhados nesta mesa, destacam-se: comunidades afetadas por barragens, comunidades indígenas, imigrantes, expatriados e comunidades LGBTIQ.

Os palestrantes também se referiram ao tipo de produções que deveriam ser geradas sobre estas questões a fim de conseguir uma maior cobertura. Além das produções acadêmicas tradicionais, eles destacaram o desenvolvimento de projetos de extensão Universitária e outras produções alternativas, como livros eletrônicos, podcasts, vídeos.

Finalmente, os expositores da mesa 1 se questionaram sobre a questão da voz, lembrando a pergunta de Gayatri Spyvac: a pessoa subalterna pode falar?

Esta pergunta levantou outras questões: De qual lugar olhamos essas pessoas? Estão silenciadas ou são participantes ativos? Como incluir as minorias em nossas equipes de pesquisa? Que papel e lugar damos a essas vozes silenciadas na academia? Como

esas voces silenciadas en la academia? ¿Cómo representamos esas voces, cómo las silenciamos?

representamos esas voces, como as
silenciamos?

EJE 1- MESA 1/ EIXO 1- MESA 2

Poblaciones silenciadas/ Populações silenciadas

Coordinadora/Coordenadora: Maria Livia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Asistente de coordinación/Assistente de coordenação: Florencia Salgado (UCES, Argentina)

Ponentes/Expositores:

Carolina A. Carbone (Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina)
Luz Canella Tsuji (Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina)
Alan Facundo Retamar (Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina)
Milene Rocha Lourenço Leitzke (Universidade de São Paulo, ECA/USP, Brasil)
Maria Aparecida Ferrari (Universidade de São Paulo, ECA/USP, Brasil)
Gabriela Rabello de Lima (UQAM, Canadá)
Griselda Guillén Ojeda (Universidad Autónoma de Baja California, México)
Ana María Vázquez Espinoza (Universidad Autónoma de Baja California, México)
Nina Alejandra Martínez Arellano (Universidad Autónoma de Baja California, México)
Luís Carlos da Silva (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)
Karla Cristiane de Oliveira Marcone (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)
Maria Livia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)
Mónica Marión Cataño Otálora (Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia)

Preguntas disparadoras: ¿Cuáles son los impactos de estas formas de discriminación? ¿Qué lugar y voz tienen estas minorías en nuestras organizaciones? ¿Cómo se organizan? ¿Qué procesos organizativos podemos implementar para escucharlas y dignificarlas?

Perguntas mobilizadoras: *Quais são os impactos dessas formas de discriminação? Que lugar e voz essas minorias têm em nossas organizações? Como estão organizadas? Que processos organizacionais podemos implementar para ouvi-las e dignificá-las?*

En los intercambios de la Mesa 2 se destacó la influencia del pensamiento colonial en nuestras investigaciones. Al respecto las y los ponentes concordaron que el Sur Global tiene una capacidad intelectual que muchas veces no aprovechamos, porque se suele destacar los autores del Norte Global.

Se destacaron también los sesgos en la investigación al momento de estudiar

Nos intercâmbios da Mesa 2, foi destacada a influência do pensamento colonial em nossas pesquisas. A este respeito, os palestrantes concordaram que o Sul Global tem uma capacidade intelectual que muitas vezes não aproveitamos, porque os autores do Norte Global são frequentemente destacados.

Foi destacado, também, os vieses na investigação, durante os estudos em

poblaciones silenciadas. Por ejemplo, cuando pensamos en mujeres empresarias, sesgamos demasiado por género, clase social, etnia, religión, etc. En Brasil, por ejemplo, el 54% de la población se declara negra, y aun así no hay equidad. En la cuestión indígena hay una discriminación por parte de la sociedad en general y, por cierto, las instituciones que deberían servir a sus causas tampoco logran los roles de manera suficiente.

Las y los ponentes propusieron algunas pistas para la investigación en este tema :

- Dar la voz a quienes no la tienen;
- Estudiar y utilizar nomenclaturas apropiadas;
- Pensar qué podemos hacer como profesionales y personas;
- Seguir investigando, intentar entender a los marginados, que se sientan cómodos/o;
- Reciprocidad, no solo tomar teorías de afuera porque hay veces que es difícil;
- Que se adapte a América latina;
- No quitarles los saberes a las comunidades, para que las comunidades también se nutran de nuestros conocimientos.

Se concluye con una nota de esperanza : Con la comunicación generamos visibilidad.

populações silenciadas.. Por exemplo, quando pensamos em mulheres empreendedoras, enviesamos demais por gênero, classe social, etnia, religião, etc. No Brasil, por exemplo, 54% da população se declara negra e ainda assim não há equidade. Quanto à população indígena, além do preconceito da sociedade em geral, é notório que as instituições que se dispõem à causa também não cumprem seus papéis de forma suficiente.

Os palestrantes propuseram algumas pistas de pesquisa sobre esta questão:

- Dar voz aos sem voz;
- Estudar e utilizar nomenclaturas apropriadas;
- Pensar no que podemos fazer como profissionais e como indivíduos;
- Continuar fazendo pesquisas, tentando entender os marginalizados, fazendo-os se sentir confortáveis;
- Reciprocidade, não só aceitar teorias de fora porque às vezes é difícil adaptá-las à América Latina;
- Adaptá-las à América Latina;
- Não tirar o conhecimento das comunidades, para que estas também possam ser alimentadas por nosso conhecimento.

Concluimos com uma nota esperançosa: através da comunicação, geramos visibilidade.

EJE 2- MESA 3/ EIXO 2- MESA 3

Organizaciones silenciadas/ Organizações silenciadas

Coordinadores/Coordenador: João José Azevedo Curvello (Universidade de Brasília, Brasil)
y Ana Almansa-Martínez (Universidad de Málaga, España)

Asistente de coordinación/Assistente de coordenação: Narella Ibarra (UCES, Argentina)

Ponentes/Expositores:

Caroline Delevati Colpo (Universidad Federal da Paraíba, Brasil)
Isadora Pricila Jácome Ramalho (Universidad Federal da Paraíba, Brasil)
Sonia-Aránzazu Ferruz González (Universidad Internacional de la Rioja, España)
José Catenachi (Universidad Central, Chile)
Cecilia Claro M (Universidad de los Andes, Chile).
José Alberto Rodríguez Robledo (Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México)
Julio César Contreras Manrique (Colegio de San Luis, México)
Antonio Castillo Esparcia (Universidad de Málaga, España)
Andrea Moreno (Universidad de Málaga, España)
Elizabet Castillero (Universidad de Málaga, España)
Ana Almansa-Martínez (Universidad de Málaga, España)
Sara López-Gómez (Universidad de Málaga, España)

Preguntas disparadoras: ¿Y si invirtiéramos la lógica que parte del sector privado hacia el público y el tercer sector? ¿Qué podemos aprender de organizaciones del tercer sector, de aquellas de la sociedad civil, de los gremios, de las organizaciones territoriales y locales? ¿Qué modelo de comunicación nos ofrecen estos modos de organización para recrear la empresa? ¿Cómo podemos desde la academia acompañar a estas organizaciones en la implementación de estrategias y prácticas de comunicación organizacional que respeten sus valores y procesos organizativos?

Perguntas mobilizadoras: *E se invertermos a lógica do setor privado para o setor público e o terceiro setor? O que podemos aprender com as organizações do terceiro setor, da sociedade civil, sindicatos, organizações territoriais e locais e outros? Que modelo de comunicação esses modos de organização nos oferecem para recriar a empresa? Como podemos, da academia, acompanhar essas organizações na implementação de estratégias e práticas de comunicação organizacional que respeitem seus valores e processos organizacionais?*

Las y los ponentes coincidieron en la influencia de la formación en comunicación institucional desde las empresas. Esto lleva a las organizaciones de la sociedad civil a tomar los modelos de comunicación de las

Os palestrantes concordaram sobre a influência do treinamento em comunicação institucional das empresas. Isto leva as organizações da sociedade civil a pegar

organizaciones para aplicarlos a las organizaciones del 3er sector.

Se destaca también cómo se ha establecido un cierto nivel de profesionalismo en la comunicación de las organizaciones del 3er sector. Con las mismas herramientas que las organizaciones comerciales pueden generar (quizás con lagunas) un buen nivel de comunicación.

Se insistió que “hay vida más allá de las empresas” y que si bien los movimientos sociales pueden no tener los mismos recursos que las empresas, necesitan de la comunicación tanto y más.

La mesa también se interrogó sobre la definición misma de “organizaciones silenciadas”: ¿debemos reforzar el discurso neoliberal sobre las organizaciones que no están institucionalizadas? El caso de organizaciones feministas que tienen una presencia comunicacional mucho más activa que muchas empresas privadas fue dado como ejemplo.

Otro ejemplo discutido fue el de Greenpeace que nos recuerda que “las organizaciones del 3er sector retoman ese sentido original de comunicación, unirnos, lo que es diferenciador”.

Finalmente se subrayó que estas interrogaciones pueden también entenderse como una provocación para la academia, que también contribuye al silenciamiento al dedicar poca atención a la comunicación que se produce en los

modelos de comunicação das organizações e aplicá-los às organizações do terceiro setor.

Se destaca, também, como foi estabelecido um certo nível de profissionalismo na comunicação das organizações do terceiro setor. Com as mesmas ferramentas que as organizações comerciais podem gerar (talvez com lacunas) um bom nível de comunicação.

Foi enfatizado que "há vida além das empresas" e que, embora os movimentos sociais possam não ter os mesmos recursos que as empresas, eles precisam de tanto ou mais da comunicação.

O painel também questionou a própria definição de "organizações silenciadas": devemos reforçar o discurso neoliberal sobre organizações que não estão institucionalizadas? O caso das organizações feministas que têm uma presença de comunicação muito mais ativa do que muitas empresas privadas foi dado como exemplo.

Outro exemplo discutido foi o do Greenpeace, que nos lembra que "as organizações do 3º setor assumem este sentido original de comunicação, unindo-nos, o que é diferenciador".

Finalmente, foi destacado que estes questionamentos também podem ser entendidos como uma provocação para a academia, que também contribui para o silenciamento ao dedicar pouca atenção à

movimientos sociales, organizaciones civiles y políticas. Se destacó además que existe todo un nuevo sector que el área económica denomina organizaciones de impacto social (híbridas, entre fines lucrativos y fines sociales), en el que la comunicación aún opera predominantemente a través del sesgo unidireccional.

comunicação que ocorre nos movimentos sociais, organizações civis e políticas. Também foi apontado que existe um setor totalmente novo que o campo econômico denomina de organizações de impacto social (híbridos, entre fins lucrativos e sociais), nos quais a comunicação ainda opera predominantemente através de um viés de sentido único.

EJE 3- MESA 4/ EIXO 3- MESA 4

Problemáticas silenciadas/ Problemáticas silenciadas

Coordinadora/Coordenadora: Ana Inés Pepe Arias (Universidad Católica del Uruguay)
Asistente de coordinación/Assistente de coordenação: Isadora Ramalho (UFPB)

Ponentes/Expositores:

Sonia García Oñate (Universidad Externado de Colombia)
Paulina Bravo Maggi (Pontificia Universidad Católica de Chile)
Hilda Gabriela Hernández Flores (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP, México)
Adriana De Uriarte Kuri (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP, México)
Flor de Liz Mendoza Ruiz (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP, México)
Ana María Suárez Monsalve (Universidad de Medellín, Colombia)
Mónica Arzuaga-Williams (Universidad Católica del Uruguay)
Ana Inés Pepe Arias (Universidad Católica del Uruguay)
Matías Gómez Balarini (Universidad Católica del Uruguay)

Preguntas disparadoras: ¿Qué temas y problemáticas deberíamos atender? ¿Cómo identificarlas, estudiarlas, compartirlas? ¿Qué rol debería tener la academia en la valorización de estas problemáticas silenciadas?

Perguntas mobilizadoras: Que questões e problemas devemos abordar? Como identificá-los, estudá-los, compartilhá-los? Que papel a academia deve ter na valorização dessas problemáticas silenciadas?

El intercambio en la mesa 4 « Problemáticas silenciadas » estuvo atravesado por la temática de género, en la que varios proyectos ponían el foco. Se compartieron incluso proyectos más allá de los traídos para este encuentro, con el mismo foco, en los que las y los ponentes estaban trabajando.

De allí que una de las conclusiones de esta mesa es que se pueden y se tienen que generar otros encuentros, más allá de estos bianuales, en los que se pueda focalizar en las investigaciones para comparar, acumular, consolidar y generar propuestas.

Si bien otras temáticas presentadas no tenían específicamente el foco en

O intercâmbio na mesa redonda 4, "Problemas silenciados", foi marcado pela questão de gênero, que foi o foco de vários projetos. Houve até mesmo uma partilha de projetos além daqueles trazidos para esta reunião, com o mesmo foco, sobre os quais os palestrantes estavam trabalhando.

Assim, uma das conclusões desta mesa é que outras reuniões podem e devem ser realizadas, além destas bianuais, nas quais a pesquisa pode ser colocada em prática para comparar, acumular, consolidar e gerar propostas.

Embora outros temas apresentados não focassem especificamente questões de

problemáticas de equidad e igualdad (términos abordados desde diferentes miradas y conceptualizaciones en los diferentes países) sino en transparencia, transformación o representación, las distintas investigaciones tenían también puntos de encuentro y de cruce. Por ejemplo en el análisis de discursos, no solo discursos masculinos, femeninos, feministas, también organizacionales, también territoriales o visuales. Esto lleva a reforzar la misma idea de que hay mucho terreno para potenciarse unos a otros en estas investigaciones y generar proyectos más ricos y robustos.

equidade e igualdade (termos abordados a partir de diferentes perspectivas e conceitualizações em diferentes países), mas sim de transparência, transformação ou representação, os diferentes projetos de pesquisa também tinham pontos de convergência e cruzamento. Por exemplo, na análise dos discursos, não apenas discursos masculinos, femininos, feministas, organizacionais, territoriais ou visuais. Isto leva a reforçar a ideia de que há muito espaço para fortalecer uns aos outros nesta pesquisa e gerar projetos mais ricos e mais poderosos.

EJE 3- MESA 5/ EIXO 3- MESA 5

Problemáticas silenciadas/ Problemáticas silenciadas

Coordinadora/ Coordenadora: Larissa Conceição dos Santos (ECA-USP/ Universidade Federal do Pampa, Brasil)

Asistente de coordinación/ Assistente de coordenação: Julieta Pittilini (UAI, Argentina)

Ponentes/Expositores:

Larissa Conceição dos Santos (ECA-USP/ Universidade Federal do Pampa, Brasil)

Alejandro Álvarez-Nobell (Universidad de Málaga, España)

María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España)

Isabel Ruiz-Mora (Universidad de Málaga, España)

Lucas Nogueira-Universidade Federal da Integração Latino-Americana, UNILA, Brasil),

Gabriela Rabello de Lima (UQAM, Canadá)

Consuelo Vásquez Donoso (UQAM, Canadá)

Luis Antonio Aguilar Ramírez (UNAM - FES Acatlán, México)

Preguntas disparadoras: ¿Qué temas y problemáticas deberíamos atender? ¿Cómo identificarlas, estudiarlas, compartirlas? ¿Qué rol debería tener la academia en la valorización de estas problemáticas silenciadas?

Perguntas mobilizadoras: *Que questões e problemas devemos abordar? Como identificá-los, estudá-los, compartilhá-los? Que papel a academia deve ter na valorização dessas problemáticas silenciadas?*

La Mesa 5 se propuso discutir sobre los temas, perspectivas y metodologías silenciadas en la Comunicación Organizacional.

A Mesa 5 se propôs a discutir as questões, perspectivas e metodologias silenciadas na Comunicação Organizacional.

Además, problematizamos acerca de las personas y personajes silenciados en las investigaciones, la dificultad de identificación de las y los investigadores en CO en los diferentes territorios y la necesidad de repensar las perspectivas desde las cuales observamos el campo, considerando, por ejemplo, los enfoques decoloniales.

Além disso, problematizamos as pessoas e os personagens silenciados nas pesquisas, a dificuldade de identificação das e dos pesquisadores em CO nos diferentes territórios e a necessidade de repensar as perspectivas a partir das quais observamos o campo, considerando, por exemplo, as abordagens decoloniais.

Reflexionamos también sobre la diversidad de personas y de temas existentes que se encuentran invisibilizados en los estudios de Comunicación Organizacional, sobre todo en Latinoamérica, frente a la hegemonía anglosajona.

Entre los principales comentarios se encuentran, “la dificultad de integración” y la “ausencia de diversidad de agenda”.

Finalmente, llegamos a la conclusión de que debemos repensar las prácticas y construir la CO desde nuestras realidades.

Também refletimos sobre a diversidade de pessoas e questões que são invisibilizadas nos estudos de Comunicação Organizacional, especialmente na América Latina, diante da hegemonia anglo-saxônica.

Entre os principais comentários estavam "a dificuldade de integração" e a "falta de diversidade de agenda".

Finalmente, chegamos à conclusão de que devemos repensar as práticas e construir a CO a partir de nossas realidades.

Conclusiones y Agenda programática / Conclusões e Agenda programática

Las conversaciones en los tres ejes y la relatoría del encuentro nos llevan a proponer las siguientes orientaciones para el desarrollo de la investigación de la comunicación organizacional en América Latina.

- Alzar la voz desde la academia y denunciar las prácticas que silencian a las poblaciones, organizaciones y temáticas silenciadas.
- Descolonizar las prácticas académicas, partiendo por valorar el conocimiento que se desarrolla en el sur global, y no sólo en el ámbito académico. Se invita también a desarrollar una mirada crítica sobre nuestros trabajos y las maneras en las cuales participamos para silenciar poblaciones, organizaciones y temáticas.
- Buscar otras formas de producir conocimiento (por ejemplo, desarrollando metodologías horizontales, o generando otros marcos teóricos) y de compartir y difundir el conocimiento (por ejemplo, a través de proyectos de extensión)
- Construir grupos de investigación desde el Sur y entre los Sures y generar espacio de debate académico : unirse, ayudarse, accionar, relacionarse, para generar otro tipo de redes y motivar para sacar aquellos que se encuentran silenciados.
- Actuar con las comunidades : registrar casos, apoyar

As conversas sobre os três eixos e o relatório da reunião nos levam a propor as seguintes orientações para o desenvolvimento da pesquisa em comunicação organizacional na América Latina.

- Levantar a voz da academia e denunciar práticas que silenciam populações, organizações e questões silenciadas.
- Descolonizar as práticas acadêmicas, começando pela valorização do conhecimento que é desenvolvido no sul global e não apenas na esfera acadêmica. Também somos convidados a desenvolver um olhar crítico sobre nosso trabalho e as formas pelas quais participamos do silenciamento de populações, organizações e temáticas.
- Buscar outras formas de produzir conhecimento (por exemplo, desenvolvendo metodologias horizontais ou gerando outros marcos teóricos) e de compartilhar e disseminar conhecimento (por exemplo, através de projetos de extensão).
- Construir grupos de pesquisa do Sul e entre os do Sul e gerar espaço para o debate acadêmico: unir-se, ajudar uns aos outros, agir, relacionar-se, gerar outros tipos de redes e motivar a trazer à tona aqueles que estão silenciados.
- Agir junto às comunidades: registrar casos, apoiar organizações e grupos a fim de poder acompanhar as mudanças.

organizaciones y grupos para poder acompañar los cambios.

- Salir de la academia y recibir otros conocimientos.

- Para sair da academia e receber outros conhecimentos.

Anexo
Resúmenes de las ponencias
Anexo
Resumos das apresentações

EJE 1- MESA 1/ EIXO 1- MESA 1

Poblaciones silenciadas/ Populações silenciadas

Interações comunicacionais em Itabira em função da expectativa de dois acontecimentos: o rompimento de barragens de rejeitos e a exaustão das minas de minério de ferro

Márcio Simeone Henriques y Marlene Pereira Machado (Universidade Federal de Minas Gerais UFMG, Brasil)

Contacto : simeone@ufmg.br

Este trabalho faz parte de uma pesquisa de doutoramento e busca compreender a expectativa de dois acontecimentos na cidade de Itabira, localizada a 105 quilômetros de Belo Horizonte, Minas Gerais, Brasil: a exaustão das minas de minério de ferro e o rompimento de barragens de rejeitos. A expectativa desses acontecimentos, que se inserem na dimensão do vir a ser, mudou a rotina do município. Terra do poeta Carlos Drummond de Andrade e berço da mineradora Vale, Itabira vive agora sob a perspectiva do risco: risco de o minério de ferro se exaurir, pondo fim à sua principal atividade econômica, e de uma de suas barragens romper, gerando danos incalculáveis. São acontecimentos que ainda não ocorreram, mas o estudo visa discutir e evidenciar como a mera expectativa forma e movimenta públicos, os leva à fala e à ação e os orienta numa experiência coletiva.

Com temporalidades distintas, essas duas expectativas de possíveis acontecimentos se configuram como uma experiência muito significativa em termos não somente individuais, mas numa dimensão coletiva. A iminência do esgotamento das minas e a possibilidade de rompimento de barragens estão presentes na rotina da cidade e exigem um aprendizado para conviver com esses conflitos, que tensionam a relação entre a empresa mineradora, o poder público e a sociedade. Em ambos os casos, os itabiranos só se deram conta de suas vulnerabilidades após três acontecimentos marcantes: o rompimento das barragens de contenção de rejeitos de minério de ferro de Fundão, em Mariana, em 2015, e da Barragem B1, em Brumadinho, em 2019, e a divulgação de 2028 como a data prevista para a exaustão das minas da cidade, conforme relatório enviado pela empresa Vale à Comissão de Valores Mobiliários dos Estados Unidos. São riscos inerentes à mineração, mas que até recentemente não faziam parte das preocupações rotineiras da comunidade.

Cercada por 15 barragens, cerca de 18 mil dos 121 mil habitantes de Itabira vivem na área de risco e poderão ser alcançados pela lama de rejeitos no caso de rompimento de uma das principais barragens da Vale em questão de minutos. Por outro lado, aproxima-se a data de encerramento da operação minerária sem que o município tenha diversificado sua economia. Os itabiranos temem que Itabira se transforme em uma cidade fantasma, sem emprego e desenvolvimento, caso não encontre uma saída para substituir a mineração. Hoje, 85% da receita municipal tem origem na cadeia produtiva da mineração.

A iminência de esgotamento das minas e a probabilidade de rompimento de barragens estão presentes na rotina da sociedade e exigem um aprendizado para conviver com essas expectativas e com os conflitos daí decorrentes. São expectativas que têm levado uma cidade inteira a adotar uma cultura de prontidão para a emergência, para conviver com o risco de ficar sem sua principal atividade econômica e/ou ser varrida parcialmente pela lama de rejeitos de minério de ferro.

Diante disso, o estudo se propõe a responder de que modo se dá a experiência coletiva em Itabira em função dessas duas expectativas de acontecimento. A principal hipótese norteadora é de que a mera expectativa de um acontecimento é capaz de fazer o efeito de um acontecimento real, fazendo falar, convocando à ação, formando e movimentando públicos, constituindo, assim, uma experiência coletiva projetada no tempo e no território, baseada nas vulnerabilidades dos públicos locais.

A abordagem está ancorada na ideia de acontecimento, como trabalhado por Quéré (2003, 2005, 2012) e França (2012, 2017). Segundo Quéré e França, os acontecimentos rompem com a normalidade, afetam e transformam a vida daquele que atinge, suscitando reações e respostas. Neste sentido, como afirmam os autores, os acontecimentos carregam consigo um caráter inaugural, que pode marcar o fim de uma época e o começo de outra; é revelador, na medida em que interpela e pede não apenas para ser explicado por causas, mas, sim, compreendido. O acontecimento é também desorganizador, pois abala pontos de vista estabilizados e suscita novos arranjos, como nos lembra França (2012). Nessa perspectiva, o acontecimento, localizado no presente, convoca o passado e faz surgir o novo. A pesquisa propõe um deslocamento, pois a percepção temporal está alterada por tratar de acontecimentos localizados no futuro, ou seja, das expectativas de acontecimentos que ainda não aconteceram – um deles que possui uma probabilidade de ocorrência e outro que é iminente. Contudo, o impacto desses acontecimentos já se dá no presente, afetando os sujeitos e acionando um processo de comunicação no espaço público. Se essas expectativas orientam o nosso comportamento individual no presente, também (re)configuram e orientam as experiências coletivas.

Trata-se de reconhecer, portanto, que o acontecimento não precisa acontecer para produzir consequências: a espera de um acontecimento já produz efeitos e organizam de algum modo nosso comportamento em público diante dessa situação. No caso de Itabira, a pesquisa investiga como a comunidade já vive esses dois acontecimentos, por meio de um processo interativo que envolve a população, o poder público, a mineradora, os meios de comunicação, pela movimentação dos públicos e atores em torno dessas problemáticas.

A pesquisa é de base qualitativa e realizada de maneira construtiva, considerando acontecimentos em processo, que demandam um entendimento dos fenômenos em campo, no esforço de acompanhar a evolução das duas expectativas acontecimentais. Os procedimentos envolvem: (a) pesquisa documental, para buscar elementos para compreensão do contexto local e posicionamentos antecedentes, que ajudem a entender a expectativa dos acontecimentos; (b) monitoramento da mídia extensivo, realizado com o objetivo de acompanhar a reverberação dos acontecimentos em Itabira; (c) observação

sistemática sobre a rotina da cidade; (d) entrevistas individuais semiestruturadas em profundidade. Alguns conceitos acionados são centrais para a análise empírica, especialmente os conceitos de acontecimento, públicos e experiência.

Cuando las minorías (se) toman la palabra para formar un colectivo: El rol de la prensa escrita y digital en la (des)legitimación de la convención constituyente de Chile¹.

Cecilia Claro (Universidad de los Andes, Chile), Claudia Labarca (Pontificia Universidad Católica de Chile) y Consuelo Vásquez Donoso (UQAM, Canadá)

Contacto : cclaro@uandes.cl

El 19 de octubre de 2019, la población chilena salió a las calles para manifestar su indignación por las desigualdades sociales existentes, aún después de 30 años de gobiernos democráticos y de sostenido crecimiento económico (Bachmann et al., 2022). El llamado estallido social no sólo develó inequidad social y económica, sino que también descontento y desconfianza hacia gobernantes e instituciones políticas. Este movimiento fue protagonizado por organizaciones de la sociedad civil tales como movimientos sociales feministas, medioambientalistas, e indígenas, entre otros. La salida política al movimiento social más grande vivido en Chile desde el retorno a la democracia – que incluyó varias muertes, mutilados, detenidos y graves desórdenes al orden público- se logró a través un proceso democrático liderado por un grupo de parlamentarios representantes de la mayoría del espectro político quienes, el 15 de noviembre, firmaron el llamado “Acuerdo por la Paz” que daría pie al proceso constituyente para reemplazar la Carta Magna vigente, creada en 1980 bajo la dictadura de Pinochet.

Compuesta por 155 convencionales elegidas y elegidos democráticamente, la convención constituyente tuvo como mandato redactar y aprobar la propuesta de una nueva Constitución, hecho inédito en la historia de Chile. Además, se eligió con mecanismos de paridad entre hombres y mujeres y escaños reservados para los pueblos originarios y con gran participación de independientes sin filiación partidaria, lo que permitió dar tribuna a poblaciones silenciadas y marginalizadas del proceso legislativo y de manera más general, de los procesos políticos del país.

Desde lo organizacional, la inclusión y el diálogo de nuevas voces –sin experiencia política previa– interactuando con actores tradicionales como la de los partidos políticos, trajo consigo desafíos; el primero la propia conformación como colectivo. Según Belova et al. (2008), la dificultad mayor de toda organización para constituirse en un “nosotros” se encuentra en la tensión entre respetar diversas voces – lo que Bahktin (1984) llama polifonía – al mismo tiempo que generar un discurso unificador. Mantener ese frágil equilibrio es una tarea diaria y ardua puesto que las organizaciones son formaciones emergentes que tienden a ser creadas por voces múltiples y potencialmente disonantes (Christensen y Cornelissen, 2011). Sugerimos que este “trabajo de organización” no solo se da en las interacciones y discursos de las y los convencionales, sino también en las narrativas de otros actores que contribuyen “desde afuera” a constituir la convención en una “organización polifónica” (Hanzen, 1993). Desde esta perspectiva, la convención constituyente no tiene una sola voz que podría implicar la idea de “comunicación integrada” (Rebeil y Arévalo, 2018), sino que es el resultado de la expresión de múltiples voces. Así,

¹ Agradecemos a Rosa Francisca Rojas por su trabajo de asistente de investigación.

cuando la organización habla (o actúa), muchas voces (es decir, voces individuales y discursos sociales) pueden hablar a través de ella (Trittin y Shoeneborn, 2017).

En esta propuesta nos interesamos particularmente en el rol de la prensa escrita. El papel de los medios supone filtrar la realidad al seleccionar contenidos o encuadrarlos, al tiempo que colaboran en la concurrencia de actores sociales e instituciones e influyen en la agenda pública (Virgili y Puchi, 2019). Más aún, las variaciones contenidas en los discursos mediáticos permiten entender la estrecha relación entre el discurso de las elites y la opinión del público (McCombs, Shaw y Weaver, 2014; McCombs y Valenzuela, 2014). Siguiendo a Solá-Morales y Rivera (2016) entendemos a los medios de comunicación como mediatizadores de eventos relevantes, como lo ha sido el proceso de instalación, debate y escritura de la nueva Constitución chilena. Por tanto, postulamos que la prensa escrita juega un rol clave en la legitimación o deslegitimación de una organización, como es el caso de estudio. Esta (des)legitimación pasa por reconocer la organización como un colectivo “hablando de una sola voz”, con la tensión existente entre posicionarse unificadamente, diversificar las voces y escuchar aquellas históricamente silenciadas. ¿En qué medida esa diversificación e inclusión de voces silenciadas se representa en los medios de prensa escritos? ¿Cómo se articula la voz de la convención con aquellas de las minorías?

A partir de estas preguntas, diseñamos un enfoque metodológico mixto en tres medios de cobertura nacional: La Tercera, El Mercurio y El Mostrador en un total de 822 piezas de secciones de cobertura de noticias nacionales y opinión (se dejaron fuera cartas al director) en las que el tema principal fuera la Convención en tanto organización, descartándose aquellas noticias relativas a constituyentes individuales. La metodología es mixta por cuanto en una primera fase mide frecuencia de los textos, temática y carácter de la noticia (positivo/negativo) para dar paso a una segunda parte de análisis que permite mayor comprensión de los discursos y entender la conformación de voces y/o colectivos. El análisis cubrió los periodos desde el 15 de noviembre –fecha del Acuerdo por la Paz– hasta la última semana de agosto del 2021, post instalación de la convención constituyente.

Para la segunda parte del análisis, nos inspiramos en la teoría de la ventriloquia propuesta por Cooren (2010a, 2010b), que compara la comunicación con el arte de hablar a través de una marioneta. Así, la comunicación se entiende como “una actividad por la que se hace hablar a alguien o algo” (Cooren y Robichaud, 2019: 189). Las organizaciones se expresan a través de una multiplicidad de actores humanos y no humanos -llamadas figuras- incluyendo portavoces, logotipos, visiones, documentos, normas y valores (Cooren, 2010a). Esto implica analizar instancias de comunicación para (a) identificar las figuras a través de las cuales la convención constituyente es representada y (b) determinar qué voces están presentes y cómo éstas están re-configuradas en el discurso mediático.

Esperamos contribuir a documentar el proceso constituyente chileno desde una perspectiva de comunicación organizacional, así como los procesos de representación mediática y el rol clave que tienen en la constitución comunicativa de organizaciones polifónicas. Esta articulación entre comunicación organizacional y el análisis de medios no ha sido aún desarrollado desde una perspectiva constitutiva de la comunicación, como la adoptada en

esta ponencia. Además, esperamos contribuir al debate académico sobre cómo se organizan iniciativas políticas como la convención constituyente en la cual diversas voces divergentes deben colaborar en pos de un objetivo común. Los resultados de este trabajo podrán también ofrecer algunas pistas en la implementación de procesos organizativos para escuchar y dignificar las voces silenciadas.

Referencias

Bachmann, I., Grassau, D. y Labarca, C. (2022). Aliens, spies, and staged vandalism: Disinformation in the 2019 protests in Chile. En Herman Wasserman y Dani Madrid-Morales (eds.), *Disinformation in the Global South* (pp. 74-87). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119714491.ch6>

Bakhtin, M. (1984). *Problems of Dostoevsky's poetics*. (Emer, Ed.). Minneapolis: University of Minnesota Press.

Belova, O., King, I., & Sliwa, M. (2008). Introduction: Polyphony and organization studies: Mikhail Bakhtin and beyond. *Organization Studies*, 29(4), 493–500.

Christensen, L. T., & Cornelissen, J. (2011). Bridging corporate and organizational communication: Review, development and a look to the future. *Management Communication Quarterly*, 25(3), 383–414.

Cooren, F. (2010a). Ventriloquie, performativité et communication : Ou comment fait-on parler les choses? *Réseaux*, 28, 35-54. <https://doi.org/10.3917/res.163.0033>

Cooren, F. (2010b). « Comment les textes écrivent l'organisation. Figures, ventriloquie et incarnation ». *Études de communication. langages, information, médiations*, 34, 23-40. <https://doi.org/10.4000/edc.1891>

Cooren, F. & Robichaud, D. (2019). « Les approches constitutives », dans Sylvie Grosjean, Luc Bonneville, éditeurs, *La communication organisationnelle : Approches, processus et enjeux*, Chenelière, p. 140-175.

Fontana, W. (2021). La desinformación en el actual contexto informativo. El caso de la pandemia del COVID-19. *URU, Revista de Comunicación y Cultura*, (4), 146-163.

Hazen, M. (1993). Towards polyphonic organization. *Journal of Organizational Change Management*, 6(5), 15–26.

McCombs, M.E., Shaw, D. L. & Weaver, D.H. (2014) *New Directions in Agenda-Setting Theory and Research*. *Mass Communication and Society*, 17(6), 781-802.

McCombs, M.E. y Valenzuela, S. (2014). *Agenda-Setting Theory: The Frontier Research Questions*. Oxford Handbooks Online. Estados Unidos.

Rebeil, M. A. & Arévalo, R. I. (2018). Comunicación integral para las organizaciones e instituciones: conceptualización y enfoque con responsabilidad social. En León, G. A., Castillo, E., Montes, M. & Oliveros, L. A. (coords.), *Tendencias críticas y nuevos retos de la comunicación* (pp. 19-29). México: Qartuppi.

Sola-Morales, S., & Rivera Gallardo, R. (2017). El tratamiento periodístico sobre la corrupción política. Análisis comparado del caso SQM en Chile y del caso de Bárcenas en España. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 23 (1), 647-662.

Trittin, H., & Schoeneborn, D. (2017). Diversity as polyphony: Reconceptualizing diversity management from a communication-centered perspective. *Journal of Business Ethics*, 144(2), 305-322.

Virgili, J. R., & Puche, J. S. (2019). Medios de comunicación y opinión pública en España: una aproximación desde la teoría de Agenda Setting. *Panorama social*, (30), 27-39.

Wolton, Dominique. 1989. "Las contradicciones del espacio público". En *El nuevo espacio público*, editado por Jean Marc Ferry y Dominique Wolton, 110-30. Barcelona: Gedisa.

O auto-silenciamento como espaço de criação – uma reflexão sobre o estilo chinês de comunicação

Suzana Assis Bandeira de Melo y Maria Aparecida Ferrari (Universidade de São Paulo, Brasil)

Contacto : suzana.bandeira@usp.br

O presente texto pretende contribuir com uma reflexão sobre o silêncio como forma de comunicação, cujo sentido e significados variam em diferentes culturas (YUAN, 2015). Embora seja uma prática humana e universal, o silêncio é uma forma assumida em diferentes culturas e tem uma natureza complexa e multidimensional (SCOTT, 1993) podendo ser fonte de mal-entendidos e interpretações errôneas.

A internacionalização das empresas chinesas desde os anos 2000, vem marcando uma forte presença de profissionais chineses no Brasil e no mundo. A presença destes executivos no ambiente de negócios brasileiro tem provocado o encontro e/ou desencontro entre modelos de gestão diferentes, resultado de contextos políticos, econômicos, socioculturais, religiosos e ideológicos distintos. Dessa forma, chineses e brasileiros passaram a interagir em meio ao desconhecimento mútuo sobre suas culturas e idiossincrasias.

A interação entre chineses e brasileiros coloca face a face diferentes valores, tradições, crenças, práticas e costumes. Alsina (2008) afirma que a interação é negociada por meio da comunicação, ou seja, a comunicação é que define não só a troca de mensagens em igualdade de condições entre os participantes, mas a criação de sentido compartilhado e possibilidades de acordos entre indivíduos de matrizes culturais diferentes. Este autor também explica que quando se fala em comunicação, também se fala em mal-entendidos e que estes também fazem parte da comunicação.

As organizações, em particular as multinacionais, não são apenas engrenagens de desempenho, não são ambientes assépticos, em que trabalhadores convivem de forma neutra e funcional em busca de objetivos econômicos (SARAIVA e IRIGARAY, 2009). São mais parecidas a arenas políticas (MORGAN, 2002) em que os conflitos culturais têm que ser administrados e resolvidos.

Portanto, a comunicação entre chineses e brasileiros traz diversos elementos de diferenciação e os mais óbvios são a língua, a formação de palavras e significados, os gestos, os olhares e o tempo cronológico, entre outros.

Nas culturas ocidentais, representadas, por exemplo, pela cultura europeia e norte americana e latina, parece haver um baixo grau de tolerância ao silêncio e a preferência pela linguagem verbal como instrumento de comunicação, dando maior valor ao signo verbal do que ao silêncio (JAWORSKI 1997). Segundo KAWABATA (2015), na cultura ocidental, falar sinaliza poder, libertação, cultura ou mesmo civilização, enquanto o silêncio pode significar impotência e vazio (GLENN, 2004). Cortes (2017), adiciona o conceito de silêncio organizacional, como sendo o fenômeno em que os indivíduos de uma organização retêm todos os tipos de informações, opiniões e preocupações tornando-se funcionários

indiferentes, inseguros ou com alto nível de desconfiança em relação aos assuntos da organização. Nas teorias psicanalíticas também é comum observar o silêncio como produto da opressão, como barreira, como resistência, como fuga, como recalque (PADRÃO, 2009; WINNICOTT, 1983; FREUD, 1996; BALINT, 1993).

Em contrapartida, na cultura chinesa Yuan (2015) afirma que o silêncio é usado na maioria das situações comunicacionais, sendo encarado como uma atitude positiva. O silêncio pode ser observado na perspectiva confucionista da construção de vínculos, de reputação, de respeito e confiança. Hua (2017, p. 75), quando discorre sobre o estilo de comunicação chinês afirma que, “muitas vezes, o que não é dito pode ser tão importante, se não mais, do que o que é dito”. Para a autora, em sua forma de interação dialógica, os chineses podem deixar “coisas não ditas para que o interlocutor possa refletir sobre a mensagem implícita” (p.75), como forma de participação no diálogo. A ênfase chinesa colocada sobre o uso do silêncio, sem a conotação de positividade ou negatividade, abre outras perspectivas a serem refletidas. Há a percepção do silêncio, trazida por Balint (1993), em relação à escuta psicanalítica, como a condição para que o paciente corra em direção a algo, uma espécie de “criação – nem sempre honesta, sincera, profunda ou artística – mas ainda assim um produto da sua criatividade” (Balint, 1993 p. 23). Há também a percepção de Van Dyne et al. (2003), quando categorizam o silêncio em três tipos, sendo o terceiro o silêncio pró-social, motivado pela preocupação com os outros, mais do que por medo, baseado na conscientização e consideração de alternativas sobre a informação que será silenciada em contraste com o silêncio defensivo. Hua (2017, p.72) aponta o silêncio chinês como “resultado do aprendizado em equilibrar o yin e o yang, desenvolvendo um mecanismo interno, ... através de um processo gradual de crescimento na China sujeito a variações de cada circunstância individual”.

Essas abordagens abrem uma possibilidade de reflexão, neste caso estudando uma outra perspectiva sobre o silêncio e o auto-silenciamento. Neste resumo se pretende analisar o silêncio praticado pelos chineses, dentro e fora do ambiente de trabalho, em sua comunicação com os brasileiros. Para tal, são colocadas as seguintes questões, que serão fruto de pesquisa junto a executivos chineses, atuando em subsidiárias chinesas no Brasil: este silêncio pertence à categoria do “calar-se” como impossibilidade verbal? ou, como fruto de imposição da cultura brasileira sobre a chinesa? Ou ainda como condição de criação na prática comunicacional?

Referências

ALSINA, R. (In)Comunicación Intercultural. Em Documentos del 1er Congreso Internacional sobre diálogo Intercultural, Murcia, p. 121 – 146, oct. 2008.

BALINT, M. A Falha Básica – aspectos terapêuticos da regressão. Artes Médicas Porto Alegre 1993.

FREUD, Sigmund. Sobre o mecanismo psíquico dos fenômenos histéricos: comunicação preliminar. In: _____. Estudos sobre a histeria. Rio de Janeiro: Imago, 1996. (Edição standard brasileira das obras psicológicas completas de Sigmund Freud, 2). [1893].

GLENN, S. (2004). Unspoken: A rhetoric of silence. Carbondale: Southern Illinois University Press.

KAWABATA, M., GASTALDO, D. The less said, the better: interpreting silence in qualitative research International Journal of Qualitative Methods vol 14 issue 4 2015 <https://doi.org/10.1177/1609406915618123>

HUA, Zhang Hai. Think More Like Chinese. Sydney: Federation Press, 2017.

JAWORSKI, Adam. The power of silence: social and pragmatic perspectives. Newbury Park-London-New Delhi: Sage. 1993

MORGAN, G. Imagens da organização. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

CORTES, P. Antecedentes y consecuencias del silencio organizativo: Análisis en una institución universitaria. Tese (doutorado em Dirección de Empresas) Facultad de Economía, Universidad de Valencia, 2017.

SARAIVA, L.A.S., IRIGARAY, H.A.R. Políticas de diversidade nas organizações: uma questão de discurso? RAE- revista de administração de empresas, São Paulo, v. 49, n.3, p 337-348, 2009.

YUAN, Yuan Quan. Analysis of silence in intercultural communication. In International Conference on Economy, Management and Education Technology ICEMET Conference. Tianjin: Atlantis Press. 2015 <https://dx.doi.org/10.2991/icemet-15.2015.35>. Acesso em 30 jul. 2022.

VENTURA, R. de C. M. de O.; NASSIF, M. E. Poder e compartilhamento da informação: relações e implicações na arena política organizacional. Em Questão, Porto Alegre, v. 22, n. 2, p. 9–35, 2016. DOI: 10.19132/1808-5245222.9-35. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/view/61821>. Acesso em: 31 jul. 2022.

WINNICOTT, Donald Woods. A capacidade para estar só. In: _____. O ambiente e os processos de maturação: estudos sobre a teoria do desenvolvimento emocional. Porto Alegre: Artes Médicas, 1983. p. 31-37. [1958].

Políticas de diversidad en empresas argentinas como producto del isomorfismo institucional

Gabriela Pagani (Universidad del Salvador, Argentina)

Contacto : gabriela.pagani@usal.edu.ar

En los últimos años el tema de la diversidad se instaló en la agenda institucional y las empresas han comenzado a desarrollar políticas en este sentido.

El trabajo propuesto apunta a identificar los elementos comunes de las políticas de diversidad en un grupo de empresas de consumo masivo de Argentina, partiendo del supuesto de que estas coincidencias son parte de un proceso de isomorfismo institucional a partir de dos elementos: la legislación en la materia de los últimos 10 años y las sugerencias de organizaciones referentes que brindan asesoría externa a las compañías para el diseño estratégico de acciones.

El isomorfismo institucional es el proceso por el cual las organizaciones, en especial de un mismo segmento, se vuelven más homogéneas entre sí a partir de condiciones del contexto similares para garantizar su éxito y supervivencia (DiMaggio y Powell, 1999).

Concretamente la propuesta analiza los elementos intervinientes en los procesos de adopción de políticas de diversidad de tres empresas de consumo masivo con operatoria en Argentina – Jhonson & Jhonson, Unilever y Natura – y las propuestas de dos organizaciones – Bridge The Gap y Publicitarias – que trabajan en la generación de políticas y diversidad en organizaciones.

Asimismo se presentarán algunos aspectos sobre la legislación argentina sobre el tema y las recomendaciones de organismos internacionales.

Para ello, se realizaron una serie de entrevistas en profundidad y el análisis de la legislación vigente en argentina, especialmente a lo referido a los aspectos comunicacionales ya que estos implican un constitución de los marcos de interacción y de referencia sobre lo que está bien y mal en los distintos ámbitos.

Este análisis integra uno de los capítulos de la investigación Prácticas organizacionales: de lo discursivo a lo inclusivo en diversidad sexual y de género, que analiza la consistencia entre el discurso corporativo, las prácticas internas y mensajes para sus públicos externos de las empresas que promueven el respeto por la diversidad sexual y de género.

Sobre el isomorfismo

De acuerdo con la teoría neoinstitucionalista, una vez que se establece un campo organizacional – este caso vinculado a la diversidad- existe un impulso a la homogeneidad por parte de sus integrantes, que se denomina isomorfismo y que podemos definir como el proceso limitador que obliga a una unidad de población a parecerse a otras unidades que enfrentan las mismas condiciones ambientales. (Hawley,1968)

A partir de allí, las organizaciones se vuelven cada vez más similares, isomorfas, guiadas en un primer momento por el deseo de mejorar su desempeño a través de la adopción de innovaciones que a medida que se difunden van ganando legitimidad. (Meyer y Rowan, 1977) Existen tres tipos de isomorfismo: el primero denominado competitivo, que hace foco en las demandas del mercado; un segundo tipo, el institucional provocado por las presiones que tienen las organizaciones para adaptarse al mundo exterior y para ubicarse en una posición de mayor poder con respecto a las otras organizaciones. El tercer tipo es el coercitivo, que resulta de las presiones formales o informales que ejercen algunas organizaciones sobre otras y de las expectativas culturales de la sociedad donde desarrollan su actividad. En este caso las normativas existentes y la ley cumplen un rol muy fuerte como generadores de isomorfismo al establecer estándares y reglas que son adoptados por cada miembro de un campo. (Di Maggio y Powell, 1999, p.110). En este trabajo nos concentramos en este tercer tipo.

La legislación como isomorfismo

Argentina es pionera en legislación en derechos y representación de género. En el año 2010 fue el primer país de América Latina en legalizar el matrimonio igualitario. A pesar de esto, el desarrollo de los derechos de personas del colectivo LGBTQI+ no está exento de tensiones por distintas causas. La primera tiene origen en que los cambios normativos no generan, necesariamente, modificaciones a nivel social de igual magnitud; esto es evidente cuando vemos la continuidad de prácticas sociales discriminatorias en materia de género.

El eje común de todas las normas mencionadas es impulsar y consolidar conductas sociales desde los medios de comunicación como constructores de opinión y agentes de cambio para proteger la diversidad sexual, la identidad e igualdad de género.

El rol de la consultoría

A partir de una serie de demandas sobre diversidad e inclusión de públicos internos y externos de las organizaciones, muchas empresas buscaron en la consultoría externa una alternativa para comenzar a implementar políticas en la materia. En el mercado argentino se destacan un pequeño grupo especializado en la materia entre las que se encuentran Bridge The Gap y Publicitarias, quienes trabajan distintos ejes entre los que se encuentra la comunicación tanto puertas adentro como afuera de la organización.

Un primer acercamiento muestra que sus permanentes campañas para sensibilizar sobre la cuestión han generado la adopción de algunas medidas aunque las empresas no las hayan contratado de forma directa sus servicios.

Las primeras conclusiones

Puede observarse que la comunicación tiene un rol central en los procesos de transformación de la gestión organizacional hacia modelos inclusivos en materia de género y que las disposiciones legales que hacen foco en la comunicación externa constituyeron disparadores para incluir la cuestión en la agenda corporativa.

Referencias Bibliográficas

Galaskiewiicz, J. (1999) Responsabilizando a los actores corporativos: la construcción de instituciones en Minneapolis- St.Paul. En Powell, W. y Dimaggio, P. (compiladores) El Nuevo intitucionalización en el análisis organizacional. México, Fondo de Cultura Económica.

Meyer, J. y Rowan, B. (1999) Organizaciones institucionalizadas: la estructura forma como mito y ceremonia. En Powell, W. y Di Maggio, P. El nuevo institucionalismo en el análisis organizacional. México D.F. Fondo de Cultura económica

Powell, W. Di Maggio, P. (1999) El retorno a la jaula de hierro. En Powell, W. y Di Maggio, P. El nuevo intitucionalismo en el análisis organizacional. México D.F. Fondo de Cultura Económica

Constituyendo un « nosotros » plurinacional : Análisis de la trama narrativa de los discursos de convencionales mapuches en el proceso constituyente de Chile

Cristina Gabarito Campos (Collège de Rosemont, Canadá) y Consuelo Vásquez Donoso, (UQAM, Canadá)

Contacto : garabito.cristina@gmail.com

El 15 de noviembre de 2019 marca un hito en la historia política de Chile: después de una maratónica jornada de intensas negociaciones y con el fin de evitar un quiebre de la institucionalidad, las élites políticas representadas en ambas cámaras del congreso de Chile firman el Acuerdo por la paz (Salazar, 2020). Se lanza así un proceso constituyente cuyo objetivo es establecer un procedimiento que conduzca a la elaboración de una nueva carta magna, remplazando aquella (aún vigente) impuesta durante la dictadura cívico-militar de Pinochet. En este marco se crea la Convención Constituyente, un órgano independiente cuyas y cuyos representantes son elegidas y elegidos democráticamente para redactar y aprobar la propuesta de una nueva constitución (Convención Constitucional, 2022). Un aspecto inédito de este proceso es el haber establecido por ley (ley 21.200 de reforma constitucional) como criterio de configuración de la Convención 17 escaños reservados para los pueblos originarios.

Históricamente excluidos de la actividad política chilena (y de manera más general y sistemática de toda actividad del país), los pueblos originarios han sido desde la colonia silenciados, sus historias deslegitimadas, romantizadas o instrumentalizadas por el Estado chileno y por personas e instituciones políticas, religiosas, militares y académicas, por nombrar algunas (Cayuqueo, 2017; Pairican, 2021). Relegados a una posición de subalternidad, sus voces han sido reducidas a ser representadas por quienes tienen autoridad para hablar en su nombre (Rufer, 2012). Como lo significara Gayatri Spivak (1988) hace más de treinta años en su ensayo "¿Puede el subalterno hablar?," las condiciones de enunciación de la persona subalterna deben entenderse a través de esa lógica de no-representación y no-traducción. No se trata que la persona subalterna no pueda hablar, más bien que otros se arrojan el derecho de hablar por ella porque cuando ella habla, nadie se molesta en escuchar (Acosta, 2010).

La inclusión de escaños reservados en la Convención Constituyente se presenta entonces como una ocasión, la primera en la política contemporánea de Chile, para que los pueblos originarios sean representados por personas, miembros de esos pueblos, elegidas democráticamente por ellos. Nuestra propuesta busca así escuchar las voces de las y los convencionales representantes de los pueblos originarios y atender a la manera en que ellas y ellos (se) toman la palabra (Vásquez et al., 2021) para narrar sus historias, inscribiéndolas en la historia nacional.

Particularmente, prestamos atención a los discursos de las y los 7 convencionales elegidas y elegidos por diversas comunidades mapuches: Adolfo Millabur, Alexis Caiguán, Elisa Loncon, Francisca Linconao, Natividad Llanquileo, Rosa Catrileo, Victorino Antilef. Dos razones explican esta selección: en lo personal, ambas nos sentimos interpeladas por las demandas de las y los mapuches, debido a nuestros vínculos con su territorio y algunas de sus comunidades. La segunda refiere al peso político y en número del pueblo Mapuche respecto

de otros pueblos originarios chilenos (lo que también se ve reflejado en la Convención). Nuestro análisis se focaliza en los discursos que las y los convencionales mapuches impartieron en la apertura del debate constitucional en octubre del 2021 y en una sesión extraordinaria en respuesta al asesinato de un joven comunero mapuche ocurrido en contexto de ocupación militar de sectores del territorio mapuche ancestral, el Wallmapu (5 de noviembre, 2021). La selección de estos dos momentos de enunciación se debe a la importancia de la toma de palabra en el proceso constituyente, y el contraste entre un marco de enunciación formalizado (apertura del debate constitucional) y otro espontáneo respondiendo a un evento de la actualidad nacional.

Un análisis inductivo preliminar arrojó que, en ambos momentos de enunciación, las y los convencionales mapuches toman estas instancias de enunciación (por primera vez en una tribuna política-ciudadana de tal envergadura) para contar sus historias. En ambos se explicita la valorización de ser mapuche de la zona que representan, de haber crecido allí y ser herederas y herederos del despojo, del genocidio y de haber vivido en carne propia el racismo, la exclusión y la negación de su existencia. Esta historia de dolor y sufrimiento común a los pueblos originarios lleva a las y los convencionales mapuches proponer como vía de reconciliación la de su reconocimiento pleno como nación. El estado plurinacional, uno de los ejes de trabajo de la Convención, permite para ellos y ellas concretizar esta aspiración.

Un aspecto que nos llamó la atención en la manera en que las personas convencionales mapuche narran su historia es la voz que toma el colectivo, el “nosotres.” Si bien algunas (ej., Elisa Loncon, Francisca Linconao) parten de sus historias personales, todas y todos se posicionan como parte de un “nosotres,” y por ende se distancian de un “ustedes.” Ahora bien, ese “nosotres v/s ustedes” va cambiando a medida que la trama narrativa pasa del sufrimiento y el dolor hacia la reconciliación. Nos interesa particularmente explorar estos procesos discursivos de constitución de “nosotres” y el rol que juegan en la trama narrativa de las y los convencionales mapuches.

Conceptualmente hablando, nos inspiramos de las perspectivas constitutivas de la comunicación organizacional (CCO) que enfatizan el rol clave que juega el discurso en la creación, mantenimiento y transformación de una colectividad (Basque et al., 2022). Reconocer la performatividad de la comunicación a través de las perspectivas CCO nos permite designar los discursos de las y los convencionales mapuches como instancias de enunciación donde el colectivo (los pueblos mapuches, los pueblos originarios, el Estado plurinacional, etc.) se constituye. Como lo señalan Taylor y Van Every (2000), existe ya un embrión de organización cuando al menos dos personas (A y B) en una interacción co-orientan sus acciones hacia un punto de referencia común (véase también Taylor y Cooren, 1997). Este impulso organizativo se consolida cuando en un segundo tiempo una de estas personas (A) al interactuar con otra (C) refiere a su conversación y acuerdos con B usando el pronombre “nosotros.” Según estos autores, la organización se constituye en estos procesos de representación (también llamados ventriloquía, Cooren 2010) donde ‘A’ pasa de ser una persona individual a la representante de un colectivo.

Para complementar esta visión comunicacional de la constitución de un colectivo, movilizaremos además las concepciones nosótricas de las cosmovisiones de las poblaciones indígenas del Sur, y más específicamente aquellas propias a la cosmovisión mapuche del Küme Mongen (Buen vivir). Las cosmovisiones indígenas, como lo menciona López Itzin (2013), tienen una concepción colectiva del ser prefiriendo el ‘nosotros’ incluyente al ‘yo’ individual. Refiriéndose al término jo’otik (nosotros) del maya tzeltal, explica: “como ocurre en nuestra cultura y pensamiento, por lo menos desde la lengua existe una noción colectiva o nosótrica en el pensar y hablar” (p.73, énfasis en el texto original). Además, esta concepción colectiva está íntimamente ligada al O’tan-corazón, manifestándose en distintas frases y conceptos como p’ijil O’tan (sabiduría del corazón), stse’elil O’tan (la risa del corazón), slekil o yutsil O’tan (la bondad del corazón), o mel O’tan (surcar el corazón), así como en verbos y acciones como sentir-pensar, sentir-saber, corazonar, entre otras. Este léxico es a nuestro entender central en la manera en que las y los convencionales mapuches van construyendo el “nosotres” de los pueblos mapuches, de los pueblos originarios y de esa colectividad que llamamos Chile.

Referencias:

Acosta, A.(2010) Contingencies of Silence: Subalternity, the EZLN, and the Accounting of Speech in Latin America, *Journal of Latin American Cultural Studies*, 19(2): 203-223

Basque, J., Bencherki, N., & Kuhn, T. (Eds.). (2022). *The Routledge Handbook of the Communicative Constitution of Organization*. Taylor & Francis.

Cayuqueo, P. (2017). *Historia secreta mapuche*. Santiago, Chile: Ediciones Catalonia Ltda.
Convención Constitucional (2022). Itinerario constitucional. Recuperado de <https://www.chileconvencion.cl/itinerario-constitucional/>, 1 de Agosto 2020.

Cooren, F. (2010). *Action and Agency in Dialogue: Passion, Incarnation, and Ventriloquism*. John Benjamins.

López Itzin, J. (Maya-tseltal) (2013) “Ich’el ta muk: La trama de la construcción del Lekil kuxlejal (vida Plena-digna-justa)” En: G. Méndez et.al. (coord.) *Senti-Pensar el Género. Perspectivas desde los Pueblos Originarios*, Red IINPIM-La Casa del Lago-Red de Feminismos Descoloniales.

Pairican, F. (2021). Los horizontes autonomistas del movimiento mapuche. *Revista Nueva Sociedad*, 295, 136-148

Rufer, M. (2012). El habla, la escucha y la escritura. Subalternidad y horizontalidad desde la crítica poscolonial. Corona B., S. & Kaltmeier, O. (coords). En diálogo. *Metodologías horizontales en ciencias sociales y culturales* (pp.24-55). México: Gedisa.

Salazar, G. (2020). *Acción Constituyente: un texto ciudadano y dos ensayos históricos*. Santiago, Chile: Tamar Editores Ltda.

Spivak, G. C. (1988). Can the Subaltern Speak? In L. Grossberg and C. (eds.) *Nelson Marxism and the Interpretation of Culture*, Urbana: University of Illinois Press.

Taylor, J. R., & Cooren, F. (1997). What makes communication 'organizational'? How the many voices of a collectivity become the one voice of an organization. *Journal of Pragmatics*, 27(4), 409–438.

Taylor, J. R., & Van Every, E. (2000). *The emergent organization: Communication as its site and surface*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Vásquez, C., Marroquin, L. y Guilén, G. (2021). Décoloniser les perspectives CCO: Écouter les voix des traditions critiques latino-américaines en communication. *Communication Organisation*, 59: 45-57. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.9805>

Imaginarios de la Realidad Social desde la percepción del posconflicto del Municipio de Filandia - Quindío, Colombia

Damaris Ramírez Bernate (Universidad de Medellín, Colombia) y Pedro Felipe Díaz Arenas (Universidad del Quindío, Colombia)

Contacto : dramirez@uniquindio.edu.co

El presente estudio se refiere a los imaginarios del posconflicto en un país que ha estado convulsionado por una guerra armada durante más de 50 años. Este caso hace parte de los resultados de investigación del proyecto “Cartografía de los Imaginarios Urbanos del Posconflicto en el Departamento del Quindío” Colombia; financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad del Quindío. Aquí hacemos referencia a los hallazgos encontrados en el Municipio de Filandia.

Actualmente el Municipio de Filandia, como gran parte de los municipios de esta región, gozan de la paz, pues los acuerdos y tratados de paz han permitido un avance social que establece una comunidad reintegrada con ganas de deconstruir su historia a partir de la educación y las distintas visiones colectivas.

El Quindío Tradicionalmente ha sido escenario de confrontaciones durante la violencia bipartidista, el fenómeno del narcotráfico y la lucha de la insurgencia, todo desde sus inicios, aportando una alta cuota de víctimas, actores, líderes de todos los bandos y rezago en su desarrollo social y económico, manifestado entre otros aspectos en la injusticia y la inequidad.

La región ha aportado al conflicto armado y a la insurgencia numerosas víctimas, actores de diversa índole y dirigentes muy importantes para las Farc, el Eln, el Epl y el M-19. Pero cabe destacar los casos típicos de mayor presencia y significación histórica a nivel local, departamental, nacional e internacional como lo son Pedro Antonio Marín (Tirofijo), nacido en el municipio de Génova (Q), fundador y dirigente legendario de las Farc, y su heredero Rodrigo Londoño Echeverry (Timochenko), oriundo de Calarcá (Q) y criado en La Tebaida (Q), que en ese entonces como jefe máximo de la mencionada organización guerrillera y principal protagonista del actual proceso de paz.

Como característica principal, son los pensamientos y narrativas orales que han suscitado con el paso del conflicto armado y en consecuencia la aparición de desplazados, violencia, muertes y desapariciones forzadas. Finlandia, al igual que el resto del departamento, ha sido golpeado por la guerra, dejando secuelas en la memoria. Esta comunidad decide votar por el ‘No’ al plebiscito por la paz y apoyar la abstención al voto; en medio de las distintas campañas era notoria la influencia política y el interés por beneficios propios, olvidando los intereses colectivos por superar el conflicto en Colombia. Es importante visualizar distintas perspectivas de los habitantes del municipio de Filandia respecto al fin del conflicto armado, reconociendo en diferentes narrativas los imaginarios que se ha formado la comunidad frente al posconflicto.

EJE 1- MESA 1/ EIXO 1- MESA 2

Poblaciones silenciadas/ Populações silenciadas

Mujeres y techo de cristal en las RR.PP. en Argentina

Carolina A. Carbone, Luz Canella Tsuji y Alan Facundo Retamar (Universidad Nacional de Lomas de Zamora, Argentina)

Contacto : carolcarbone@hotmail.com

Partiendo de la premisa que en las aulas de la carrera de Relaciones Públicas de las universidades argentinas la mayoría de estudiantes son mujeres, se cuestionó cómo es que recibe el mundo laboral a esas graduadas y cuál es su posible desarrollo en el ámbito de la profesión. La casi nula evidencia respecto a investigaciones sobre Relaciones Públicas y género en Argentina, permitió que esta investigación sea pionera en dicha cuestión.

El objetivo de este trabajo de investigación consistió en hacer un relevamiento de la situación de las mujeres profesionales y el fenómeno de techo de cristal en el campo de las Relaciones Públicas en Argentina.

Según la bibliografía de consulta, uno de los mayores problemas a nivel mundial es el denominado techo de cristal (Glass Ceiling). Este ha sido definido como una barrera artificial basada en el sesgo de la actitud organizacional que impide a individuos calificados avanzar hacia posiciones de nivel gerencial dentro de una organización. En algunas ocasiones ese sesgo estaría basado en un prejuicio de género. En consonancia con ello, nos encontramos con la teoría del piso pegajoso, la cual postula que las mujeres entran en desigualdad al mercado laboral porque deben hacerse cargo de las tareas reproductivas (domésticas y de cuidado) y esto les impide un mayor involucramiento –temporal o mental– con su trabajo.

Estas primeras hipótesis llevaron a sumergirse en el trabajo de campo para la recolección de datos donde, mediante análisis cuali-cuantitativos, se indagó respecto a la conformación del mercado laboral de las Relaciones Públicas en Argentina en términos de géneros. Esto trajo aparejado en la investigación poder analizar los roles de género dentro de las organizaciones, cruzar datos respecto a las configuraciones de los equipos y las influencias respecto a distintos tipos de liderazgos, realizar relevamientos respecto a la equidad y ver cómo inciden los estereotipos en el desarrollo de la carrera profesional tanto en el ámbito público, privado y en las organizaciones de la sociedad civil, disgregando de ello tanto consultoras como el sector corporativo, desde profesionales independientes a gerentes y directores de grandes empresas, así como también la academia, entre investigadores, docentes y estudiantes.

Algunos de los principales hallazgos fueron, por ejemplo, que el 84% de las mujeres encuestadas no niegan la existencia del techo de cristal. Asimismo, la investigación demostró

que un 87.3% de las mujeres estudiadas percibe desigualdad al momento de ingresar al mercado laboral, sin embargo el 45% de las mismas no lo relaciona con el fenómeno de piso pegajoso. Además, con lo que respecta a la consolidación de los equipos de trabajo dentro de las organizaciones, se pudo dilucidar fehacientemente que, del 53.2% de las personas que respondieron que sus equipos están compuestos por mayoría de mujeres, también coincidieron con que los puestos de liderazgos en sus organizaciones son ocupados por mujeres. Este dato contradice la teoría que propone que uno de los factores que incide en el techo de cristal es la oposición de mujeres contra otras mujeres, impidiendo el crecimiento de estas hacia puestos jerárquicos (Wrigley, 2002). En equipos equilibrados, los liderazgos son equilibrados (41.5%) y en los equipos con mayoría de hombres hay escasa o nula cantidad de mujeres en puestos jerárquicos (4.1%).

Bajo este mismo orden de ideas también se analizó qué sucede con los espacios informales que se desarrollan dentro de las organizaciones y que son exclusivamente masculinos. De ello surgió que, en los equipos conformados por mayoría de hombres, el 75% reconoce la existencia de estos espacios. En áreas cuya composición es equilibrada, un 57.3% reconoce la existencia de espacios informales exclusivamente masculinos y además reconocen que existe una desigualdad relacionada con el piso pegajoso. Distinto es el caso donde la conformación de equipos se da por mayoría de mujeres donde el 54% reconoce la existencia de espacios informales masculinos y de ese total, el 45% dice que existe la desigualdad, pero no asociada al fenómeno de piso pegajoso, en contraposición al 41,6% que sí dice que hay desigualdad relacionada directamente con el piso pegajoso.

Algunos de estos hallazgos permitieron dar cuenta en la posibilidad de que ciertos equilibrios en las conformaciones de equipos respecto al género tienden también a equilibrar determinadas creencias, a desnaturalizar cuestiones de desigualdades y a fomentar otro tipo de desarrollo de la carrera profesional dentro de la organización.

Este tipo de análisis permitió que surgieran otros interrogantes: ¿Existe realmente una equidad e igualdad respecto a los grupos de diferente género? ¿Qué rol ejercen los líderes respecto a las trayectorias y crecimientos de los mismos dentro de la organización? ¿Qué influencias o sesgos manifiestan los mismos desde el rol que ejercen sobre los grupos? ¿Qué papel juegan las masculinidades y los estereotipos en ese rol? ¿Se proyecta esta equidad e igualdad en la cultura de la organización o es meramente una temática provechosa afín a determinado contexto que luego no se refleja en los valores organizacionales? ¿Cuáles son las estrategias que desde las relaciones públicas se pueden promover para generar un cambio hacia dentro de la propia disciplina?

Esta investigación invita a repensar las estrategias hacia dentro de las organizaciones, como así también el carácter propositivo, ético y normativo que sea más loable y que permita construir un marco para generar un cambio en la cultura organizacional, fomentar más oportunidades, equidad y mayor igualdad en términos efectivos para aquellos ámbitos que así lo ameriten.

A menina que sonhava em levar conhecimento para a tribo: uma reflexão sobre as expectativas, silenciamento e adoecimento feminino indígena

Milene Rocha Lourenço Leitzke y Maria Aparecida Ferrari (Universidade de São Paulo, ECA/USP, Brasil)

Contacto: milene.rrpp@gmail.com

O fenômeno da globalização e a valorização da educação têm atraído imigrantes a saírem de seus países de origem em busca de melhores oportunidades educacionais e condições de vida para si e suas famílias (SILVA-FERREIRA, 2019). Esse movimento de deslocamento, que vai além das fronteiras de seus lugares de origem, acarreta dificuldades em lidar com distâncias geográficas, simbólicas, climáticas, culturais e sociais que alteram seus cotidianos e modos agir (BAUMAN, 2017; PEREIRA e CARRIERI, 2005).

No âmbito educacional, os imigrantes voluntários buscam as universidades como forma de aumentar seus conhecimentos e conseguir qualificação profissional para reconfigurar seus projetos de vida, assim como de seus familiares (GIRARDI, 2015). Vários autores (DUNKER, 2015; GIRARDI, 2015; GIRARDI e MARTINS-BORGES, 2017) têm registrado que esses imigrantes, muitas vezes acabam oprimidos por situações de preconceito, exclusão, dificuldades financeiras, falta de oportunidades, sofrimento e vulnerabilidade psíquica.

Este resumo trata da situação vivida por uma jovem indígena peruana, aqui denominada Juliana, estudante de Engenharia de Energia da Universidade Federal da Integração Latino Americana (UNILA²) e que mostra como sua relação com colegas brasileiros foi atravessada por diferenças culturais que causaram problemas de relacionamento e depressão, reflexo da cultura machista, misógina e xenófoba vivida no Brasil (SAFFIOTI, 2015).

Juliana pertence a uma tribo indígena no interior do Peru. A comunidade não conta com energia elétrica e os membros da tribo se sustentam da lavoura. Juliana conta que desde criança presenciou sofrimento de mulheres na tribo, além da submissão e silenciamento como resultado da característica machista. Seus irmãos e avós, por quem foi criada, sempre a desmotivaram quando ela manifestava ter uma vida diferente daquela que levava na tribo. Apesar de não ser apoiada pela família, na escola ela era questionadora. O dia marcante na sua vida foi quando um professor levou um computador para tribo. Ela foi a única mulher a se interessar por aquela "máquina desconhecida, que possibilita conhecer o mundo". Este professor lhe apresentou a UNILA e explicou como poderia ter acesso à universidade. Apesar da reação negativa de sua família sobre suas idas à cidade, ela participou do processo seletivo e foi aprovada para a UNILA. Foi a realização de um sonho. Juliana sonhava em ser engenheira de energia, para um dia levar tecnologia e energia para sua tribo, com a intenção de proporcionar uma vida melhor a todos. A jovem peruana foi a primeira mulher a sair de sua

² A UNILA é uma das universidades brasileiras, criadas a partir do Programa de Apoio e Reestruturação do Ensino das Universidades Federais (REUNI), com o objetivo promover a integração dos países da América Latina por meio da educação. Em seu relatório de gestão, referente ao ano de 20121, a instituição adota a narrativa do cuidado, do acolhimento e da garantia de permanência dos discentes estrangeiros no país, em função de suas políticas de integração e internacionalização do ensino (UNILA, 2022).

tribo e por isso foi julgada e criticada por seus familiares, mas mesmo assim, conseguiu amealhar recursos e viajou para a cidade de Foz do Iguaçu para estudar na UNILA, no curso de Engenharia e Energia, frequentado majoritariamente por homens.

Juliana relatou que sempre teve muito medo por ter que aprender o idioma português e das diferenças de hábitos e costumes locais. Desde sua chegada à UNILA, em 2018, Juliana enfrentou dificuldades financeiras, foi enganada e extorquida por algumas imobiliárias e roubada por colegas brasileiras. Em 2021 começou a participar de um grande projeto de engenharia da UNILA e se destacou por desenvolver recursos tecnológicos que os outros discentes, todos homens, não tinham domínio. Embora gostasse muito do que fazia no projeto, ela não era reconhecida. Todo seu conhecimento era apropriado pelos demais integrantes homens do projeto como se fosse deles. Nas apresentações ela sempre era interrompida pelos colegas, talvez por ser mulher e indígena e, em várias ocasiões seu esforço não foi mencionado pelo grupo, tampouco seu nome ou respeito pelo seu tempo e dedicação.

Segundo Juliana, ela sempre foi silenciada, desprezada e esquecida pelos membros do projeto. Na sala, durante as aulas, essas situações se repetiam. Juliana reconhecia que havia diferenças de tratamento entre ela e outras estudantes brasileiras e a isso Gonzalez (2020) chama de ‘ideologia do branqueamento’, que é a sofisticação do racismo latino-americano em manter negros e indígenas como corpos subalternizados. Aqui, observamos a questão da interseccionalidade (COLLINS; BILGE, 2021), pois Juliana, além de ser mulher é estrangeira, de baixa estatura e indígena, ou seja, esses marcadores sociais levaram a que os colegas a tratassem com diferença e distância.

Os relatos levam à reflexão de que, instituições que apresentam características que zelem pela diversidade e acolhimento do migrante universitário, como é o caso da UNILA, não fogem à lógica da cultura nacional, onde prima a hierarquia, o patriarcalismo, o acesso discriminatório a determinados projetos e de desvalorização das experiências e conhecimentos das mulheres e de minorias, como a indígena (ANZALDÚA, 2019; LUGONES, 2020; GONZALES, 2020).

Hoje, Juliana, que tinha o sonho de ser engenheira de energia e transformar a relação da sua tribo com o desenvolvimento, foi pausada. Ela adoeceu, está afastada de suas atividades acadêmicas e se encontra em recuperação de uma condição de depressão. Seu principal desafio não alcançado, foi não conseguir lidar com a discriminação étnica, a falta de espaço de fala, a desvalorização do seu trabalho e se sentir constantemente incapaz de realizar seu sonho.

Referências bibliográficas

ANZALDÚA, G. La conciencia de la mestiza: rumbo a una nova consciencia. In: HOLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). Pensamento Feminista: Conceitos Fundamentais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2019.

BAUMAN, Z. Estranhos à nossa porta. Zahar, 2017.

COLLINS, P. H.; BILGE, S. Interseccionalidade. São Paulo: Boitempo, 2021.

DUNKER, C. I. L. Mal-estar, sofrimento e sintoma: uma psicopatologia do Brasil entre muros. 1ª. ed. Boitempo, 2015.

GIRARDI, J. F. Impactos psicológicos da imigração voluntária: A experiência de imigrantes universitários. Dissertação de Mestrado. Repositório da UFSC. Disponível em <http://nempsic.paginas.ufsc.br/teses-e-dissertacoes/>. Acesso em Jul/2022.

GIRARDI, J. F.; MARTINS-BORGES, L. Dimensões do sofrimento psíquico em estudantes universitários estrangeiros. Psico, 48(4), 256-263, 2017.

GONZALEZ, L. Por um feminismo afro-latino-americano. Organizado por Flávia Rios e Márcia Lima. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 2020.

LUGONES, M. Colonialidade e Gênero. In: HOLLANDA, Heloisa Buarque de (Org.). Pensamento Feminista Hoje: Perspectivas Decoloniais. Rio de Janeiro: Bazar do Tempo, 2020.

PEREIRA, D. C.; CARRIERI, A. P. Movimentos de Desterritorialização e Reterritorialização na transformação das organizações. Revista FGV- EAESP, 2005. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/raeel/a/fvVDz8fJHHZ8Sjtwsr9Nqpw/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em Jul/2022.

SAFFIOTI, H. Gênero, patriarcado, violência. São Paulo: Expressão Popular, 2015.

SILVA-FERREIRA, A. V. Imigração e saúde mental: Narrativas de estudantes latino-americanos em uma universidade intercultural. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Florianópolis. Disponível em <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/198992>. Acesso em Jul/2022.

UNILA - Universidade Federal da Integração Latino Americana. Relatório de Gestão 2021. Disponível em: https://portal.unila.edu.br/institucional/arquivos/relato_integrado_de_gestao_2021-1.pdf. Acesso em Jul/2022.

Os silêncios produzidos pelos modelos de Política Externa Feminista: estudo de caso sobre a invisibilização de mulheres pertencentes à comunidade 2SLGBTQIA+ nas agendas governamentais vigentes.

Gabriela Rabello de Lima (UQAM, Canadá)

Contacto : gabrielarabello.l@gmail.com

O presente trabalho visa apresentar resultados parciais de pesquisa aprofundada em dissertação de mestrado sobre o estudo comparado dos modelos de Política Externa Feminista (PEF). Para isso, adota-se uma postura dos estudos de comunicação pós-estruturalista e feminista para abordar o lugar de ausência e silenciamento de mulheres pertencentes à comunidade 2SLGBTQIA+. Entende-se por PEF, um modelo político direcionado as relações diplomáticas e exteriores entre os países, em que o tema de igualdade de gênero torna-se um dos objetivos centrais alinhados as ações e acordos comumente estabelecidos neste tipo de política pública. Já, por mulheres pertencentes à comunidade 2SLGBTQIA+, entende-se estas como as sujeitas do feminismo que se autodeterminam pertencendo a categoria de mulheridades e/ou feminilidades. Essas categorias propostas por Nascimento (2021) permitem entender as sujeitas beneficiárias de forma inclusiva, o que descentraliza a essencialização da categoria mulher, permitindo assim compreender como as categorias de gênero são construções sociais realizadas através dos mecanismos de reforços linguísticos e performatividade. Para isso, este trabalho apresentará as propostas que foram estabelecidas no referencial teórico entre as autoras Achilleos-Sarll (2018), Lugones (2007, 2011) e Nascimento (2021) sobre o assunto. Ainda, a metodologia utilizada no trabalho foi o de análise de discurso propostos por Wodak (1997, 2020) e Mathieu (1996), em que também se utilizou os princípios de análise de política externa proposto por Morin (2013) para possibilitar o estudo comparativo destes modelos. Até o momento, temos cinco Estados que implementaram modelos oficiais de PEF que são a Suécia, o Canadá, a França, a Espanha e o México. Todavia, existe casos na literatura não consensuados sobre os países de Luxemburgo e África do Sul. Como parte dos resultados parciais dessa pesquisa, foi possível verificar a construção discursiva de uma instrumentalidade de gênero dos cinco modelos políticos analisados que i) utilizam inadequadamente a terminologia gênero para abordar o tema em suas agendas de PEF, e ii) constroem uma sujeita universal beneficiária deste modelo político proposto, invisibilizando demandas pertinentes a mulheres pertencentes a diferentes grupos interseccionais, entre eles o relacionado a demandas de mulheres pertencentes à comunidade 2SLGBTQIA+. Entende-se que dado a recente temporalidade do estudo de caso, o aumento da discussão acadêmica sobre a temática, bem como o primeiro modelo latino americano ter sido construído pelo México no ano de 2020, este é um campo promissor e emergente para que possam ser estabelecidas discussões com vias a melhorias e redesenhos destes modelos políticos. Visa-se, com a apresentação deste trabalho, oportunizar o fomento da discussão sobre o assunto à comunidade de pesquisa latinoamericana, evidenciando quais são os impactos de omissão dessas sujeitas nesses modelos políticos. Com isso, pretende-se apresentar este trabalho com a intenção de recolhimento de contribuições para avanços de pesquisas futuras sobre o tema.

Referências utilizadas:

Achilleos-Sarll, C. (2018). Reconceptualising Foreign Policy as Gendered, Sexualised and Racialised: Towards a Postcolonial Feminist Foreign Policy (Analysis). *Journal of International Women's Studies*, 19(1), 17.

Lugones, M. (2007). Heterosexualism and the Colonial/Modern Gender System. *Hypatia*, 22(1), 186–219. <https://doi.org/10.1111/j.1527-2001.2007.tb01156.x>

Lugones, M. (2011). Hacia un feminismo descolonial. *La manzana de la discordia*, 6(2), 105–119.

Mathieu, N.-C. (1996). Sexual, Sexed and Sex-Class Identities: Three Ways of Conceptualising the Relationship Between Sex and Gender. En L. Adkins & D. Leonard (Eds.), *Sex In Question* (01 ed., pp. 43–72). Taylor & Francis. <https://doi.org/10.4324/9780203646250>

Morin, J.-F. (2013). *La politique étrangère: Théories, méthodes et références*. Colin.

Nascimento, L. (2021). *Transfeminismo* (1a ed.). Editora Jandaíra. <https://editorajandaira.com.br/products/transfeminismo>

Wodak, R. (1997). Gender and Discourse. En *Gender and Discourse* (pp. 1–20). SAGE Publications Ltd. <https://doi.org/10.4135/9781446250204.n1>

Wodak, R. (2009). *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. Palgrave MacMillan.

Wodak, R. (2020). *The Politics of Fear: The Shameless Normalization of Far-Right Discourse* (2nd ed.). SAGE Publications, Inc.

Entramado campo empresarial, empresarias del Valle de Mexicali silenciadas y discriminadas: hacia una propuesta de acción

Griselda Guillén Ojeda, Ana María Vázquez Espinoza y Nina Alejandra Martínez Arellano
(Universidad Autónoma de Baja California, México)

Contacto : griseldaguillen@uabc.edu.mx

En décadas recientes se ha reconocido la opresión que viven las mujeres por su clase, raza, género y sexualidad, a partir de lo cual surge el enfoque de género, el cual hace referencias a la designación de los roles, prácticas y expectativas que se desarrollan en la sociedad (Ayala, 2018). Si bien hay estudios que abordan a las mujeres empresarias, desde distintas áreas como psicología, antropología y el emprendimiento, por mencionar algunas (De Gortari y Santos, 2010; Pérez, 1996; Santos y De Gortari 2016; Ayala, 2018; Torres, 2012; Serrano, 2014), son escasos los que abordan la discriminación que viven por ser mujeres, en un mundo empresarial (Orlandi, 2017; Zambrano, Urbiola y Vázquez, 2019). En particular, esta investigación, analiza los discursos de las mujeres empresarias del Valle de Mexicali, México, para identificar las dificultades que viven desde el campo empresarial y proponer acciones al respecto.

En México, existe poco emprendimiento por parte de las mujeres, el cual es apenas del 27% comparado con otros países (30% de Colombia, 34% de Chile y 45% de Perú) (OEAP, 2018). Autores como Saavedra y Camarena (2015) y Orlandi (2017), indican que el emprendimiento en la mujer, ayuda a reducir las brechas de género. El constituir una empresa, significa para la mujer independencia financiera, lo cual le brinda la posibilidad de tomar decisiones, desarrollar y demostrar sus habilidades y conocimientos, así también puede combinar familia-empresa, lo que mejora la calidad de vida de ella y la familia. Lo anterior impulsa el desarrollo económico y social (Orlandi, 2017; Zambrano, Urbiola y Vázquez, 2019).

Esta investigación, parte de una postura epistemológica, bajo la postura del paradigma hermenéutico, el cual se basa en la interpretación de los significados que las personas en determinado contexto social, le otorgan a un objeto o situación. La hermenéutica como afirma Vizcarra “va en busca de los procesos de significación reconociendo (crítica y reflexivamente) la implicación ineludible del análisis en el escrutinio del objeto de estudio” (2012, p. 77), por tanto, es el marco para analizar esos procesos de crítica y flexibilidad que las empresarias hacen al desarrollarse en el campo empresarial del Valle de Mexicali. Se realizaron seis entrevistas semiestructuradas a empresarias con edades entre los 25 y 60 años. Sus empresas eran de distintos giros comerciales.

Como resultado, se identificó que las mujeres empresarias que participaron en la entrevista, a través de su discurso dibujan, un entramado que se desarrolla en el campo empresarial del Valle de Mexicali en el cual las mujeres enfrentan un campo empresarial dominado por hombres empresarios, así como discriminación por ser mujeres y si son jóvenes, se acentúa. Adicional, narran acoso por parte de los hombres por percibirlas vulnerables. Las empresarias también brindan testimonio de racismo por su color de piel y estatura. De la misma forma, deben demostrar que saben lo que hacen al participar en el campo empresarial. Estas

cuestiones, impactan en la autoestima de las mujeres empresarias, la cual deben trabajar bajo metáforas impulsadas por el discurso de emprendido como “tengo que creérmela” (INADEM, 2018).

Como parte del proceso de investigación, y en concordancia con aspectos éticos, al valorar el tiempo dedicado por parte de las participantes y el compartir tan abiertamente sus testimonios, se presentaron los resultados de la investigación a las empresarias, explicando cada uno de los entramados resultantes. Esta actividad, permitió propiciar que las participantes, externaron su opinión referente a los resultados. Así también se expresó la propuesta de iniciar el Programa de Apoyo a Mujeres Empresarias, el cual las apoye para organizarse y compartir acciones en común y experiencias que ayuden a reducir, la desigualdad empresarial que se vive en el Valle de Mexicali.

Las empresarias aportaron sugerencias para iniciar y mantener el Programa, entre ellas están el que sea lo menos formal posible, aun cuando sea la Universidad la cual esté organizando las actividades. Adicional a lo anterior, señalaron que se traten temas de interés y se compartan las experiencias de cada una. Otro punto es que sean mujeres solamente, puesto que los hombres (desde su visión) tienen una postura distinta.

Referencias

Ayala Mira, M. (2018). Forjando igualdad. narrativas sobre el desarrollo de liderazgo en microempresarias michiacanas. Mexicalo BC: Universidad Autónoma de Baja California.

De Gortari, R., & Santos Corral, J. (2010). Arendizajes e innovación en microempresas rurales. Ciudad de México | : Juan Pablos Editor.

Instituto Nacional del Emprendedor. (2018). Libro Blanco Política Mypime. INADEM 2013-2018. Ciudad de México: Gobierno de México.

Orlandi, L. B. (2017). Am I an entrepreneur? Identity struggle in the contemporary women entrepreneurship discourse. *Contemporary Economics*, 487-499.

Pérez Lizair, M. (octubre de 1996). El empresario tecnológicamente innovador y su contexto. *Nueva Antropología*,. Nueva Antropología, XV(50), 127-146.

Saavedra García, M., & Camarena Adame, M. (Enero-junio de 2015). Retos para el emprendimiento femenino en América Latina:. *Criterio Libre*, 13(52), 129-152.

Santos Corral, M. J., & de Gortari Rabiela, R. (2016). Las redes, herramientas para la competitividad. México D.F.: Juan Pablos Editor.

Vizcarra, F. (2012). En busca de la frontera y otros ensayos sobre comunicación y cultura. Mexicali: Universidad Autónoma de Baja California.

Zamorano, S. (2014). Representaciones Sociales de los pequeños agricultores sobre la escasez del recurso hídrico en la Provincia de Copiapó region de Atacama. Santiago, Chile.

A população LGBTQIA+ E o ambiente de trabalho

Luís Carlos da Silva (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Karla Cristiane de Oliveira Marcone (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Maria Lívia Pachêco de Oliveira (Universidade Federal da Paraíba, Brasil)

Contacto : luiscarlossilva.lcs@gmail.com

Grupos sociais marginalizados (negros, imigrantes, pessoas LGBTQIA+³, entre outros) ainda sofrem na sociedade contemporânea diferentes formas de invisibilização, preconceito e discriminação, culminando na exclusão das relações sociais e de trabalho. Neste contexto, o presente estudo tem por objetivo traçar reflexões sobre a população LGBTQIA+ e o ambiente de trabalho, trazendo à tona questões silenciadas na atualidade. Trata-se de uma pesquisa bibliográfica que relaciona os conceitos de gênero, diversidade sexual, ambiente de trabalho e comunicação organizacional. As discussões sobre gênero e sexualidade vêm se consolidando na contemporaneidade, visto que grupos sociais estigmatizados passaram a reivindicar seus direitos, entendendo que o cerne da questão envolve disputas de valores, de poder e de comportamentos, devido a predominância da heteronormatividade na sociedade, em que há uma idealização dominante de um pensamento hegemônico, branco, masculino e heterossexual (SILVA, 2022). À vista disso, os sujeitos LGBTQIA+ são postos à margem por estruturas sociais pré-estabelecidas. Com os estudos de gênero, têm-se uma desconstrução das limitações da dimensão sexual que condicionavam o sujeito ao binarismo de gênero (masculino/feminino), e a partir destes estudos, há uma compreensão da diversidade sexual pela ótica da construção social e cultural (SANTOS, 2020; SILVA, 2022). Segundo Scott (1998, p. 15) gênero “[...] não remete apenas a ideias, mas também a instituições, a estruturas, a práticas cotidianas e a rituais, ou seja, a tudo aquilo que constitui as relações sociais”, assim, o conceito é uma categoria analítica para compreender as relações individuais e coletivas dos indivíduos. A busca por legitimidade social das organizações as conduziu ao enfrentamento de problemáticas negligenciadas e silenciadas pelo mercado capitalista devido ao que Álvaro (2013) caracteriza como modo de produção capitalista, em que o próprio sistema se apropria de parâmetros específicos de opressões direcionadas às minorias, justificando a sobreposição de uma determinada classe sobre a outra, mas que vem tornando as empresas responsáveis pela construção social ao qual se estrutura e estabelece nosso cotidiano. Assim, para além de uma adequação capitalista às causas sociais, as organizações precisam fomentar ações para combater a discriminação, incluindo o rompimento dos padrões de neutralidade do ambiente interno para o reconhecimento da identidade de cada sujeito. Conforme destaca PocaHy (2007, p. 19) “a violência que cerca o mundo do trabalho constitui-se uma das searas mais perversas da homofobia. Embora não seja o maior indicador de situação de violência, revela-se nestes casos a difícil luta entre a sobrevivência e a dignidade”, pois, devido ao capitalismo,

³ “Como as identidades de gênero e orientações sexuais são plurais, adotamos nesta pesquisa a sigla LGBTQIA+. As letras correspondem, respectivamente a: lésbicas, gays, bissexuais, o T que abrange três identidades que são: travestis, transgêneros, transexuais, queer, intersexo, assexual e o sinal de mais (+) que corresponde [...] a população não-heterossexual não contemplada pela sigla” (SILVA, 2022, p. 16).

ao mesmo tempo que o trabalho oprime, hierarquiza a sociedade, reconhece e legitima o sujeito através de seus instrumentos institucionalizados como a carteira de trabalho, sendo mais uma forma de colocar indivíduos à margem. Como afirma Pocahy (2007, p. 72), “em nosso tempo, quando se impede que as pessoas trabalhem em razão de sua orientação sexual estamos diante de outra condenação, aquela que remete à morte, pois após a modernidade só o trabalho insere o sujeito na vida (digna) em sociedade”. Pocahy (2007) apresenta quatro momentos que caracterizam de modo amplo e concreto a problemática, quais sejam: fase pré-contratual, contratual, desligamento e pós contrato. A primeira fase se apresenta através de estigmas e estereótipos que são construídos socialmente; a segunda fase relaciona-se ao assédio moral e violação das individualidades, gerando, inclusive, desigualdade salarial; na terceira fase, a homofobia se apresenta como um dos motivos de demissão; e na última, mesmo após o desligamento, o sujeito passa a ter informações distorcidas e disseminadas no mercado, inviabilizando novas oportunidades. Portanto, nota-se um processo de deslegitimação do sujeito não por sua eficiência na sua área de atuação, mas devido a sua identidade de gênero e/ou orientação sexual. Assim, as organizações devem ter mais preocupação com os grupos sociais marginalizados, já que há novos sentidos nas relações sociais, no qual o papel do comunicador nas organizações deve contribuir para a desconstrução de estereótipos e preconceitos (LEMOS; SALVATORI, 2019), visto que trabalhar em um ambiente desfavorável implica em improdutividade dos funcionários, bem como a imagem organizacional torna-se negativa socialmente. Logo, há a necessidade que a comunicação organizacional seja guiada por uma filosofia e política organizacional inclusiva para o público LGBTQIA+, que possibilite uma comunicação com valores relevantes a seus públicos e seus ideais. Nessa “arena política” se estabelecem as práticas e políticas organizacionais em relação ao exercício do poder, que demandam da comunicação organizacional estratégias para gerir cenários de conflitos a fim de tornar-se consciente diante de suas políticas e ações na superação dos sistemas de poder e opressão, com o propósito de gerar cooperação entre todos que fazem parte da organização (LEMOS; SALVATORI, 2019).

Referências

- ÁLVARO, M. C. Feminismo, lutas de classe e consciência militante feminista no Brasil. 2013. 408 f. Tese (Doutorado em Serviço Social) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2013.
- LEMOS, E.; SALVATORI, P. (Org). Comunicação, diversidades e organizações: pensamento e ação. 1. ed. – São Paulo: Abrapcorp, 2019.
- POCAHY, F. (Org.). Rompendo o silêncio: homofobia e heterossexismo na sociedade contemporânea. Porto Alegre: Nuances, 2007.
- SANTOS, R. N. R. Regime de informação das políticas públicas LGBTI+ no Brasil. 2020. 160 f. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2020.

SCOTT, J. La citoyenne paradoxale: les féministes françaises et les droits de l’homme. Paris: Albin Michel, 1998.

SILVA, L. C. A resiliência informacional no contexto da homofobia: o papel das práticas informacionais no espaço LGBT de João Pessoa-PB. 2022. 119 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação) – Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2019.

**Procesos organizativos y comunicación de un grupo de mujeres indígenas en la ciudad:
el caso de la Fundación Tejedoras Ancestrales de Vida**

Mónica Marión Cataño Otálora (Pontificia Universidad Javeriana Cali, Colombia)

Contacto : mmarion@javerianacali.edu.co

Cuando se habla de organizaciones se alude a aquellas formas de organización legalmente constituidas que pertenecen a algún sector bien sea del ámbito privado, público o del tercer sector y a todas ellas les antecede un proceso que resulta de la voluntad de las personas o partes que se unen para actuar en el mercado, como sucede con las empresas; para dar cumplimiento a los asuntos ciudadanos en cumplimiento de la función pública o para incidir en el ámbito social, atendiendo las demandas sociales que al mercado no le interesan y que el Estado no alcanza a cubrir, tal y como sucede con las organizaciones del tercer sector.

Los procesos organizativos devienen y derivan en organizaciones que logran reconocimiento jurídico y político una vez se registran ante los organismos que les otorgan existencia legal y una vez son creadas empiezan a realizar sus acciones para dar cumplimiento a sus propósitos, misión u objetivos.

Estos procesos organizativos se gestionan de acuerdo con los principios de quienes participan de ellos, de acuerdo con el sector y según la planificación estratégica, premisas que generalmente proceden de la administración, sin embargo, en esta ponencia quiero presentar cómo un proceso organizativo derivó en una organización del tercer sector teniendo como plataforma a la comunicación participativa y para el cambio social a través de la investigación acción participativa en un diálogo de saberes intercultural.

La Fundación Tejedoras Ancestrales de vida es una organización que surgió como colectivo de mujeres indígenas que llegaron a la ciudad de Cali - Colombia con el propósito de encontrar otras alternativas de vida a la que tenían en sus territorios ancestrales, caracterizados por la violencia, el conflicto armado, la falta de oportunidades para subsistir. Se vincularon en las dinámicas productivas urbanas a través del servicio doméstico, trabajando como empleadas internas en casas de familia y los fines de semana, cuando tenían “salida” se encontraban en un parque de la ciudad a tejer, a hablar en su lengua autóctona, el nasayuwe y a compartir sus experiencias de vida y “menosprecio” concepto de A. Honneth, que padecían en sus trabajos.

Como resultado de sus encuentros empezaron a organizarse y a buscar alternativas para luchar por sus derechos como mujeres, como indígenas y como trabajadoras del servicio doméstico y, con el apoyo de una fundación, conformaron la organización Miriam Yaneth Tacam, nombre que acogieron de una menor de edad, indígena nasa, que fue llevada por su padre a trabajar interna en un apartamento y la niña, al sentirse privada de su libertad, unió sábanas y se dio a la fuga por una ventana con el trágico desenlace de su muerte. La fundación fue creada en 2008 y permaneció inactiva durante siete años. En el año 2015, el grupo de mujeres indígenas solicitó apoyo en comunicación cuando observaron que un grupo de personas acudían al parque con regularidad y con equipos de grabación y, a partir de ese año,

empezamos a trabajar desde la comunicación tejiendo un camino orientado al reconocimiento mutuo para trazar rutas conjuntas de acción.

Los primeros encuentros estuvieron orientados a aprender sobre la cosmovisión ancestral, sobre el sentipensar nasa, conocer las historias de vida de las indígenas en la ciudad, las experiencias de menosprecio así como conocer el territorio, las prácticas ancestrales, participar en los rituales; desde el lugar de la comunicación, enseñamos sobre la visibilidad que se logra con comunicación externa, la producción comunicativa, el trabajo con los lenguajes; procesos realizados a través del diálogo de saberes y con un objetivo construido de manera colectiva: visibilizar el colectivo de mujeres. Los resultados de estos encuentros dieron como resultado la creación de dos piezas de comunicación, un audiovisual y una página web. Con el trabajo de comunicación en circulación fue necesario reactivar la organización para lo cual se realizaron diferentes acciones, unas con la guianza de los mayores, sabedores ancestrales o thë walas y otras, desde las prácticas comunicativas y de gestión administrativa. Los thë walas recomendaron cambiar el nombre de la organización y armonizar a los integrantes y desde la comunicación apoyamos el proceso de transformación de estatutos, apertura de cuenta bancaria, situación que implicó tensiones en la gestión financiera por la discriminación étnica, hasta obtener los certificados de existencia legal.

Después de ocho años de acompañamiento, la fundación cuenta con un portafolio de servicios, participa en las convocatorias de proyectos culturales del Estado, ofrece talleres de tejido ancestral y sus piezas artesanales son exhibidas en un local del parque artesanal Loma de la Cruz en Cali-Colombia. En el año 2020, la representante legal de la fundación fue reconocida con el premio cultural a “Toda una vida” por su trayectoria como artesana y en el 2021, participaron en el principal evento nacional de exhibición y promoción de artesanías del país “Expoartesanías 2021”.

En este trabajo me propongo realizar una narrativa analítica que presente las tensiones entre la concepción de los procesos organizativos propios de los territorios ancestrales y las formas en las cuales se constituyen organizaciones en la ciudad, evidenciando que la comunicación es la que permite la intersección y la articulación entre las concepciones, las prácticas organizativas.

EJE 2- MESA 3/ EIXO 2- MESA 3

Organizaciones silenciadas/ Organizações silenciadas

Estratégias de diagnóstico organizacional na análise das relações de trabalho no contexto das organizações do terceiro setor

Caroline Delevati Colpo y Isadora Pricila Jácome Ramalho (Universidad Federal da Paraíba, Brasil)

Contacto: carolinecolpo@gmail.com

O trabalho de caráter teórico, tem como objetivo refletir sobre as estratégias de diagnóstico organizacional que podem ser utilizadas para alcançar uma comunicação excelente, no contexto das organizações do terceiro setor.

Diferentes autores se debruçam nos estudos da cultura organizacional, por entender a relevância da cultura e a forma como ela se manifesta nas organizações. Para Duarte e Barros (2015), a cultura organizacional é o constructo de valores e pressupostos possíveis de uma organização. As organizações são ambientes formados por indivíduos com características próprias, e portanto, caracterizam-se como detentoras de uma cultura com sistemas de crenças, rituais, símbolos, entre outros. Esses elementos podem se manifestar através da utilização de metáforas, que ajudam na descrição da organização pela utilização da comparação, como time, família, rede e equipe.

Dessa forma, a comunicação e a cultura estão diretamente ligados, pois não há cultura sem comunicação e o inverso também é legítimo. Duarte e Barros (2015), destaca que seria praticamente impossível desvencilhar a cultura de comunicação uma vez que ambas estão presentes nos processos de construção e compartilhamentos de sentidos. Dentro do âmbito organizacional é fundamental avaliar determinados elementos como a cultura, comunicação e suas trocas. Nesse sentido, torna-se fundamental a utilização de métodos e técnicas de pesquisas capazes de avaliar a qualidade de vida dos trabalhadores. Kunsch (2006), afirma que para a obtenção de um possível diagnóstico organizacional torna-se necessário compreender a cultura da organização e como ela se manifesta na prática independente de ser organizações privadas, públicas ou não governamentais.

As Organizações Não Governamentais (ONGs) são entidades de caráter privado sem fins lucrativos, que juridicamente podem ser associações ou fundações, e atuam pelo interesse público. Para Tachizawa (2019), essas fundações surgem no cenário brasileiro com o objetivo de sanar déficits do primeiro e segundo setor, além de promover a cidadania. Dessa forma, podem ter como foco de atuação a educação; a comunidade; a saúde; a cultura; as crianças e adolescentes; o meio ambiente e outras categorias de atuação.

As ONGs, historicamente, começaram a existir em anos de regime militar, acompanhando um padrão característico da sociedade brasileira, onde o período autoritário convive com a

modernização do país e com o surgimento de uma nova sociedade organizada, baseada em ideários de autonomia em relação ao Estado, em que sociedade civil tende a confundir-se, por si só, com oposição política. (TACHIZAWA, 2019, p. 11)

Segundo Tachizawa (2019), as atividades desenvolvidas por essas organizações podem ser: assessoria, educação popular, educação para a cidadania, pesquisa, análise, informação, campanhas, denúncias, capacitação e educação política. Nesse sentido, são ambientes relevantes para a sociedade com o grande potencial da promoção da cidadania e da educação.

Como toda organização, faz-se necessário a avaliação do clima organizacional através de ferramentas de pesquisas para garantir uma comunicação excelente entre gestores e trabalhadores. As estratégias de diagnóstico organizacional que podem ser utilizadas são muitas, todavia a Auditoria de Comunicação ganha um destaque particular visto que se adequa perfeitamente às Organizações Não Governamentais.

Dessa forma, a auditoria de comunicação é uma das ferramentas que pode ser utilizada na construção de um diagnóstico organizacional. Esta auditoria está sempre vinculada ao contexto organizacional. Para Duarte e Barros (2015), o objetivo é monitorar o desempenho da organização, identificar os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças, com o objetivo de monitorar a eficácia de suas ações perante os diferentes públicos da organização, incluindo os trabalhadores. Nem sempre os trabalhadores conseguem ter voz ou autonomia no ambiente de trabalho e isso pode gerar ruídos na comunicação entre os indivíduos. Terciotti (2013 p. 05) descreve ruído como “tudo aquilo que interfere na comunicação ocasionando perda de informação durante a transmissão da mensagem”. Todavia as ferramentas de diagnóstico organizacional podem auxiliar no processo de comunicação excelente entre gestores e trabalhadores.

Na auditoria, são realizados comentários e recomendações à direção vigente. A auditoria tem como cerne as pesquisas para a elaboração de programas e planos de ação de comunicação. Portanto, através das reflexões apresentadas, o profissional de comunicação se apresenta como qualificado para realizar o diagnóstico comunicacional organizacional, principalmente para a elaboração da auditoria de comunicação. Os métodos e as técnicas de pesquisas nas organizações são realizadas para a elaboração de programas e planos de ação de comunicação que podem solucionar problemas e amenizar conflitos, como também reafirmar a cultura e melhorar o clima organizacional. a auditoria de comunicação organizacional é um método de diagnóstico que visa o estudo e a melhoria das formas de comunicação entre gestores e trabalhadores presente nas organizações do terceiro setor.

Referências

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (org.). Métodos e Técnicas de Pesquisa em Comunicação. 2 edição. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2015. 379 p. ISBN 978-85-224-4533-2.

KUNSCH, Margarida. Obtendo Resultados: com Relações Públicas. 2 edição. ed. atual. São Paulo: Cengage Learning, 2006. 275 p. ISBN 85-221-0509-x.

TACHIZAWA, Takeshy. Organizações Não Governamentais e Terceiro Setor: Criação de ONGs e Estratégias de Atuação. 7 edição. ed. rev. São Paulo: Editora Atlas, 2019. 255 p. ISBN 978-85-97-02217-9.

TERCIOTTI, Sandra Helena. Comunicação empresarial: Na prática. 3 edição . ed. [S. l.]: Editora saraiva, 2013. 236 p. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/reader/books/9788502193994/pageid/245>. Acesso em: 21 mar. 2022.

Redes sociales y Tercer Sector: análisis del uso de facebook e instagram en ONG presentes España y Chile

Sonia-Aránzazu Ferruz González (Universidad Internacional de la Rioja, España)

José Catenachi (Universidad Central, Chile)

Cecilia Claro M (Universidad de los Andes, Chile)

Contacto : soniaaranzazu.ferruz@unir.net

Las organizaciones del tercer sector juegan un rol fundamental en la dinámica de las naciones por cuanto contribuyen a resolver problemáticas sociales que muchas veces quedan fuera del campo de acción de los gobiernos (Arévalo Martínez y Ortiz, 2018). Entre sus actividades se encuentran su aporte a la educación, investigación, salud, arte y cultura. Estas instituciones son según Theodore Levitt (1973) “como el espacio de actuación pública que no cubre ni el Estado ni el mercado” (como se cita en Montserrat Balas, 2010)

El avance tecnológico y la digitalización ha permitido un cambio en la forma de conectarse que tienen ellas con sus públicos. Si antiguamente la comunicación que realizaban se centraba principalmente en la captación de fondos, hoy la comunicación que ellas hacen debería apuntar a una relación con la ciudadanía que busque formación en temas de desarrollo, fundiendo los elementos comunicativos, educativos y culturales (Iranzo y Farmé, 2014) y constituyéndose como facilitadoras de la transformación (Santolino, 2013).

Si organizaciones con fines de lucro han visto un cambio ya que, consumidores y organizaciones interactúan de manera activa adquiriendo información sobre bienes y servicios (Meza, 2015), lo mismo ocurre con las instituciones sin fines de lucro. La comunicación que se realizaba de forma unidireccional ha evolucionado hacia una comunicación en la que hay mayor diálogo y relación entre la organización y sus públicos. El diálogo entre la organización y sus públicos basado en la

La finalidad del proyecto es doble. Por un lado, conocer cómo es el uso en el ámbito de la comunicación que hacen un grupo de ONG de las redes sociales -en concreto Facebook e Instagram-, en el entendido de cómo gestionan su presencia pública, en qué asuntos centran su actividad y cuál es la interacción y relación con los diferentes grupos de interés.

Por otra parte, el estudio busca entender y comparar la comunicación que hacen las organizaciones del tercer sector en distintos países, específicamente en España y Chile, con el objetivo de descubrir cómo están conectando con sus públicos, cuáles son las diferencias (si las hay) y el nivel de confianza que proyectan.

Este análisis comparativo resulta enriquecedor, puesto que nos permite descubrir cómo ajustan sus estrategias de comunicación en estas dos redes sociales en estos dos países.

Para la investigación se decide utilizar Facebook por cuanto tiene una importante cantidad de usuarios, es de fácil uso, es muy utilizada en comunidades y adultos (Almansa y Castillo, 2017). En el caso de Instagram, red que permite compartir fotografías de modo sencillo con usuarios que siguen a la organización.

El presente estudio busca analizar las prácticas en comunicación y uso de redes sociales por parte de organizaciones del Tercer Sector presentes en Chile y España.

La metodología utilizada es de carácter cuantitativo. Esta consistió en la revisión durante un mes de las redes sociales Facebook e Instagram de 25 ONG con presencia en Chile y de 25 instituciones con actividad en España. De las 50 ONG analizadas 14 están presentes en ambas naciones.

La selección de la muestra se centró en organizaciones presentes en las áreas determinadas para esta investigación: tercera edad, migración, infancia, emergencia y medioambiente. Los temas analizados apuntan a frecuencia de publicaciones; tipo de contenido; temas abordados (financiación, actividad, proyectos, voluntarios); contexto (general o sectorial); temas propios de las organizaciones como son trabajo, ciudadanía e integridad; formato utilizado para publicar; estilo; enfoque (difusión o interacción) y en el caso de la interacción el modo en que esta se efectúa.

El estudio está en proceso y se incluye el análisis de 2420 post emitidos por las organizaciones y las respectivas interacciones generadas a partir de ellas con sus seguidores.

El debate parlamentario en perspectiva comunicativa y organizacional. El caso de creación de la Guardia Nacional en la Cámara de Diputados de México.

José Alberto Rodríguez Robledo (Universidad Autónoma de San Luis Potosí, México)

Julio César Contreras Manrique (Colegio de San Luis, México)

Contacto : alberto.rdzrobledo96@gmail.com

El debate parlamentario es un tipo de comunicación política mediante el cual las y los legisladores y sus grupos parlamentarios informan, persuaden y argumentan ideas sobre problemáticas y soluciones legislativas que demandan diversos sectores sociales. Este tipo de comunicación organizada en el legislativo, resulta relevante para llevar a cabo las actividades sustantivas de los legislativos como la legislación y la fiscalización de poderes. No obstante, existe el supuesto de que no incide en la toma de decisiones legislativas y en la hechura de políticas públicas (Bächtiger, 2014; Carbó, 1993). Asimismo, en México hay un proceso de institucionalización iniciado en 1997, que racionaliza el debate y el quehacer legislativo (Valencia, 2020).

Por otro lado, los estudios del discurso parlamentario (Ilie, 2010), han pasado por alto que el debate parlamentario ocurre en un contexto organizacional y que las comunicaciones implementadas en su operación pueden ser tratadas como organizacionales. Entonces, a fin de comprender el uso del debate parlamentario en la legislación, reconociendo su naturaleza organizacional y comunicativa, se realizó una investigación en la que se analizaron las diferencias y similitudes en los usos de los mensajes y flujos de comunicación organizacional empleados en el debate parlamentario generado en torno a la creación de la Guardia Nacional en México, realizado el 16 de enero de 2019 en la Cámara de Diputados federal.

Dicho debate sucedió en un contexto político de cambio de gobierno en México liderado por el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO), quien a lo largo de su carrera por la presidencia criticó duramente las estrategias de seguridad adoptadas por los presidentes Felipe Calderón Fournier y Enrique Peña Nieto, las cuales consistían en utilizar a las fuerzas armadas en tareas de seguridad pública y combatir el narcotráfico de manera coercitiva. El triunfo de AMLO se fortaleció con la ocupación de escaños en el Congreso federal, mismos que le permitieron contar con la mayoría calificada, es decir, las dos terceras partes de los escaños necesarios para hacer cambios de rango constitucional.

Por lo que la primera reforma de rango constitucional apoyada por el nuevo gobierno de AMLO fue la de Guardia Nacional, la cual consistió en reformar los artículos 13, 16, 21, 31, 32, 36, 55, 73, 76, 78, 82, 89 y 123 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (IL-GN, 2018, p.1), con el fin de legalizar la participación de las fuerzas armadas en tareas de seguridad pública mediante la creación de una nueva institución policial llamada Guardia Nacional.

El marco teórico de la investigación se construyó a partir de la propuesta de Goldhaber (1975) para analizar los mensajes de comunicación organizacional. De acuerdo con el autor, estos se clasifican conforme al flujo y los propósitos de mensaje como flujos ascendentes o

descendentes y mensajes de tarea, mantenimiento y humanos. Si bien dicho modelo pertenece al enfoque empírico analítico de la comunicación organizacional (Medina, 2005), y aunque el fin de la investigación no fue mejorar en sí la comunicación sino comprenderla, el modelo se empleó para objetivar la comunicación organizacional, es decir, para explicitar los flujos y mensajes que circulan en el debate y que tienen que ver con una categorización organizacional de la comunicación. De esta manera se interpretó el debate desde el campo disciplinar de la comunicación organizacional y no en otro, posteriormente dicha comunicación organizacional se interpretó desde el paradigma crítico (Van Dijk, 2009).

Se diseñó una metodología mixta con enfoque en lo cualitativo y se utilizó como técnica de investigación a la revisión documental. Se recopiló la versión estenográfica del debate parlamentario sobre la Guardia Nacional publicada en el sitio web de la Cámara de Diputados de México y un video correspondiente al mismo debate publicado por la misma Cámara en la red social YouTube. El muestreo del corpus discursivo de la investigación se conformó por 28 intervenciones, 14 a favor y 14 en contra, correspondientes a la discusión en lo general del debate.

El análisis de datos se realizó a través de la codificación guiada por conceptos y datos (Gibbs, 2012), por lo que se codificó el corpus de acuerdo a una lista de códigos hecha a partir del modelo de Goldhaber (1975). Derivado de esta codificación se hizo un análisis cuantitativo que consistió en cuantificar las frecuencias en las que aparecieron las categorías analíticas. Y, por otro lado, también se realizó un análisis cualitativo que consistió en tomar como base a los extractos del corpus codificado para después darle una interpretación crítica.

Los resultados arrojaron similitudes y diferencias en los usos de la comunicación organizacional entre la coalición proponente y la coalición opositora. La coalición proponente enfocó sus mensajes de mantenimiento en legitimar a sus grupos parlamentarios -a excepción del Partido Movimiento de Regeneración Nacional (Morena)-, sus mensajes de tarea se enfocaron en exponer las virtudes del artículo 21 constitucional, el proceso legislativo y las audiencias públicas y los mensajes humanos en resaltar la confianza en el Presidente de la República. Por otro lado, la coalición opositora enfocó sus mensajes de mantenimiento en legitimar a sus grupos parlamentarios, a deslegitimar a la coalición proponente y a la Cámara de Diputados, sus mensajes de tarea se enfocaron en criticar el artículo 21 constitucional, el proceso legislativo y las audiencias públicas y los mensajes humanos en hacer conciencia a la coalición proponente sobre los riesgos de aprobar la Guardia Nacional. Por último, se encontraron similitudes en la forma en que las y los legisladores de ambas coaliciones estructuraron sus flujos tanto ascendentes como horizontales en el inicio y al final de sus intervenciones.

Se concluyó que el debate parlamentario opera a través de la comunicación organizacional, que la configuración política de la organización legislativa delinea la manera en la que se estructuran los flujos y mensajes de comunicación organizacional. Por otro lado, se validó el supuesto de que el debate parlamentario en el pleno no incide en la toma de decisiones, ya que en ningún momento se identificó algún cambio de postura o sentido de voto de parte de algún legislador o legisladora. Sin embargo, el debate fue de utilidad para activar los

procedimientos organizativos en el pleno, mismos que le dieron validez legal a la reforma constitucional en materia de Guardia Nacional para turnarla a la cámara alta. Por último, se concluyó que el debate parlamentario incidió en otro momento y en otro espacio, es decir, en la Comisión de Puntos Constitucionales y en las audiencias públicas, ya que sólo en estos entornos organizacionales se cambió significativamente la propuesta de reforma constitucional.

Referencias

Bächtiger, A. (2014). Debate and deliberation in legislatures. Oxford: Oxford University Press.
Carbó, T. (1993). "Nosotros, que nos quisimos tanto..." La escena discursiva en la Cámara de Diputados. Discurso, primavera de 1993, pp. 69-95.

Gibbs, G. (2012). El análisis de datos cualitativos en Investigación Cualitativa. Madrid: Morata.
Goldhaber, M. Gerald (1975). ¿Qué es la comunicación organizacional? En Goldhaber, M. Gerald. Comunicación organizacional (pp.15-34). México: Logos (1974).

Ilie, Cornelia (2010). Analytical perspectives on parliamentary and extra-parliamentary discourses. Journal of Pragmatics, 42 (4), pp. 879-884.

Iniciativa de Ley de Guardia Nacional (IL-GN) (2018). Recuperado de <http://www5.diputados.gob.mx/index.php/esl/content/download/132236/661954/file/Iniciativa%20Guardia%20Nacional.pdf>

Medina, H. S. (2005). Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos. Revista Latina de comunicación social, 8 (60), pp. 1-7.

Valencia E. Laura (2020) Institucionalización en el Congreso Federal. Transición y Cambio. En Martínez, L. Cornelio/ Mirón L. Rosa M., / Zepeda M., José P. Transición y Cambio en el Congreso Mexicano (pp. 23-52). México: Instituto Belisario Domínguez.

Van Dijk, T. A. (2009). Discurso y poder. Gedisa, España.

La comunicación de las ONG en España. Análisis de su estrategia comunicativa.

Antonio Castillo Esparcia, Andrea Moreno y Elizabet Castellero (Universidad de Málaga, España)

Contacto : acastilloe@uma.es

En el campo de las relaciones públicas uno de los problemas ha sido la incorrecta traducción del término public relations, que se debería traducir como relaciones con los públicos. Ese concepto de lo que debe ser la dirección y gestión de la comunicación ha sido interpretado e interiorizado por las organizaciones a partir de su propia tipología y característica. Así, las empresas han centrado su acción de comunicación en la preeminencia de los intereses empresariales frente a otros espacios como son los propios trabajadores o la función social de la empresa. Frente a ese modelo gruniano han surgido otros espacios como son la Escuela Europea de Relaciones Públicas (Matrat, Boiry, Ugeux) o la corriente crítica (L'Etang, Edwards o Weaver). Sin embargo, las organizaciones sociales no han centrado su actividad comunicativa en ese modelo de excelencia, sino que por sus particularidades han acometido una acción de gestión de públicos que les permitan difundir, conocer, explicar, valorar y evaluar sus relaciones con los diferentes públicos con los que se relaciona.

Las Ong han venido desempeñando un papel esencial en aquellos aspectos en los que el Estado no puede o no quiere llegar, por lo que desarrollan una actividad esencial para la sociedad civil, desde la sociedad civil. Su actividad comunicativa implica la organización de un gabinete de comunicación que dirija, organice y elabore técnicas de comunicación (Almansa, 2011).

Las diversas investigaciones que se han realizado sobre la actividad comunicativa de estas organizaciones ha permitido comprobar la complejidad de sus públicos a partir de los diferentes objetivos, tal como han señalado Castillo-Esparcia, Kunch y Haswanit (2017):

- Focalización de las temáticas que defiende la organización;
- Educación sobre la población y los líderes políticos y sociales (Psacharopoulos; Woodhall, 1987);
- Sensibilización social (Ortega, 2007);
- Legitimidad para defender demandas sociales (Sikirit, 2003; Castillo, 2007);
- Transparencia sobre la actuación y la asignación de recursos;
- Reclutamiento de miembros, asociados, simpatizantes y colaboradores (Sikirit, 2003; Seo, Kim y Yang, 2009);
- Fomento de la participación a través de los actores que se convocan o mediante el activismo social o digital.

En este sentido, las ONG para poder disponer de independencia en su gestión deben disponer de suficientes recursos económicos que provienen principalmente de las aportaciones de los afiliados y de los simpatizantes. Eso les permite autonomía frente a los poderes públicos y libertad para centrarse en aquellos ámbitos que mejor se organizan a partir de sus intereses. Para ello, deben desarrollar una compleja actividad de comunicación que aborde los intereses de la organización y que establezca relaciones adecuadas con sus diferentes públicos. De ahí, que la estrategia de comunicación deba gestionar esa complejidad de relaciones.

Para poder profundizar en cómo se gestiona la comunicación se va a explicar una investigación sobre cómo es la organización interna de las principales Ong españolas (Unicef, Médicos Sin Fronteras, Greenpeace, Amnistía Internacional, Cruz Roja y Acnur), analizando su estructura comunicativa (el personal que trabaja, los perfiles académicos y formativos) y las principales herramientas de comunicación. Con ello, se podrá disponer de un perfil sobre quién trabaja y qué hacen para gestionar la comunicación.

Observatorio de los Gabinetes de Comunicación. Evolución en los sectores público, social y empresarial

Ana Almansa-Martínez y Sara López-Gómez (Universidad de Málaga, España)

Contacto : aam@uma.es

Un grupo de investigadores españoles vienen participando en los últimos años en el Observatorio de los Gabinetes de Comunicación, Proyecto de Investigación financiado por la Junta de Andalucía y coordinado por Antonio Castillo Esparcia y Ana Almansa Martínez. En esta intervención se pretenden presentar los principales resultados, especialmente en lo que concierne a la gestión de la comunicación en los diferentes sectores.

La proliferación actual de los gabinetes de comunicación viene motivada por la trascendencia alcanzada por la comunicación en nuestra sociedad. Cualquier organización necesita de una estructura organizativa que le permita gestionar convenientemente las relaciones con los públicos -internos y externos-, de los que está supeditada su supervivencia.

Sobre los gabinetes de comunicación y las direcciones de comunicación existe ya una fundamentación teórica. Autores como Castillo-Esparcia (2002), Cárdenas-Rica (2005), Almansa-Martínez (2011), Gabino-Campos (2002), García-Orosa (2009), Fernández-Souto y Vázquez-Gestal (2011), Costa-Sánchez (2012) o Moreno-Fernández, Khalil y Gómez (2018), entre otros, han analizado el fenómeno.

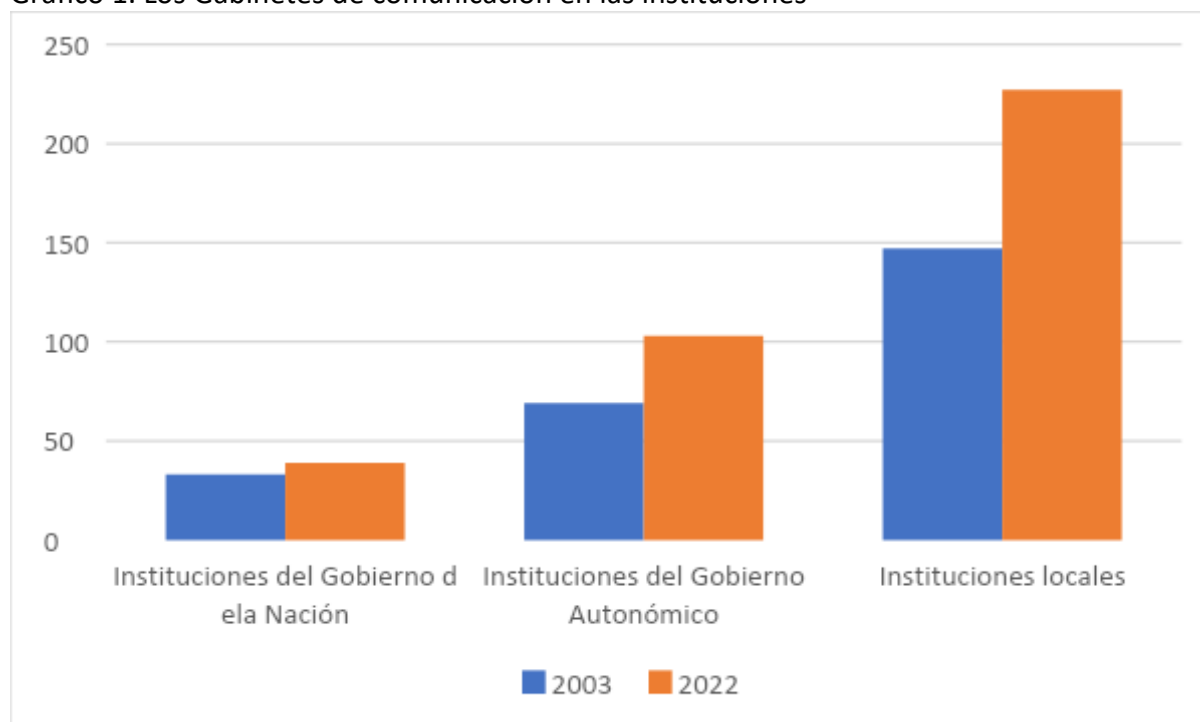
Este proyecto de investigación tiene como objetivo principal observar, analizar y estudiar la evolución del estado de las direcciones de comunicación, tanto en el sector público como en el privado y en el social. Se ha realizado un estudio longitudinal comparativo de principios del siglo XXI a la actualidad (2003-2022) en Andalucía, comunidad autónoma con más habitantes y una de las más extensas de España. Gracias a la revisión documental, se ha podido determinar el número y grado de implantación de los gabinetes de comunicación por sectores.

Los resultados muestran un crecimiento en el número de gabinetes de comunicación generalizado, ya que en la actualidad todo tipo de organizaciones suelen contar con departamentos de comunicación.

Gabinetes en el sector público

Los departamentos de comunicación en las distintas administraciones públicas registran importantes incrementos. Pero son las administraciones locales el sector en el que más han crecido.

Gráfico 1. Los Gabinetes de comunicación en las instituciones



Fuente; elaboración propia.

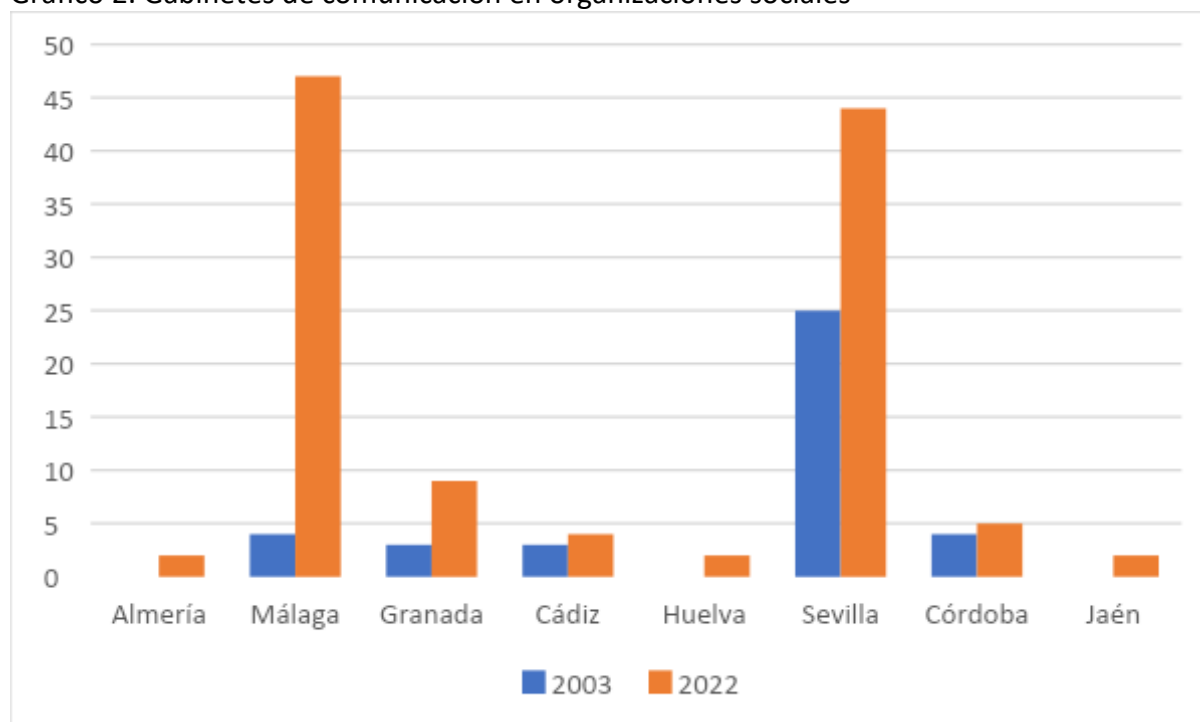
Los gabinetes de comunicación en las administraciones locales (diputaciones, mancomunidades y ayuntamientos) suponen en la actualidad más del 26% del total de departamentos de comunicación existentes en toda Andalucía.

Muy significativo también es el caso de las universidades, que tanto en el 2003 como en la actualidad cuentan con departamentos de comunicación en su totalidad. El cambio que se ha producido en estos últimos años es que, en algunas universidades, también organismos dependientes de la entidad educativa (institutos, fundaciones, etc.) disponen de gabinetes de comunicación.

Gabinetes en Organizaciones Sociales

Las organizaciones sociales o entidades del tercer sector (ONG, asociaciones, fundaciones, etc.) experimentan en los últimos 20 años un extraordinario crecimiento en cuanto a los gabinetes de comunicación con los que cuentan. Han pasado de menos de 40 departamentos de comunicación en 2003 a 115 en 2022, es decir, se han triplicado.

Gráfico 2. Gabinetes de comunicación en organizaciones sociales



Fuente: elaboración propia.

La evolución social vivida en estos 20 años y la potenciación de la participación ciudadana en la toma de decisiones ha influido en el incremento de organizaciones sociales. Organizaciones que precisan de la comunicación para sensibilizar a la ciudadanía sobre la causa o interés por el que existen.

Consultoras y empresas de comunicación

Otro sector que ha vivido en los últimos años un crecimiento exponencial es el de las Consultoras, asesorías o empresas de comunicación, triplicando su número, ya que se ha pasado de 47 a 133. En la actualidad, los gabinetes externos suponen más del 15% del total de gabinetes de la comunidad autónoma.

El crecimiento se ha producido en todas las provincias. Sin embargo, ha sido especialmente llamativo en Sevilla y Málaga. En Sevilla se han duplicado las empresas y en Málaga se ha sextuplicado, pasando de apenas 5 consultoras a 29 en la actualidad. Realmente el dato de Málaga en 2003 era bastante pobre, pero el incremento experimentado ha situado a Málaga en un segundo lugar destacado en Andalucía, en cuanto a empresas de comunicación. La evolución del sector de las empresas de comunicación en Málaga está teniendo mucho que ver, también, con la evolución de la propia ciudad (ciudad con gran oferta cultural, con candidaturas a ser capital cultural, sede de exposición internacional, etc.). Posiblemente, el hecho de que exista en la Universidad de Málaga una amplia oferta formativa especializada

en Relaciones Públicas y Dirección de Comunicación haya influido en el auge del sector de las empresas de comunicación.

Aunque Málaga es la que más crece, Sevilla sigue siendo la provincia en la que más empresas de comunicación existen. Concretamente, 1 de cada 3 consultoras ubicadas en Andalucía, están la provincia de Sevilla

Digitalización

En lo que sí se han producido cambios es en la digitalización de la comunicación. Ahora, las organizaciones, además de tener una web, cuentan con perfiles en las principales redes sociales. Las redes que más utilizan los gabinetes de comunicación andaluces son Facebook, Twitter e Instagram, seguidas a cierta distancia por LinkedIn y Youtube. La presencia del resto de redes es prácticamente anecdótica: algún caso de Pinterest, TikTok, Twitch, Telegram y Flickr. Esta dinámica se repite tanto en el sector público, como en el privado como en el social.

De este modo, la digitalización de la comunicación y la implementación prácticamente plena de gabinetes de comunicación en las organizaciones andaluzas han sido los dos ámbitos en los que se han producido cambios en el sector en las primeras dos décadas del siglo XXI.

EJE 3- MESA 4/ EIXO 3- MESA 4

Problemáticas silenciadas/ Problemáticas silenciadas

Cooperación y acción ciudadana : Las bases de procesos de transformativos locales

Sonia Garcia Oñate (Universidad Externado de Colombia)

Contacto : SONIA.GARCIA@uexternado.edu.co

Dentro de las acciones más comunes para aportar al desarrollo social es apoyar los emprendimientos de una comunidad, en cierta determinada zona; muchos de ellos proyectados sobre la potencialización de las características del territorio; esto atendiendo a la valoración de la naturaleza o de las tradiciones locales como elementos valorados hoy en actividades como el turismo, por ejemplo.

No obstante, varios de estos emprendimientos no sobreviven una vez se retiran las instituciones mentoras, es decir no son sostenibles en el tiempo, en ocasiones por falta de desarrollo de capacidades, o de apropiación del conocimiento, pero especialmente porque no se logra la construcción de redes humanas en el territorio o tejido social, que facilite el fortalecimiento de estas iniciativas dentro de la misma comunidad, elemento esencial para la proyección como lugar que es deseable visitar por ser una experiencia integral; en otras palabras no hay procesos organizativos, ni de identidad y pertenencia que potencien el desarrollo humano y territorial, en términos económicos no se forma capital social, entendido como una red de relaciones basadas en el reconocimiento y la confianza que facilitan el beneficio mutuo.

Este fenómeno de baja densidad del tejido social fundamentado en la cooperación y en el comportamiento como ciudadano es un asunto de carácter organizativo y comunicativo, pues se refiere a los aspectos cognitivos, valorativos y de creencias que permiten la construcción de un sistema, que puede vincularse a otros sistemas o entidades sociales, de ahí su importancia, pues la cooperación y el interés por la construcción de lo que a todos nos afecta, o lo público, es condición para la inclusión, y la equidad.

En este panorama podemos hablar de cómo la comunicación construye redes y formas de cohesión social que faciliten la construcción de una cultura comunitaria, que facilite visibilizar sus representaciones y discursos, como un cuerpo flojamente coordinado que pueda proyectarse para hacerse reconocer de otros y dar a conocer su valor.

Para abordar la cooperación y sus condiciones de desarrollo podríamos hablar de procesos participativos, de asociación, de fortalecimiento de las capacidades y el desarrollo de acuerdos para lograr acciones coordinadas, así mismo se requiere visibilizar su identidad y la construcción de lo público, acciones que probablemente tengan algunos requerimientos en particular dependiendo del lugar en el que se requiera implementar.

Ahora bien, la cooperación, participación y asociación, son fenómenos de carácter social, que obligan el reconocimiento del otro, de la finitud propia y la necesidad de los demás en dimensiones que superan las relaciones económicas, condiciones que parecen ser olvidadas en el contexto actual marcado por la sobrecarga sobre el individuo como único responsable de su propia construcción, la mirada de relaciones desde una perspectiva que suma valor, social, relacional, de imagen, todas monetizables, ignorando otras necesidades humanas, de afecto, de ocio, de expresión que se supedita a aquellas redituables, como lo exige el mercadeo por ejemplo y a la que se asocia la labor de comunicación estratégica.

Esta lógica de extrapolación otras facetas del desarrollo humano y social, vinculadas únicamente a lo económico han sido tomadas por empresas, organizaciones sociales y públicas e incluso por la Universidad que en muchos casos se vuelca a realizar intervenciones sin entender las dimensiones del problema, a apoyar el desarrollo de emprendimientos, que sin bien pueden mitigar el hambre inmediata, asunto fundamental y urgente por atender, también requieren dar una mirada más compleja en aras de procesos más colaborativos que superen la dimensión económica, hacia una más colaborativa, más humana, más de comunidad.

Ante este panorama de problemáticas silenciadas como: a) el no reconocimiento del sujeto más allá de su aporte monetario: deshumanización y b) ausencia de cooperación y construcción de redes sociales reales, en donde la comunicación está sujeta a buscar valores redituables, en un mundo, que además se reconfigura considerando las dinámicas de la tecnologías de la comunicación y la información, que “parece nos conecta” con otros espacios y personajes similares o acordes a nuestros intereses, mientras seguimos ocupando los mismo espacios físicos y territorios, del que tal vez nos desvinculamos, para vivir aquí sin estar, y conectados allá sin ser, nacen preguntas como qué papel puede ejercer la comunicación en la reconstrucción de la sociedad para hacerla más humana, más cooperante? y ¿cómo en este nuevo contexto desde la Universidad se puede colaborar en esta construcción?

Ambos interrogantes requieren una mirada desde los principios constituyentes de la actividad de la comunicación, social, porque está en relación con la construcción de la sociedad, públicas y organizacionales, porque está en dependencia con la construcción de imaginarios, con acciones compartidas con otras organizaciones en un nuevo entorno dominado por las tecnologías de la información.

Por lo tanto; se propone una reflexión en torno a las preguntas expuestas arriba a través de un estudio de los principios de la actividad comunicativa en la universidad como organización, que pretende establecer lazos con las comunidades a las que pretende impactar con diversos tipos y formas de conocimiento que dejan variados niveles de huella.

El proceso de argumentación está basado en el estudio de la comunicación desde la teoría compleja, diversas entrevistas con docentes investigadores que desde las ciencias sociales han tratado de impactar a la comunidad y la revisión de los procesos de intervención a diversas comunidades.

Los primeros resultados permiten concluir que las acciones de transformación social requieren procesos de largo aliento, que comienzan con la escucha activa de los grupos humanos y sus historias de vida, la necesidad de trabajar desde la interdisciplinariedad, en donde la comunicación es más que una serie de técnicas y actividades que contribuyen a la obtención de objetivos organizacionales.

¿Qué entienden las organizaciones en Chile por transparencia?

Paulina Bravo Maggi (Pontificia Universidad Católica de Chile)

Contacto : pbravom@uc.cl

Este trabajo presentará algunos resultados preliminares obtenidos en el análisis por teoría fundamentada de 11 entrevistas realizadas a directores de 3 organizaciones en Chile, dos privadas y una pública. Dichas entrevistas buscan, entre otros, comprender cómo conceptualizan las organizaciones en Chile el constructo de transparencia. El presente trabajo forma parte de la tesis doctoral titulada “Comunicación estratégica y transparencia organizacional: una aproximación desde la perspectiva relacional a organizaciones públicas y privadas en Chile”, cuyo objetivo es determinar, analizar y explicar la relación existente entre transparencia y la gestión de la comunicación estratégica en las organizaciones (públicas y privadas) en Chile y establecer cómo dicha relación interactúa con la percepción de transparencia de stakeholders y ciudadanos respecto de esas organizaciones.

El concepto de transparencia ha cobrado una relevancia inédita en los últimos años en diversos planos, pero muy especialmente a nivel de opinión pública en Chile. Las crecientes demandas de la ciudadanía por un actuar transparente por parte de las organizaciones han sido el correlato de las numerosas crisis institucionales vinculadas a graves faltas de transparencia ocurridas en las dos últimas décadas. Esta situación ha impactado considerablemente la credibilidad institucional (CEP, 2022) y por lo mismo ha instalado el fenómeno de la transparencia como un concepto clave de nuestros tiempos.

En el campo de las comunicaciones, el fenómeno de la transparencia también es foco de interés pues en un mundo interconectado las organizaciones ejercen su poder y ganan legitimidad por medio de prácticas comunicacionales (Albu & Wehmeier, 2014). Las instituciones dependen del cumplimiento de sus objetivos (Lunenburg, 2012), por lo tanto, la comunicación está al servicio de la estrategia establecida por cada organización que busca alcanzar el posicionamiento deseado en el largo plazo (Macnamara & Gregory, 2018). En esa búsqueda de legitimidad, se observan tensiones al interactuar la gestión comunicacional y la transparencia, obstruyendo una dinámica virtuosa. El enfoque predominante de transparencia ha estado en su valor instrumental, es decir, en el rol de divulgación de información (Lee & Boynton, 2017). Se asume generalmente que, a mayor disponibilidad de información, la organización obtendrá mayor legitimidad para sus públicos internos y externos (Albu & Wehmeier, 2014). Sin embargo, a pesar del mayor acceso a la información, por una parte, y la mayor disponibilidad de información por parte de las organizaciones, por otra, la percepción negativa en la materia persiste.

Estos hechos contextualizan la tesis doctoral antes señalada. El diseño de la investigación considera metodología mixta en base al estudio de casos, seleccionados según los criterios de Miles & Huberman (1984) y J. Macnamara (2016).

Los resultados preliminares plantean que las organizaciones construyen el concepto de transparencia en base a 5 ejes: dimensiones del concepto, institucionalización,

relacionamiento, discurso y tensiones. Cabe destacar dentro de los hallazgos que las organizaciones otorgan un valor superlativo a la dimensión legal de transparencia por sobre otras dimensiones como, por ejemplo, las dimensiones relacional y societal. Estas últimas, si bien están en el radar institucional no ocupan el lugar que deberían y por tanto esa desatención podría explicar de alguna manera la falta de sintonía de la respuesta organizacional a las demandas ciudadanas.

Referencias

Albu, O.B., & Wehmeier, S. (2014). Organizational Transparency and Sense-Making: The Case of Northern Rock. *Journal of Public Relations Research*, 26, 117 - 133.

Centro de Estudios Públicos, Estudio Nacional de Opinión Pública (2022) abril-mayo. Enuesta CEP 86. Retrieved from: https://www.cepchile.cl/cep/site/docs/20220608/20220608124401/encuestacep_abril_mayo2022.pdf

Lee, T.H., & Boynton, L.A. (2017). Conceptualizing transparency: Propositions for the integration of situational factors and stakeholders' perspectives. *Public Relations Inquiry*, 6, 233 - 251.

Lunenborg, F. (2012). Organizational Structures: Mintzberg's Framework. *International Journal of Scholarly, Academic, Intellectual Diversity*, Vol14, N1, 2012

Macnamara, J. & Gregory, A. (2018) Expanding Evaluation to Progress Strategic Communication: Beyond Message Tracking to Open Listening, *International Journal of Strategic Communication*, 12:4, 469-486, DOI: 10.1080/1553118X.2018.1450255

Macnamara, J. (2016). Toward a Theory and Practice of Organizational Listening. *International Journal of Listening*. 32. 1-23. 10.1080/10904018.2017.1375076.

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1984). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods*. Beverly Hills: Sage Publications

Problemáticas silenciadas: El discurso subversivo en las imágenes de la revista Vogue

**Hilda Gabriela Hernández Flores, Adriana De Uriarte Kuri y Flor de Liz Mendoza Ruiz
(Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, BUAP, México)**

Contacto : hgabriela.hernandez@correo.buap.mx

A través de los años los medios de comunicación han hecho evidentes distintas problemáticas sociales. Una muestra de ello son los medios impresos sobre moda que a inicios del siglo XX empezaron a incluir menos fotografías comerciales. Estas imágenes tenían como propósito promocionar y exponer las tendencias en boga para con ello, dar paso a una línea editorial más abierta en la que se evidencia a las problemáticas silenciadas, que para nuestras reflexiones han de considerarse como aquellos fenómenos socio-culturales ocultos que generan conflictos emocionales y morales, entre otros; tal es el caso de la violencia contra las mujeres o la representación de las enfermedades mentales, así como otros tantos fenómenos que se convierten en una especie de tabú para la sociedad. La exhibición de estas problemáticas silenciadas, a través de la imagen, provocan, por otro lado, que la prensa se vea obligada a autocensurarse, pero no se puede omitir la fuerza del alcance de las revistas de moda entre los diversos públicos, que como medios de comunicación continúan la tarea de difundir mensajes visuales con una carga cultural más allá de solamente mostrar las tendencias actuales. Así mismo, se vuelve relevante su papel al evidenciar temas de importancia, dejando la autocensura de lado, con el propósito de contribuir así a crear una sociedad más consciente e inclusiva. Por lo que se mencionó anteriormente, nuestro objeto de estudio seleccionado es la revista VOGUE, ya que fue pionera en dejar de lado la fotografía comercial, para empezar a transmitir dichos mensajes. El objetivo de esta investigación es realizar el análisis de las fotografías contenidas en diversas ediciones de la revista VOGUE. Debido a que el trabajo se encuentra al principio del proceso de indagación, se mostrará un avance basado en una de las ediciones de 2020 de VOGUE Portugal que lleva por nombre “The Madness Issue”, (Julio, 2020), que incluye una selección de imágenes que retratan e interpretan problemas mentales, específicamente la ansiedad vinculada con la cuarentena alrededor del mundo producto de la pandemia por COVID-19. Estas imágenes han dado la vuelta al mundo y han causado un impacto en la opinión pública debido a la carga cultural, emocional y de valores que poseen. Analizamos también la edición “Cinematic” de Vogue Italia, (Abril, 2014), en la que se incluyen imágenes para representar la violencia contra la mujer, así como la lucha que ellas viven día con día. Ambas ediciones serán estudiadas desde las perspectivas de la semiótica visual (Eco), la semiótica cultural (Lotman), y la semiótica del cuerpo (Le Breton). Finalmente, nos interesa estudiar en qué medida los medios de comunicación y la denuncia de las diversas problemáticas sociales consideran (o no) la importancia de construir un discurso con comunicación responsable (Hernández – Flores, 2019), con la finalidad de elaborar propuestas para su consideración.

¿Mujeres silenciadas? Qué dicen las mujeres acerca de las políticas de ascenso en algunas organizaciones colombianas.

Ana María Suárez Monsalve (Universidad de Medellín, Colombia)

Contacto : asuarez@udemedellin.edu.co

En la cuarta edición del LCM 2021-2022 se abordó la sección “Evaluar y promover la equidad de género”, ofreciendo un panorama de las barreras a superar para lograr la equidad de género en las estructuras organizacionales. Además, el estudio brindó datos que sugieren que los hombres atribuyen con más frecuencia a las características individuales de las mujeres como factores que obstaculizan su ascenso a los altos cargos en las organizaciones (Álvarez et al, 2022 p.86). Esto contrasta con los argumentos de las mujeres frente a la poca flexibilidad de las organizaciones para atender las obligaciones familiares, así como la falta de políticas de promoción que sean formales y transparentes. Estos datos del estudio longitudinal, bienal y cuantitativo, que en 2021 consultó a una muestra de 1.683 profesionales que trabajan en comunicación estratégica y relaciones públicas en 20 países de la región. Las variables correlacionadas con SPSS, motivan la indagación fenomenológica guiada por la indagación los argumentos tanto de mujeres como de hombres ante estas las políticas de promoción de empleados en organizaciones colombianas. ¿Cuáles son los discursos de organizaciones privadas frente a las políticas de promoción de empleados que garantizan la equidad de género? ¿Se han silenciado las voces de las mujeres que claman por políticas más formales y transparentes? ¿En qué se basan los hombres para identificar características de las mujeres que atribuyen como limitantes para ascender a altos cargos en comunicación? Para responder a estas preguntas y correlacionar con los datos del LCM 2021-2022 se realizan entrevistas individuales semiestructuradas a cinco profesionales mujeres y a cinco hombres profesionales que trabajan en comunicación estratégica y relaciones públicas en empresas privadas de Colombia. La triangulación de datos ofrece respuestas en el entorno local y nacional de Colombia para responder a las preguntas de investigación en esta ponencia que se propone profundizar en los discursos silenciados de las mujeres ante las decisiones organizacionales.

El discurso sobre la inequidad de género en la profesión

Monica Arzuaga-Williams, Ana Inés Pepe Arias y Matías Gómez Balarini (Universidad Católica del Uruguay)

Contacto: marzuaga@ucu.edu.uy

Marco conceptual.

Los estudios sobre género en la profesión están centrados, en su mayoría, en las prácticas y experiencias de profesionales varones y mujeres. Desde hace décadas estos estudios generan evidencias valiosas sobre, entre otros temas, las inequidades salariales y de promoción entre varones y mujeres (Cline, Masel-Walters, Toth, Turk, Smith y Jonson, 1986; Toth, 1988), el techo de cristal (Wright, Grunig, Springston y Toth, 1991; Grunig, Toth y Hon, 2001), sobre la diferencia de poder y jerarquía que tienen ambos en las organizaciones (Wright et al., 1991; Buzzanell, 1995), sobre las diferencias en socialización, estilo de liderazgo y habilidades (Aldoory y Toth, 2002), la expresión de las emociones (Mumby y Putnam, 1992), los modelos de profesionales y las redes de mujeres (Toth y Cline 1991, Pompper, 2012), las tensiones en torno a la flexibilidad en el trabajo (Putnam, Myers y Gailliard, 2014).

Muchos de estos aspectos, además, son medidos de forma regular por los estudios del European Communication Monitor y sus ediciones continentales, que marcan la evolución positiva en algunos datos, pero a la vez identifican nuevas fuentes de discriminación entre profesionales varones y mujeres (Topic y Tench, 2020).

En América Latina, además de recoger evidencias similares, los estudios observan aspectos derivados de la matriz cultural machista como el impacto de la maternidad en la carrera de las mujeres (Ferrari y Ortega, 2022) y la sobrecarga de las mujeres con la responsabilidad del cuidado de dependientes (Moreno, Khalil y Tench, 2021).

Los diversos enfoques teóricos que se ocupan de discutir y estudiar las inequidades entre varones y mujeres parten de la concepción de género como construcción social y simbólica, que determina cuáles y cómo se desempeñan los roles, en este caso profesionales, la forma de interactuar entre ellos, la valoración social que tienen y el tipo de discursos que los legitiman. Con respecto a esto último, Aldoory (2005) señala la relevancia de estudiar los discursos para comprender cómo se construye y reproduce el fenómeno.

La misma Aldoory, en este caso junto con Reber, Berger y Toth (2008) realizan un análisis cuantitativo de datos cualitativos de los discursos de varones y mujeres sobre el poder y la influencia, y sobre cómo cambiar las decisiones gerenciales que consideran pobres o inadecuadas. Con respecto a esto último, los resultados mostraron que las mujeres utilizan, en primer lugar, palabras como expresar y discutir (con los gerentes), y luego utilizan palabras como presentar, sugerir, compartir, ofrecer (soluciones alternativas), trabajar, negociar (con líderes para llegar a una solución). En cambio, los varones utilizan primero palabras como confrontar, combatir, desafiar, oponerse (a las gerencias), y luego recién utilizan palabras similares a las mujeres, pero casi no utilizan trabajar, negociar (con líderes para llegar a una solución).

2. Metodología.

En el estudio exploratorio y descriptivo que estamos realizando en Uruguay, se busca analizar el discurso de los profesionales sobre las diferencias en las condiciones de ejercicio de la profesión en Uruguay para varones y mujeres. En especial se busca identificar los aspectos discursivos que aportan contenido a la inequidad entre hombres y mujeres en la profesión. Para ello, se aplicará la metodología de análisis de contenido (Krippendorff, 1990) sobre 12 entrevistas semi estructuradas realizadas en julio de 2022, a profesionales varones y mujeres, de entre 30 y 45 años, con diferente inserción profesional, pero todos con la responsabilidad de dirección de la comunicación en sus organizaciones. La decisión sobre la edad de los entrevistados (30 a 45 años) se fundamenta en que se trata de profesionales con cargos de responsabilidad, con varios años de experiencia luego del egreso de la universidad, pero no pertenecen a generaciones que se podrían suponer más conservadoras.

Para el análisis de contenido se tomarán las transcripciones de las entrevistas como unidades de muestreo, y el manual de codificación estará organizado en las siguientes 5 dimensiones:

- Situaciones de inequidad conocidas personalmente
- Situaciones de inequidad conocidas por relatos
- Causas que los entrevistados atribuyen a las situaciones de inequidad
- Justificaciones que los entrevistados dan a las situaciones de inequidad
- Diferencias que asignan a hombres y mujeres profesionales

Para cada una de las dimensiones, se tomarán como unidades de registro los temas, las palabras, la orientación atribuida, y se registrará el contexto. El análisis se realizará con la presencia de patrones basados en frecuencias o énfasis de contenido.

Referencias.

ALDOORY, L. (2005). A (re) conceived feminist paradigm for public relations: A case for substantial improvement. *Journal of communication*, 55(4), 668-684.

ALDOORY, L.; REBER, B.; BERGER, B.; TOTH, E. (2008). Provocations in Public Relations: a study of gendered ideologies of power-influence in practice. 11th International Public Relations Research Conference. Miami: PRSA.

ALDOORY, L.; TOTH, E. (2002). Gender discrepancies in a gendered profession: A developing theory for public relations. *Journal of Public Relations Research*, 14(2), 103-126.

BUZZANELL, P. (1995). Reframing the glass ceiling as a socially constructed process: implications for understanding and change. *Communication Monographs*, 62(4), 327-354.

CLINE, C.; MASEL-WALTERS, L.; TOTH, E.; TURK, J.; SMITH, H.; JOHNSON, N. (1986) *The Velvet Ghetto: The impact of the increasing percentage of women in public relations and business communication*. San Francisco: IABC Foundation.

FERRARI, M; ORTEGA, S. (2022). Historias de vida de relacionistas públicas: maternidad y emprendimiento como opción de trabajo. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 21(39), 208-220

GRUNIG, L.; TOTH, E.; HON, L. (2001). *Women in Public Relations: How Gender Influences Practice*. New York: Guilford Press.

KRIPPENDORFF, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.

MORENO, A.; KHALIL, N.; TENCH, R. (2021). Enemy at the (house) gates: permanence of gender discrimination in public relations career promotion in Latin American. *Communication & Society*, 34(3), 169-183.

MUMBY, D.; PUTNAM, L. (1992). The politics of emotion: a feminist reading of bounded rationality. *Academy of Management*, 17(3), 465-486.

POMPPER, D. (2012). On social capital and diversity in a feminized industry: Further developing a theory of internal public relations. *Journal of Public Relations Research*, 24(1), 86-103.

PUTMAN, L.; MYERS, K.; GAILLIARD, B. (2014). Examining the tensions in workplace flexibility and exploring options for new directions. *Human Relations*, 67(4), 413-440.

TOPIC, M.; TENCH, R. (2020). Women in public relations: A thematic analysis of ECM data (2009-2019), en *Women in Public Relations*. Palgrave, Leeds Beckett University.

TOTH, E. (1988) Making peace with gender issues in public relations. *Public Relations Review*, 14(3), 36-47.

TOTH, E.; CLINE, C. (1991) Public relations practitioner attitudes toward gender issues: A benchmark study. *Public Relations Review*, 17(2), 161-174.

WRIGHT, D.; GRUNIG, L.; SPRINGSTON, J.; TOTH; E. (1991) *Under the glass ceiling: An analysis of gender issues in American public relations (PRSA Foundation Monograph Series, Vol. 1, N° 2)* New York: Public Relations Society of America Foundation.

EJE 3- MESA 5/ EIXO 3- MESA 5

Problemáticas silenciadas/ Problemáticas silenciadas

Comunicação organizacional no “Brasil profundo”: desafios à identificação de pesquisas e pesquisadores em regiões limítrofes brasileiras

Larissa Conceição dos Santos (ECA-USP/ Universidade Federal do Pampa, Brasil)

Contacto: larissa.conceicao@gmail.com

O estudo tem por interesse o levantamento de pesquisas e de pesquisadores que se dedicam à investigação em Comunicação Organizacional no Brasil, porém dificilmente identificados através de métodos exploratórios tradicionais, seja por critérios cientométricos exclusivos – publicação em periódicos indexados ou em eventos pré-definidos –, indisponibilidade de pesquisas em repositórios abertos - bases de teses e dissertações –, ou, ainda, devido à seleção geográfica das amostras.

Entende-se que tal contingente científico, embora existente, torna-se, muitas vezes invisível ou invisibilizado entre os dados padronizados a partir dos critérios supracitados. Isso não significa que não existam pesquisas ou projetos registrados em regiões limítrofes e periféricas brasileiras - no chamado Brasil profundo - mas sim, uma dificuldade em recensear e identificar pessoas, projetos, pesquisas e formas de circulação do conhecimento em CO nas diferentes regiões do vasto território brasileiro.

Para isso, inicialmente procede-se a uma análise dos principais trabalhos brasileiros voltadas à essa temática e que dedicaram especial atenção ao levantamento ou classificação das pesquisas em/sobre comunicação organizacional no país. Entre estes, destacam-se as publicações de Kunsch (2014; 2015), Curvello e Fargundes (2014), Bueno (2014), Barichello (2014), Bouzon e Oliveira (2015), Scroferneker *et al.* (2017) e Curvello (2017).

Margarida Kunsch publica em 2014 os resultados de uma investigação sobre as teses e dissertações voltadas à Comunicação Organizacional e Relações Públicas na região Sudeste do país (KUNSCH, 2014) e, em 2015, dados de um levantamento das dissertações de mestrado e teses de doutorado defendidas entre os anos 2000 e 2014, de 18 programas de Pós-graduação na área de Comunicação, em que objetivava a identificação das temáticas, metodologias e gênero dos/das pesquisadores/as.

Semelhante metodologia foi adotada por Cleusa Scroferneker em sua pesquisa de Pós-Doutorado, na qual enfatizou as temáticas/objetos de pesquisa, paradigmas e autores referenciados das teses de Doutorado desenvolvidas em 5 Programas de Pós-graduação brasileiros da área de Comunicação e defendidas entre 2000 e 2016 (SCROFERNEKER *et al.* 2017).

Os trabalhos de Eugênia Barichello (2014) e de João Curvello e Esnel Fagundes (2014), embora considerassem teses e dissertações em CO, diferenciam-se pelo recorte geográfico na região Sul (2006 a 2012) naquele - com foco nas metodologias e temáticas abordadas - e nas regiões centro, nordeste e norte, neste último, com ênfase nos trabalhos de pós-graduação em Comunicação (2006 a 2012) cujas temáticas fossem a fins às áreas de Relações Públicas e de CO.

O pesquisador Wilson Bueno investigou a produção científica em CO a partir dos Grupos de Pesquisa cadastrados no Brasil, por meio de um levantamento na plataforma do CNPq em que identificou 29 grupos dedicados à temática. Abordagem similar foi utilizada pela pesquisadora Cláudia Moura, mas optando pelo recorte geográfico na região sul do país e os termos relações públicas e comunicação organizacional.

Arlette Bouzon e Ivone Oliveira tecem um panorama dos estudos em Comunicação Organizacional, franceses e brasileiros, a partir da análise de revistas científicas. No Brasil, as autoras selecionaram como corpus analítico publicações da revista *Organicom* (2004 a 2011), classificando-os a partir das abordagens teóricas adotadas. Já Curvello (2017) analisa as bases teóricas nas pesquisas em CO brasileiras a partir das publicações nos congressos da Abrapcorp (2007 a 2014), no GT “Comunicação em contextos organizacionais” do Congresso da Compós (2011 a 2014) e na Revista *Organicom* (2010 a 2013).

A partir do exposto, interessa aqui problematizar e refletir sobre os avanços e as limitações das diferentes investigações que até o momento buscaram identificar pesquisas e pesquisadores em CO no Brasil, tendo em vista, especificamente a dificuldade em levantar dados sobre as e os pesquisadores vinculados aos cursos de Relações Públicas.

Tal estudo corresponde à etapa exploratória de uma investigação mais ampla realizada no Brasil e apresenta-se aqui a fase bibliográfica e de revisão teórica que atende ao objetivo específico de: “Identificar as pesquisas e os pesquisadores brasileiros com formação ou atuando em Cursos de Relações Públicas, cujas pesquisas tenham como objeto ou abordagem a comunicação organizacional”. Ao mesmo tempo, busca-se compreender as lógicas de investigação e de difusão do conhecimento entre investigadores de CO situados nas diferentes regiões do país, em especial de zonas não-centrais ou periféricas.

Referências

BARICHELO, M. E. M. R. O estado da arte das teorias e métodos de pesquisa nos Programas de Pós-Graduação em Comunicação: Comunicação Organizacional e Relações Públicas na Região Sul. In: MOURA, C. P.; FERRARI, M. A. (Orgs.) *A pesquisa em comunicação organizacional e em Relações Públicas*. Porto Alegre: EdPUCRS, 2014.

BOUZON, A.; OLIVEIRA, I. L. As revistas científicas de Comunicação Organizacional e suas marcas epistemológicas: um estudo comparativo entre França e Brasil. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 2015, vol. 38, p. 129-149.

BUENO, W. A investigação em Comunicação Organizacional no Brasil: uma leitura abrangente dos grupos de pesquisa cadastrados no CNPq. *Comunicação e Inovação*, v.15, n.28, 2014pp. 32-40.

CURVELLO, J. J. A. Estudos de comunicação organizacional no Brasil: metapesquisa sobre teorias, autores e escolas. In: *Anais [...]* XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, ECA-USP /FCH-UCP, 2017.

KUNSCH, M. M. K. Os campos acadêmicos em Comunicação Organizacional e Relações Públicas no Brasil: caracterização, pesquisa científica e tendências. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 2015, vol. 5, n. 10, p. 105-124.

_____. Percursos paradigmáticos e avanços epistemológicos nos estudos da comunicação organizacional. In: KUNSCH, M.M.K (Org.) *Comunicação organizacional: histórico, fundamentos e processos* – Vol 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

MOURA, C. P. Grupos de pesquisa em relações públicas e em comunicação organizacional: práticas acadêmicas nas instituições de ensino superior. In: Cláudia Peixoto de Moura; Maria Aparecida Ferrari. (Org.). *A pesquisa em comunicação organizacional e em relações públicas: metodologias entre a tradição e a inovação*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2014, p. 114-130.

SCROFERNEKER, C. M. A; GOMES, L. B.; FALAVIGNA, F. B. Os percursos metodológicos em teses de doutorado dos programas de Pós-graduação em Comunicação no Brasil. In: *Anais [...]* XV Congresso IBERCOM, Universidade Católica Portuguesa, Lisboa, ECA-USP /FCH-UCP, 2017.

La voz de la naturaleza: los principales de la vida aplicados a la comunicación en las organizaciones

Alejandro Álvarez-Nobell (Universidad de Málaga, España)

María Belén Barroso (Universidad de Málaga, España)

Isabel Ruiz-Mora (Universidad de Málaga, España)

Contacto : aan@uma.es

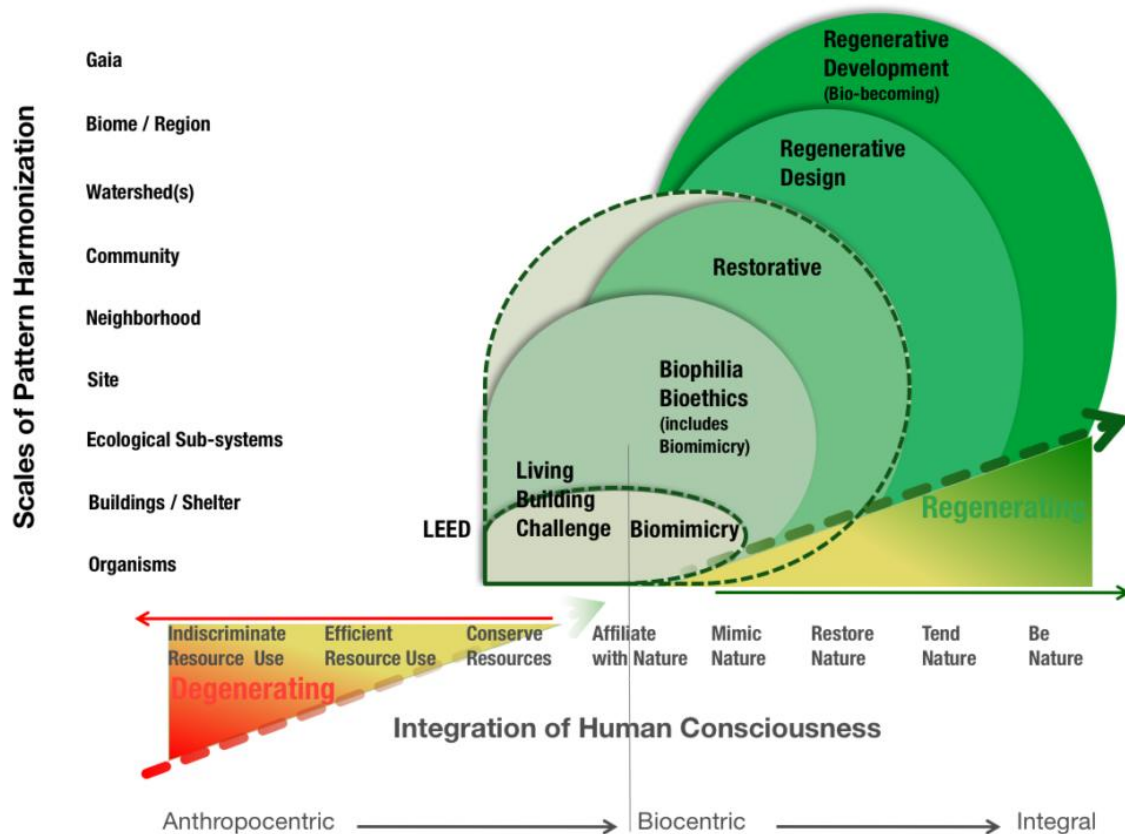
Vivimos un tiempo de especial tensión en la relación persona-naturaleza y sociedad-planeta (Sacher, 2019). Y aunque la evidencia científica no deja margen para un ‘negacionismo consciente’ de la crisis climática que atravesamos (IPCC, 2021), el debate crece y alimenta a diario los extremismos y populismos radicales; movilizaciones multifacéticas; incipientes y aún insuficientes cambios de hábito y también cierta moda oportunista (ODSwashing, greenwashing) de los que también sacan provecho del “río revuelto” que está siendo la complejidad actual (Harari, 2018; Morín, 2021).

Esta metamorfosis del mundo (Beck, 2017), que sin duda Eco (2011) no dudaría en rememorar con una relectura de “Apocalípticos e Integrados” produce una tensión que disrumpe todos los ámbitos -incluso a nivel teológico (Francesco, 2015)- y que también se materializa en el mundo de las ideas, a nivel ontológico y/o discursivo (Escobar, 2016). Busca dar voz a debates, ideas y soluciones por años marginadas y también se cuelan ensayos innovadores de generosa prospectiva filosófica como el ‘transhumanismo’ (Diéguez, 2017) o el ‘posthumanismo’ (Hughes, 2002, Alaimo, 2016) que invitan a pensar (incluso de forma romántica en cierto punto) en alternativas de reconciliación y equilibrio con el planeta y nosotros mismos (Morton, 2010; Morton y Jiménez de Cisneros, 2016). También se tensiona las cosmovisiones imperantes desde lo epistemológico, con perspectivas como la filosofía del sur, la decolonización o la transmodernidad (Dussel, 2015; Boaventura de Sousa Santos, 2008); incluso a nivel aplicado como la reciente contribución de Vásquez et al (2022) sobre una metodología reflexiva para desoccidentalizar la Comunicación Organizacional.

En esta línea, la naturaleza es una voz pujante. Hay una relectura de perspectivas tales como el deep ecology (Naess, 1984) o la ecosofía (Panikkar, et al, 1994; Meza, 2010; Guattari, 2015) ante una evidente “tecnocracia capitalista” que ha antropomorfizado el mundo desde el consumismo y extractivismo; y puesto en jaque el sistema económico (y social) imperante, propiciando espacio para la emergencia de nuevos modelos económicos (y sociales) que posibiliten la reinención del capitalismo hacia un mundo con una agenda (la de los ODS de Naciones Unidas hacia el 2030) más sostenible (Pauli y Leal, 2011; Jean, 2016; Correa et al, 2020; Mazzucato, 2021).

En esa línea, Panikkar sugiere tres pilares claves a transformar: la política, la ciencia y la filosofía (Romans, 2021). Y Wahl (2016) hablará, paradójicamente, de la necesidad de “diseñar culturas regenerativas”. Para ello recupera aportes de Mang & Bill Reed (2012) en un modelo que Regenesis proponen, de características eco evolutivo, complejo e integral (Figura Nº 1) y que está basado en el paradigma biomimético de aprender y diseñar como la naturaleza a regenerar condiciones propicias para la vida.

Figura N° 1: Escala de regeneración cultural. Fuente: Bill Reed, Regenesis.



© All rights reserved. Regenesis 2000-2016 - Contact Bill Reed, bill@regenesisgroup.com for permission to use

Este modelo describe la integración progresiva de niveles más profundos de aprendizaje, imitación, restauración y cuidado de la naturaleza: co-creamos culturas emergentes, nuestra presencia humana en la tierra -cuan epifenómenos- a partir de la vida y de la naturaleza (Orr, 2002).

Esta nueva cosmovisión hipotetiza sobre un paso de la sostenibilidad como “emergencia global” hacia modo de vida basados en múltiples culturas regenerativas bioinspiradas: un volver a la unicidad bio-cultural de cada lugar. Una síntesis participativa de antiguas sabidurías en comunicación con la ciencia moderna. Sobre ello subyace la necesidad de crear diseños organizacionales basados en leyes de funcionamiento natural (Mancuso, et al 2015; Mancuso, 2017; Carroll, 2018; Tafalla, 2019) que impacten en los modos de producción, consumo, relaciones laborales, etc., a partir de una redefinición de su propósito (Charani, 2020; Álvarez-Nobell, et al. 2020), de su carácter filosófico. Incluso recuperando la idea de una biopolítica en clave de Foucault (2012). Una regeneración que equilibre intereses, sociedad y ambiente.

La biblioteca arroja ya múltiples modelos que surgen en este sentido, alguno de ellos, los de las llamadas empresas sociales o de triple impacto (Elkington, 2020; B Lab Spain et al, 2021), el capitalismo de los stakeholders (Freeman, 1984) o el emergente cuarto sector (Sabeti, 2011). Estas organizaciones sostenibles configuran nuevas formas de relacionamiento (Barroso, 2021, 2021b; Barroso et al 2019) con una visión más amplia e inclusiva de objetivos,

públicos e impactos; e innovando en sus estrategias de comunicación y creatividad. Como consecuencia, en el seno de las teorías de la comunicación resurgen con fuerza perspectivas como la ecología de los medios (McLuhan, 1986, 1996; Postman, s/f; Islas, 2008; Scolari, 2015; Arribas, 2021); la ecología de la comunicación (Costa, 2010, 2011; Romeu y Piñon, 2014); comunicación y sostenibilidad (Beltrán y Arévalo Martínez, 2017); la biosemiótica (Hoffmeyer, 1997); la ecosemiótica (Nöth, 1998 y Kull, 1998; Barei, 2008); las narrativas transmedia o transmedia storytelling (Jenkins, 2003; Scolari, 2014, 2015; 2021); u otros aporte y exponentes como Hawkins (1983), Maturana (1997, 2003), Maturana y Varela (2012) o Papalini (2011). También cobran brío los llamados diseños regenerativos o para el cambio social como el design thinking (Brown, 2008) o los inspirados en la ancestral sabiduría que la naturaleza acumula por 3.8. billones de años denominados biomiméticos (Benyus, 1997; Ros Muñoz y Quirós Galdón, 2015; Sierra, 2020); los cuales también incipientemente comienzan a aplicarse a la comunicación (Emch, 2021; Álvarez Nobell y Barroso, 2019, 2017; López, 2016; Monge Rodríguez, 2012;).

La base del pensamiento biomimético son los llamados “principios de la vida” (Benyus, 1997). Los principios de la vida, de acuerdo con las pautas del Biomimicry Institute (2015) son lecciones de diseño de la naturaleza: un conjunto de estrategias de supervivencia y patrones generales que se encuentran entre las especies que sobreviven y prosperan en la Tierra.

En esta línea proponemos definir, a partir de los principios de la vida, un conjunto de principios/leyes que pongan voz a la naturaleza y permitan su aplicación al subcampo de la comunicación organizacional; tomando como antecedente los ejercicios de traspolación teóricos similares como “The Laws of Media” (McLuhan, 1977); “Las leyes de la simplicidad” (Maeda, 2006); “Las Leyes de la Interfaz (Scolari, 2018); y en “Los Principios fundamentales para la regeneración cultural” (Stanford, 2011). Para ello aplicamos un diseño metodológico de tipo exploratoria (Namakforoosh, 2000) basado en una revisión bibliográfica y de antecedentes a partir del análisis situacional, la revisión de la literatura y discusión con expertos/as (Hernández Sampieri, et al, 2006); y en la sistematización conceptual desde un cruce interdisciplinario aproximando fronteras permeables y modelizando los resultados aplicando la Grounded Theory o Teoría Fundamentada (Glaser, 1978; Soler y Fernández, 2010). Este diseño pone el énfasis en la generación y desarrollo de enfoques “proto-teóricos” que especifican un fenómeno y sus condiciones para manifestarse. Es ideal para la generación de conceptualizaciones emergentes de carácter inductivo. El proyecto se enmarca en las actividades que lleva adelante el Grupo de Innovación Educativa “Biomimicry Málaga: Aprendizaje significativo e innovación inspirada en la naturaleza”.

Referencias

- Alaimo, S. (2016). Exposed: Environmental politics and pleasures in posthuman times. U of Minnesota Press.
- Álvarez-Nobell, A., & Barroso, M. B. (2018). Biomímesis comunicativa: convergencia en la sociedad de la ubicuidad. *Revista Tendencias*, 12(23), 21-28.

Álvarez-Nobell, A., Barroso, M. B., & Ruiz-Mora, I. (2020). Propósito, sostenibilidad y conversaciones en empresas de triple impacto. Los ODS en la comunicación digital en las B Corps# BestForTheWorld2019.

Álvarez-Nobell, A.; Barroso, M. B. (2017). "Biomímesis comunicativa: una nueva perspectiva en comunicación organizacional" en El fin de un modelo de política. Cuadernos Artesanos de Comunicación, 128. Pág. 92-93. La Laguna (Tenerife): Latina. <http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac128.pdf>

Arribas, A. (2021). Fundamentos de biotecnocomunicología. De McLuhan a Kurzweil vía Hawkins. Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación. Tribuna, 147, pp. 15-35.

B Lab Spain, Gabeiras & Asociados (2021). Libro verde de las empresas con propósito

Barei, S. (2008): Pensar la cultura: perspectivas retóricas. Grupo de Estudios de Retórica.

Barroso, M. B. (2021). Relaciones públicas en organizaciones sostenibles: el caso de las empresas de triple impacto. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga.

Barroso, M. B. (2021b). La comunicación en organizaciones sostenibles como objeto de estudio: estado del arte y principales antecedentes. Interacciones, 1(1).

Barroso, M. B., & Nobell, A. Á. (2019): Positive Communication for the development of triple bottom line (TBL) companies. In Ruiz Mora, I. et al. Organizational and Strategic Communication Research: Global Trends Organização, p 71-93. Coimbra: LabCom

Beck, U. (2017). La metamorfosis del mundo. Madrid: Paidós.

Beltrán, R. y Arévalo Martínez, R. (2017). Comunicación sustentable y responsabilidad social empresarial. Tirant lo Blanch.

Benyus M. Y (1997). Biomimicry: innovation inspired by nature. William Morrow and Company Inc., Nueva York.

Biomimicry Institute (2015). Biomimicry DesignLens: A Visual Guide", Biomimicry 3.8, publicado el 12 de noviembre de 2015, <https://biomimicry.net/the-buzz/resources/designlens-lifes-principles>.

Boaventura de Sousa, S. (2009). Una epistemología del Sur. La reinención del conocimiento y la emancipación social, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales/Siglo XXI Editores, México, 368 pp.

Carroll, S. B. (2018). Las leyes del Serengeti: cómo funciona la vida y por qué es importante saberlo. Debate.

Charani, A. (2020). Purposehood: Transform Your Life, Transform the World. PHD Publishing.
Correa, M. E., Abramovay, R., Gatica, S., & Van Hoof, B. (2020). Nuevas empresas, nuevas economías: Las empresas B en Sur América. Yopublico.

Costa, J. (2010). Ecología de la comunicación e interacción social. Revista Mediterránea de Comunicación, IV (2), 20.

Costa, J. (2011). Ecología de la comunicación, teoría crítica e interculturalidad. Barcelona, España

Diéguez, A. (2017). Transhumanismo: la búsqueda tecnológica del mejoramiento humano. Herder Editorial.

Dussel, E. (2015). Filosofías del Sur. Descolonización y Transmodernidad. Ediciones Akal: México.

Eco, U. (2011). Apocalípticos e integrados. DEBOLS! LLO.

Elkington, J. (2020). Green Swans: The Coming Boom in Regenerative Capitalism. Greenleaf Book Group.

Emch, M. (2021). From Nature mouth. Eclotions

Escobar, A. (2016). Sentipensar con la Tierra: Las Luchas Territoriales y la Dimensión Ontológica de las Epistemologías del Sur. AIBR, Revista de Antropología Iberoamericana, 11 (01): 11-32. DOI:10.11156/aibr.110102

Francesco, P. (2015). Laudato si'. Edizioni piemme.

Guattari, F. (2015). ¿Qué es la Ecosofía?: textos presentados y agenciados por Stéphane Nadaud. Cactus.

Glaser, B. G. (1978). Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory. CA: The Sociology Press.

Harari, Y. N. (2018). 21 lecciones para el siglo XXI. Debate.

Hernández Sampieri, R., Fernández-Collado, C., & Baptista-Lucio, P. (2006). Análisis de los datos cuantitativos. Metodología de la investigación, 407-499.

Hughes, J. (2002, March). The politics of transhumanism. It was originally presented at the 2001 Annual Meeting of the Society for Social Studies of Science. Cambridge, MA.

IPCC (2021). Naciones Unidas. Climate Change 2021: The Physical Science Basis. Contribution of Working Group I to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate

Change. Consultado por última vez el 10 de agosto de 2021. Disponible en bit.ly/WGICC2021PR

Jean, T. (2016). La economía del bien común.

Jenkins, H. (2003). Transmedia Storytelling: Moving characters from books to films to video games can make them stronger. MIT Technology Review.

Kull, K. (1998). "Semiotic ecology: different natures in the semiosphere". Sign System Studies, Nro. 30.1. Estonia: Universidad de Tartu.

Kull, K. (2013). Un apunte sobre biorretórica. Facultad de Lenguas, 97.

López, J. G. (2016). Gestión biosocial de las relaciones públicas: El caso Kalundborg. Revista Internacional de Relaciones Públicas, 6 (12), 191-208.

Maeda, J. (2006). The laws of simplicity. MIT press.

Mancuso, S. (2017). El futuro es vegetal. Galaxia Gutenberg.

Mancuso, S., Viola, A., & López, D. P. (2015). Sensibilidad e inteligencia en el mundo vegetal. Barcelona: Galaxia Gutenberg.

Mang, P. & Reed, B. (2012) Designing from place: a regenerative framework and methodology, Building Research & Information, 40:1, 23-38, DOI: 10.1080/09613218.2012.621341

Maturana, H. R. (2003). El sentido de lo humano. JC Sáez Editor.

Maturana, H. R., & Varela, F. J. (2012). Autopoiesis and cognition: The realization of the living (Vol. 42). Springer Science & Business Media.

Maturana, Humberto R. (1997): De Máquinas y Seres Vivos, autopoiesis de la organización de lo vivo. Santiago de Chile: Editorial Universitaria.

Mazzucato, M. (2021). Misión economía: una guía para cambiar el capitalismo.

McLuhan, M. (1986). La galaxia de Gutenberg. Planeta.

McLuhan, M. (1996). Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano. Barcelona: Paidós.

McLuhan, M. (2002). The Mechanical Bride: Folklore of Industrial Man. Ginko Press.

McLuhan, M. y Powers, B. (1989). Bruce Powers: The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century. Oxford University Press.

McLuhan, M., y McLuhan, E. (1977). Laws of media. The new science. Toronto: University of Toronto Press.

Meza, J. (2010). Ecosofía: otra manera de comprender y vivir la relación hombre y mundo. Medellín- Colombia.

Monge Rodríguez, A (2012). Communication Inspired By Nature. http://www.esalq.usp.br/lepse/imgs/conteudo_thumb/Communication-inspired-by-nature.pdf

Morin, E (2021): Cambiemos de vía: Lecciones de la pandemia.

Morton, T. (2010). The dark ecology of elegy. In The oxford handbook of the elegy.

Morton, T., & Jiménez de Cisneros, R. (2016). Timothy Morton: una ecología sin naturaleza. CCCB LAB [en línea].

Naess, A. (1984). A defence of the deep ecology movement. Environmental ethics, 6(3), 265-270.

Nöth, W. (1996): A semiótica no século XX. Annablume.

Nöth, W. (1998): "Ecosemiotics". Sign System Studies, Nro. 26. Estonia: Universidad de Tartu.
Orr, D. W. (2002). The nature of design: ecology, culture, and human intention. Oxford University Press.

Panikkar, R., & Valdivielso, E. V. (1994). Ecosofía: para una espiritualidad de la tierra. San Pablo.

Papalini, V. (2011). La comunicación según las metáforas oceánicas. Razón y palabra, (78).

Pauli, G., & Leal, A. G. (2011). La economía azul: 10 años, 100 innovaciones, 100 millones de empleos: Un informe para el Club de Roma. Tusquets.

Postman, N. (s. f.). What is media ecology? En Media Ecology Association. Recuperado el 20 de julio 2018 de http://www.media-ecology.org/media_ecology/#What%20is%20Media%20Ecology?%20%28Neil%20Postman%29

Romans, A. (2021). Ecosofía: lecciones filosóficas para reconciliarnos con el planeta. Disponible en: <https://ethic.es/2021/07/ecosofia-lecciones-filosoficas-para-reconciliarnos-con-el-planeta/>

- Romeu, V., & Piñon, M. (2014). La ecología comunicativa como germen de la comunicación estratégica: Hacia un estado de cuestión. *Razón y Palabra*, 18
- Sacher, W. (2019). Naturalismo moderno y corrientes del ecologismo. *Ecología política*, (58), 10-18.
- Salvador Ros Muñoz y Manuel Quirós Galdón (2015); ¿Qué es la Biomimesis?. Biomímesis, Tecnología y naturaleza and Serie: Informática en Radio 3 (18-03-2015) | | CanalUNE
- Sanford, C. (2011). *The responsible business: Reimagining sustainability and success*. John Wiley & Sons.
- Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una Teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.
- Scolari, C. (2010): *Transmedia Storytelling. Narrative Strategies, Fictional Worlds and Branding in Contemporary Media Production*.
- Scolari, C. (2014): *Narrativas transmedia: nuevas formas de comunicar en la era digital*. Anuario AC/E de cultura digital, 2014, 71-81.
- Scolari, C. (2015). Los ecos de McLuhan: ecología de los medios, semiótica e interfaces, 18, (4): 1025-1056. <http://dx.doi.org/10.5294/pacla.2015.18.4.4>.
- Scolari, C. (2021). *Las leyes de la interfaz: diseño, ecología, evolución, tecnología*. Editorial Gedisa.
- Scolari, C. (Ed.). (2015): *Ecología de los medios: entornos, evoluciones e interpretaciones*. Editorial Gedisa.
- Sierra, C. H. (2020). *Re-descubriendo el mundo natural. La biomimesis en perspectiva (segunda edición)*. Libros Universidad Nacional Abierta ya Distancia, 1-449.
- Soler Pujals, P. & Fernández Gómez, B. (2010). La Grounded Theory y la investigación cualitativa en comunicación y marketing. *Revista Icono14* [online] 1 July, 2010, Year 8, Vol. 2. pp. 203-213. Retrieved on 1 February, 2010. STEFANOVA, E. & LUCAS, A. (2006). El concepto de cultura en las organizaciones: centralidad actual y evolución histórica. In Brunet, I. & Alarcón, A. (Eds.). *Sociología de la empresa y de las organizaciones*. (pp. 291-304). Zaragoza: Egido Editorial.
- Tafalla, M. (2019). *Ecoanimal: una estética plurisensorial, ecologista y animalista*. *Ecoanimal*, 1-362.

Vásquez, C., Burgueño, R., Lima, G. R. D., & Queiroz, M. M. D. (2022). Uma metodologia reflexiva para desocidentalizar o subcampo da Comunicação Organizacional LatinoAmericana. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*, 45.

Os diferentes “Brasis” silenciados para a construção de investigação em Comunicação Organizacional Latino Americana: desafios e emergências sobre o tema.

**Lucas Nogueira-Universidade Federal da Integração Latino-Americana, UNILA, Brasil),
Gabriela Rabello de Lima (UQAM, Canadá) y Consuelo Vásquez Donoso (UQAM, Canadá)**

Contacto : lucas.fsnogueira@gmail.com

O presente trabalho tem como proposta apresentar a pesquisa iniciada de mapeamento do funcionamento dos grupos de pesquisas no Brasil sobre o tema da Comunicação Organizacional (CO). O tema, que foi desenvolvido nos meados dos anos de 1970, vem ao longo do tempo se modificando e atualizando com os desdobramentos específicos da região até o momento. A respeito sobre as pesquisas nesta área, destaca-se a criação da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Comunicação Organizacional e Relações Públicas (Abrapcorp), em 2006; do Grupo de Pesquisa Relações Públicas e Comunicação Organizacional da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (Intercom) e a Associação Brasileira de Comunicação Empresarial (Aberje) em 1967. Ainda, foi possível identificar que existem ao menos 27 grupos de pesquisa em comunicação organizacional interdisciplinares cadastrados no Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Todavia, percebemos, em um primeiro momento, a grande concentração e divulgação destes espaços científicos e de conhecimento provenientes da região sudeste do país. Com isso, despertou o interesse do grupo de investigação em compreender as seguintes questões: onde encontram-se os saberes das demais regiões do Brasil, relacionados com o tema de CO? Existem diferentes abordagens e vertentes provenientes no país, ou o tema vem sendo dialogado de maneira homogênea, nos diferentes estados do Brasil? Existe espaço para discussões do tema de gênero e raça, no debate de CO do Brasil? Tendo como base uma postura crítica de investigação em CO (Ibarra-Colado, 2006) e adotando a terminologia de Santos (1992) e Santos e Silveira (2001) a respeito dos diferentes Brasis, que o país possui, com relação aos meios técnicos-científico e nas heranças coloniais do passado, buscamos assim, apresentar os resultados iniciais já encontrados pela nossa investigação. Para a realização deste trabalho realizamos três entrevistas com professoras investigadoras dos estados da região nordeste, norte e sudeste para identificar, em seus relatos de experiências, como funciona o campo de pesquisa em suas regiões, bem como quais são os principais contextos e dificuldades que estas encontram para realizar a produção científica no país. Um dos resultados destacados, foi o relato das investigadoras oriundas da região nordeste e norte, em que estas mencionaram os obstáculos apresentados com relação a sua localização geográfica por terem difícil acesso e financiamento para participar de eventos ou congressos que sumariamente são realizados majoritariamente na região sudeste. Entende-se assim que dado a emergência de estudos deste campo no Brasil, este torna-se uma área promissora e emergente de estudos que valorizem as perspectivas locais e regionais, produzidas pelas margens que não se encontram no centro da América Latina (Restrepo, 2010). A esse movimento, Santos (1992) o denomina como sociologia das ausências, convidando-nos a refletir que papel os presentes grupos de investigação, já consolidados em CO devem ter para a valorização dessas problemáticas silenciadas. Assim, visamos, com a apresentação deste trabalho, recolher contribuições para avanços de

pesquisas futuras sobre o tema, bem como lançar como proposta, esse tema que ainda vem sendo silenciado, por grande parte dos estudos identificados em nossa academia de CO latino-americana.

Bibliografia

Ibarra-colado, E. (2006). Organization Studies and Epistemic Coloniality in Latin America: Thinking Otherness from the Margins. *Organization*, v. 13, n. 4, p. 463–488. DOI: 10.1177/1350508406065851.

Kunsch, M. M. K (1997). *Relações públicas e modernidade: novos paradigmas na comunicação organizacional*. São Paulo: Summus.

Restrepo, E. /2010) *Inflexión decolonial: fuentes, categorías y cuestionamientos*. Editorial Universidad del Cauca.

Santos, M. (1992). Modernidade, meio técnico-científico e urbanização no Brasil. *Cadernos IPPUR*, 9-22.

Santos, M.; Silveira, M. L. (2001). Uma ordem espacial: a economia política do território. *GeolNova*, Lisboa, (3), 33-48.

Santos, B. D. S. (2002). Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. *Revista crítica de ciências sociais*, (63), 237-280.

Actualidad y prospectiva: factores de complejización de la comunicación organizacional en América Latina

Luis Antonio Aguilar Ramírez (UNAM - FES Acatlán, México)

Contacto : laguilaramirez@comunidad.unam.mx

Hacia finales de la tercera década del siglo XX se publicó *Speech and Human Relations* (Redding, 1937), considerada por diversos autores (Bouzon, 2011; Mumby & Kuhn, 2019; Palacios Chavarro, 2015) la obra fundante del interés profesional y académico sobre la función y relevancia de la comunicación en las organizaciones. Hoy, cerca de un siglo después, la comunicación organizacional en América Latina ha experimentado un desarrollo académico y profesional constante que se distingue por su carácter pragmático; su creciente constructo teórico-metodológico y un naciente compromiso con el cambio social -característico de las epistemologías del sur, pero relativamente nuevo al interior de esta disciplina-.

Frente al dominio de teorías, narrativas e ideologías provenientes del norte global, que consolidaron un campo con mayoría de proposiciones instrumentales y la paulatina adopción de perspectivas comprensivas; en los últimos años Latinoamérica se ha visto cimbrada con los llamados a desoccidentalizar los estudios de la comunicación en las organizaciones, con miras a establecer una episteme regional propia. La respuesta a este reclamo, aunque entusiasta, está lejos de generalizarse y mucho menos, consolidarse.

Por otra parte, en términos contextuales, Latinoamérica se ha caracterizado como una región en constante tensión y polarización política y social; con instituciones públicas y privadas -incluso algunas académicas y científicas- rodeadas por el descrédito y la desconfianza. Una región sumergida en condiciones de pobreza, desigualdad, inseguridad y violencia que en el marco de la pandemia por Covid-19 se recrudecieron (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2022).

Así, una aproximación sociohistórica, narrativa, teórica y epistémica permite vislumbrar un camino de creciente complejidad del campo de la comunicación organizacional que se ha visto potenciada desde la mitad del siglo XX; una condición que difícilmente cambiará, en el entendido de que se está frente a una realidad y un mundo cada vez más intrincado, diverso, interconectado, arrasado bio-ecológicamente; así como tensionado política, económica y socialmente.

Todas estas condiciones inciden de manera (in)directa en las posibilidades y formas de ejercer la docencia, la investigación y en la práctica profesional de la comunicación organizacional, en este sentido, a continuación se proponen siete factores, cada uno acompañado de una tabla que contiene conceptos clave -no únicos, ni exclusivos- que han complejizado y lo seguirán haciendo el campo de reflexión, teorización y práctica de la comunicación en las organizaciones -incluso el diseño y estructuración organizacional misma- tanto en Latinoamérica como el mundo.

Cabe señalar que esta propuesta deriva de un trabajo personal de aproximadamente seis años -a propósito del curso de una maestría, doctorado, la docencia, así como la participación en

algunos proyectos y foros-, en los cuales se ha hecho una labor de sistematización de información emanada de la observación, la investigación documental, entrevistas con académicos y profesionales de la comunicación, entre otras técnicas.

Factor de complejización 1: El asentamiento del capitalismo y la conformación de otras configuraciones político - económicas

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro
1.1 (Neo) Capitalismo
1.2 (Neo) Socialismo
1.3 (Neo) Liberalismo
1.4 Democracia
1.5 Poder
1.6 Desigualdad económica y social
1.7 Acumulación, deuda, reinversión
1.8 Cryptocurrency
1.9 Guerra, migración, terrorismo, narcotráfico, bloqueos
1.10 (Des) Colonización – (Des) Occidentalización

Factor de complejización 2: Empresa como epítome organizativo humano

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro
2.1 Cultura y pensamiento gerencial
2.2 Culto a la empresa
2.3 Productividad, resultados y ganancia
2.4 Innovación y resiliencia
2.5 Diseminación de la propiedad, poder, habitus e interés
2.6 Comunidad y otras manifestaciones organizacionales

Factor de complejización 3: Modificaciones en la percepción social e individual del trabajo

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro
3.1 Definición de trabajo
3.2 Ética del trabajo
3.3 Empleo, emprendimiento e inversión
3.4 Rendimiento y (auto) explotación
3.5 Liderazgo y subordinación
3.6 Desocupación, jubilación y retiro

Factor de complejización 4: Tecnología en las estructuras organizacionales y comunicativas

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro		
4.1	Automatización, I.A. y robotización	
4.2	Tecnocratización	
4.3	Relaciones sociales	
4.4	Relaciones productivas	
4.5	Disponibilidad, conectividad e inmediatez	
4.6	Metaversos	
4.7	Seguridad informática	

Factor de complejización 5: El imperio de la información

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro		
5.1	Información es poder	
5.2	Información = ~ comunicación	
5.3	Big data	
5.4	Vigilancia, orden, control, negociación, adaptación y motivación	
5.5	Posverdad, fake news e infoxicación	

Factor de complejización 6: Demandas y problemáticas bio-ecológicas

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro		
6.1	Sostenibilidad	
6.2	Responsabilidad social	
6.3	Salud y bienestar social	
6.4	Pandemias	
6.5	Cambio climático	
6.6	Conservación / extinción de ecosistemas	

Factor de complejización 7: Fenómenos de diversidad humana social e individual

Conceptos clave para pensar hoy y a futuro		
7.1	Derechos humanos	
7.2	Multiculturalidad	
7.3	Interculturalidad	
7.4	Equidad	
7.5	Identidad	
7.6	Feminismo	
7.7	Inclusión / Exclusión	

Lo propuesto aquí se trata de un ejercicio mínimo de imaginación sobre el presente y el futuro que busca promover trabajos de prospectiva mucho más profundos; así como conversaciones

y discusiones que, tal vez, posibiliten la constitución de una(s) mirada(s) Latinoamericana(s) sobre el presente y el futuro de la comunicación organizacional con base en la particularidad de sus contextos sociohistóricos, narrativos y epistémicos.

Referencias

Bouzon, A. (2011). Las investigaciones en comunicación de las organizaciones: orígenes y fundamentos. *Organicom*, 8(14), 13–28.
<https://www.revistas.usp.br/organicom/article/viewFile/139082/134431>

Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2022). Panorama Social de América Latina, 2021.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/47718/1/S2100655_es.pdf

Mumby, D. K., & Kuhn, T. (2019). *Organizational communication: a critical introduction* (2da edición). SAGE Publications.

Palacios Chavarro, J. (2015). Historia y avances en la investigación en comunicación organizacional. *Revista Internacional de Relaciones Públicas*, 5(10), 25–46.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.5783/RIRP-10-2015-03-25-46>

Redding, C. (1937). Speech and human relations. *The Speaker*, 11, 8–10.