



**ESTADO DEL ARTE DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL
DEPARTAMENTO DEL META-COLOMBIA, A PARTIR DE LOS PROYECTOS DE
GRADO EN INVESTIGACIÓN REGISTRADOS DEL AÑO 2013 AL AÑO 2017 EN LAS
UNIVERSIDADES PRESENTES EN EL DEPARTAMENTO.**

EDUAR YESID PIÑEROS SAAVEDRA

**UNIMINUTO REGIONAL LLANOS
CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO
VILLAVICENCIO-META,**

2017

**ESTADO DEL ARTE DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL
DEPARTAMENTO DEL META-COLOMBIA, A PARTIR DE LOS PROYECTOS DE
GRADO EN INVESTIGACIÓN REGISTRADOS DEL AÑO 2013 AL AÑO 2017 EN LAS
UNIVERSIDADES PRESENTES EN EL DEPARTAMENTO.**

EDUAR YESID PIÑEROS SAAVEDRA

ASESOR TÉCNICO Y METODOLÓGICO

ANDREA DEL PILAR PABÓN MÉNDEZ

UNIMINUTO REGIONAL LLANOS

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

COMUNICACIÓN SOCIAL- PERIODISMO

VILLAVICENCIO-META

2017

Estado del Arte de la comunicación organizacional en el departamento del Meta-Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados del año 2013 al año 2017 en las Universidades presentes en el Departamento.

Línea de investigación: Educación, Transformación Social e Innovación

Sub-líneas de investigación: Comunicación estratégica

TABLA DE CONTENIDO

1. RESUMEN	8
2. ABSTRAC.....	9
3. INTRODUCCIÓN.....	10
4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	11
5. OBJETIVOS	13
5.1 OBJETIVO GENERAL	13
5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	13
6. JUSTIFICACIÓN	14
7. MARCOS DE REFERENCIA	16
7.1. MARCO TEÓRICO.....	16
7.1.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?	16
7.1.2. DEBATES EN TORNO AL ESTATUS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	19
7.1.3 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN	21
7.1.4 INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	23
7.2 MARCO REFERENCIAL	26
7.2.1. UNA MIRADA GLOBAL DE LOS BALANCES SOBRE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	26
7.2.2. LOS BALANCES SOBRE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DESDE COLOMBIA	30
7.3 MARCO CONTEXTUAL	33
7.4 MARCO LEGAL	35
8. METODOLOGÍA.....	37
9. ESTADO INVESTIGATIVO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL META-COLOMBIA.....	38
9.1 PROYECTOS DE GRADO EN INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS UNIVERSIDADES DEL META	38
9.2 SISTEMATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL	43

9.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN A PARTIR DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS BASADAS EN LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.....	44
10. DISCUSIÓN DE CONCLUSIONES	64
11. RECOMENDACIONES	65
12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	66

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Categorías de análisis del RAE.....	44
Tabla 2 IES incluidas en el estudio.....	46
Tabla 3 Líneas y sublíneas empleadas en las investigaciones según programas y IES de procedencia.	55

LISTA DE GRÁFICAS

Ilustración 1 Producción investigativa por años e IES.....	45
Ilustración 2 Producción investigativa por IES.....	48
Ilustración 3 Producción investigativa por programas académicos.....	49
Ilustración 4 Producción investigativa por nivel académico.....	50
Ilustración 5 Acceso a los proyectos de investigación.....	50
Ilustración 6 Temas abordados en las investigaciones según sectores económicos.....	51
Ilustración 7 Sectores donde se han implementado las investigaciones.....	52
Ilustración 8 Sectores productivos donde se aplicaron las investigaciones.....	53
Ilustración 9 Orientación geográfica de las investigaciones.....	54
Ilustración 10 Registros de líneas de investigación.....	54
Ilustración 11 Metodologías empleadas en los estudios.....	58
Ilustración 12 Investigaciones con enfoque cuantitativo según tipos y herramientas de estudio.....	59
Ilustración 13 Investigaciones con enfoque cualitativo según tipos y herramientas de estudio.....	60
Ilustración 14 Investigaciones con enfoque mixto según tipos y herramientas de estudio.....	61
Ilustración 15 Implementación de los proyectos.....	62
Ilustración 16 Coherencia de objetivos con resultados.....	63

1. RESUMEN

La comunicación en las organizaciones del Meta, Colombia, ha sido objeto de estudio en las universidades del Departamento desde los programas de Comunicación Social-Periodismo ofrecidos por la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Corporación Universitaria del Meta y Universidad Nacional Abierta y a Distancia, no obstante, la producción de conocimiento en el área no solo proviene de dichas instituciones. La Universidad Santo Tomás, la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Antonio Nariño y la Universidad de los Llanos, en programas con disciplinas que fundamentan la comunicación, han generado investigación en comunicación organizacional a partir de sus respectivos enfoques, aumentando el panorama investigativo del sub-campo. Sin embargo, las características, tendencias y necesidades de investigación, al igual que el aporte de los estudios a la sociedad, a las comunidades científicas o académicas y a las mismas organizaciones, es desconocido por la carencia de estudios al respecto, de ahí que la finalidad de la presente investigación sea reconocer el estado investigativo de la comunicación organizacional en el Meta-Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados del año 2013 al año 2017 en las universidades presentes en el Departamento, para construir un Estado del Arte bajo el enfoque cualitativo de la investigación, mediante una revisión documental.

Palabras clave: Revisión de literatura, comunicación organizacional, investigación en comunicación.

2. ABSTRAC

The communication in the organizations of Meta, Colombia, has been studied in the universities of the Department from Social Communication – Journalism offered by Corporación Universitaria Minuto de Dios, Corporación Universitaria del Meta y Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Nevertheless, the production of knowledge in the area not only comes from such institutions. The Universidad Santo Tomás, la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Antonio Nariño and the Universidad de los Llanos, In programs with disciplines that base the communication they have generated investigation in organizational communication from their respective approaches, increasing the research landscape of the sub – field. However, characteristics, trends and research needs as well as the contribution of the studies to the company, to the scientific or academic communities and to the same organization, it is unknown by the lack of studies on the subject, hence the purpose of this research is recognize the investigative state of organizational communication in Meta – Colombia, from the reported degree in research projects from 2013 to 2017 in the present universities of the Department, to build a State of Art under the qualitative approach of the investigation through a documentary review.

Key words: Literature review, organizational communication, communication research.

3. INTRODUCCIÓN

El propósito de esta revisión documental es reconocer el estado de la investigación en comunicación organizacional (en adelante CO) en el departamento del Meta-Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados del año 2013 al 2017 en las universidades presentes en el Departamento, para constituir un Estado del Arte, ya que no se hallan antecedentes en la materia que establezcan el nivel de desarrollo de la investigación en CO y con él, las tendencias y posibilidades de estudio, los contextos en los que se han llevado a cabo las investigaciones, los diseños metodológicos utilizados, las líneas o sublíneas de investigación y los temas abordados.

Para hacer frente a la necesidad investigativa es preciso la implementación del enfoque cualitativo de la investigación bajo una metodología de Estado del Arte, que utiliza como instrumento de sistematización y análisis de la información, una base de datos fundamentada en la estructura de Resúmenes Analíticos Especializados (RAE), apta para triangular la información en la medida que se ingresa.

El presente estudio es producto del interés por aportar un punto de referencia que permita entender el legado investigativo sobre la CO en el departamento del Meta, además de las posibilidades de investigación en la materia, sustentadas desde los hallazgos encontrados al analizar los proyectos de grado en conjunto.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La comunicación organizacional es un sub-campo de la comunicación que a nivel nacional e internacional ha sido examinada en su producción investigativa a la par con los demás sub-campos que constituyen la comunicación. Sin embargo, los estudios del estado investigativo de la CO propiamente dicha, son proporcionales a su reciente surgimiento, en consecuencia, existen pocos antecedentes.

En el departamento del Meta-Colombia, el panorama no es distinto, pues no se identifican antecedentes que obedezcan a una revisión documental del estado investigativo en CO, teniendo en cuenta que se han generado los insumos necesarios para la construcción de un Estado del Arte en la materia, desde los programas de Comunicación Social ofrecidos por las Universidades de la región como son la Corporación Universitaria Minuto de Dios, Corporación Universitaria del Meta y Universidad Nacional Abierta y a Distancia; en los que se ha generado investigación desde proyectos de grado, además de los estudios que han aportado otras universidades en programas académicos de disciplinas como Administración de Empresas, Ingeniería Industrial, Psicología, etc. Por lo tanto, no resulta aislado interrogarse sobre:

- ¿Qué metodologías de investigación se han empleado?
- ¿Cuáles son las líneas o sublíneas de investigación utilizadas?
- ¿Qué rol tienen los programas de Comunicación Social-Periodismo ofrecidos en las IES del Departamento, en el fortalecimiento de la profesión a partir de la investigación de la comunicación en el ámbito organizacional?
- ¿En qué ámbitos se han aplicado las investigaciones?
- ¿Qué objetos de estudio se han abordado?
- ¿Cuáles son las tendencias y necesidades de estudio que plantea la investigación en el área?

La ausencia de antecedentes constituye un vacío investigativo percibido por varias esferas de la sociedad por cuanto les afecta, cuando surge el interrogante sobre el estado del conocimiento en el tema para formular proyectos de investigación contextualizados, o para orientar esfuerzos con miras a fortalecer la profesión. Tal es el caso de las comunidades científicas interesadas en la CO, pues requieren referentes que den claridad sobre las necesidades y posibilidades de investigación en el área, que solo pueden sustentarse en los avances investigativos del sub-campo, identificados a partir de una revisión documental de la producción investigativa; o las comunidades educativas en comunicación que encuentran límites por la ausencia de información acorde al entorno que permita mayor asertividad en sus procesos de aprendizaje y enseñanza.

En ese orden de ideas, cabe cuestionarse sobre cuál es el estado de la investigación en comunicación organizacional desde los proyectos de grado realizados del año 2013 al año 2017, en las universidades presentes en el departamento del Meta-Colombia, para construir un Estado del Arte.

5. OBJETIVOS

5.1 OBJETIVO GENERAL

Reconocer el estado investigativo de la comunicación organizacional en el Meta-Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados entre los años 2013 y 2017 en las universidades presentes en el Departamento.

5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar los proyectos de grado en investigación sobre comunicación organizacional en las universidades del Meta.

Sistematizar la producción de conocimiento en comunicación organizacional mediante una base de datos a partir de Resúmenes Analíticos Especializados (RAE).

Analizar la información a través de categorías de análisis basadas en los elementos constitutivos de los proyectos de investigación.

6. JUSTIFICACIÓN

El debate alrededor del estatus de la comunicación como disciplina, interdisciplina, transdisciplina, campo de conocimiento, subcampo, oficio, arte o profesión, da vía libre a la presente investigación para aportar insumos que contribuyan a su definición, a partir de la reflexión sobre el ejercicio investigativo que se da desde la formulación y ejecución de los proyectos de grado en el Meta.

Y es que precisamente, la ausencia de estudios documentales sobre la producción intelectual en CO desde las Universidades del departamento del Meta, con o sin programas de comunicación social y su influencia sobre la proyección científica del área del conocimiento, evoca a la necesidad de reconocer su estado investigativo mediante proyectos de grado, pues finalmente éstos constituyen un proceso sistemático que:

Enriquece el saber del estudiante, ya que propicia nuevos conocimientos como resultado de la interacción entre vivencias en la profesión y la sumatoria de las teorías adquiridas en su quinquenio formativo, las cuales confronta, cuestiona, afirma, controvierte, reafirma probando su validez con esa actividad experimental vivida en un trabajo de campo y en la obtención de una serie de datos que analiza, estudia, concluye, y luego condensa en un informe final, permitiéndole la realización argumentativa y escritural de los resultados, para luego sustentarlos y socializarlos ante la comunidad científica y experta en la temática investigada. (Naranjo, 2013, p. 1)

Por ello, el Estado del Arte en comunicación organizacional será una referencia de las características, tendencias, vacíos y necesidades de investigación para la formulación de estudios basados en información contextual, y para la generación de procesos de aprendizaje y enseñanza en la materia acordes con el entorno.

De manera que, son las comunidades científicas y académicas interesadas en la comunicación, al igual que las empresas y sociedad en general, las más beneficiadas con la realización del estudio, pues fortalecerá conceptualmente los profesionales en comunicación, a través de una base de datos dispuesta como plataforma de consulta o herramienta metodológica al servicio de futuras investigaciones en CO o revisiones documentales en el área. En definitiva, esa es la esencia de un Estado del Arte; potenciar el valor del significado de informaciones aparentemente inconexas, mediante el análisis de información que parte desde la recopilación y lectura de textos hasta la interpretación y socialización como aporte a la sociedad.

Finalmente, el estudio es posible ya que cuenta con los recursos económicos suficientes dada la financiación otorgada por la Corporación Universitaria Minuto de Dios, en el marco de la IV Convocatoria para el desarrollo y fortalecimiento de los semilleros de investigación en UNIMINUTO, ya que esta investigación se realiza desde el semillero de investigación sobre estudios de la Comunicación Organizacional “Comperflok”. Igualmente, se ajusta al momento coyuntural que atraviesa la institución con el proceso de autoevaluación, pues le aporta al Programa Comunicación Social – Periodismo elementos sobre referentes académicos en términos de investigación y proyección académica.

7. MARCOS DE REFERENCIA

7.1. MARCO TEÓRICO

7.1.1. ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL?

Conceptualizar la comunicación organizacional no resulta sencillo teniendo en cuenta los debates en torno a si se trata de una ciencia, una disciplina, una transdisciplina, un campo, un sub-campo, un arte, o incluso, un oficio, por ello “no podemos decir comunicación es..., sino yo le llamo comunicación a... Esta precisión es importante porque la definición que se utilice dependerá del enfoque bajo el que se vea el concepto”. (Andrade, 2005, p.15)

Al respecto, ha surgido una discusión producto de la reflexión epistemológica de la comunicación y sus diversos enfoques, al que se suman voces con posturas que, regularmente se contraponen, pero que logran consensos en medio de la complejidad generada por la necesidad que tuvo la comunicación de justificarse, a partir de los aportes teóricos de otras disciplinas, en ese sentido:

Podemos entender pues a la comunicación como una disciplina y también como un campo de estudio. Como disciplina por que investiga los paradigmas de la comunicación en sus múltiples facetas y modelos; interpreta las relaciones, las medicaciones o las interacciones que posibilita la comunicación; busca los aspectos comunicativos comunes entre los fenómenos humanos y sociales y de estos con los fenómenos naturales y tecnológicos (...) Pero también es un “campo de estudio” que se beneficia de las aportaciones a la comprensión de la comunicación desde otras disciplinas, como la antropología, la semiología, la sociología, la economía o la historia. ¿Cómo interpretar a la comunicación (...) sin las aportaciones de estas disciplinas? (Moragas, 2009, p. 2)

Debido a que los estudios en CO “presentan teorías de otras ciencias, como las sociales, se le considera como una disciplina producto de la reflexión interdisciplinaria y transdisciplinar” (Salas, 2011, p, 235) aun teniendo en cuenta que epistemológicamente una disciplina tiene lugar cuando forma parte de una estructura teórica, de ahí que desde otras orillas es concebida como “subcampo de la disciplina de la comunicación que se deriva del campo de la comunicación pública” (López, 2011, p. 29)

La comunicación organizacional, vinculada en sus inicios de forma casi exclusiva al campo administrativo es, además, muy joven, tanto que, a pesar de los esfuerzos y desarrollos alcanzados en los últimos cuarenta años, todavía es insuficientemente conocida, e incluso reconocida y su objeto de estudio es, considerado tanto campo propio de las Relaciones Públicas; como del Desarrollo Organizacional, de la Psicología Social, de la Sociología, incluso de la Administración o Management. (Saladrigas, 2005, p.2)

No obstante, en el campo de acción, gana terreno como efecto de la convergencia de paradigmas encaminados a la integración de las comunicaciones, en consecuencia su accionar se orienta a generar una unidad de identidad colectiva que afecte de manera positiva todos los procesos comunicativos que se dan “entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno” (Andrade, 2005, p.11)

De esta manera, encuentra en el contexto organizacional todo un escenario de desarrollo, con unas particularidades que van desde los modelos funcionalistas de la comunicación lineal Emisor – mensaje – receptor, hasta procesos complejos donde se integran mensajes, formas de relacionamiento, las estrategias, medios entre otros.

Como actividad ha recibido múltiples denominaciones. Entre las más reconocidas, las que la sitúan solamente dentro de la organización - comunicación organizacional, comunicación interna y comunicación institucional-; las que la ubican hacia fuera de la organización –comunicación externa y relaciones públicas y las que integran ambos ámbitos la denominan comunicación integrada, global, corporativa y también institucional. (Saladrigas, 2005, p.2)

La diversidad denominativa no niega un elemento común, en el que todas coinciden dada la naturaleza del fenómeno comunicativo, independientemente del escenario donde tenga lugar como profesión. Es ese factor integrador de la comunicación, en este caso la organizacional, el que alude al consenso más que a las discrepancias en torno a la palabra propicia para ser llamada. Dicho sistema integrado es interpretado por Piñuel, (1997) como un:

El intercambio de expresiones entre actores colectivos (como emisores, las organizaciones; y como receptores, sus públicos o audiencias), se somete a los procesos de producción y consumo de un servicio convertido en mercancía profesional y que consiste en facilitar, por el intercambio de datos codificados y decodificados por los actores- agentes sociales, la reproducción de conocimientos a propósito del acontecer social y material que compromete a la organización, y que es un universo de objetos de referencia frente al cual los miembros de la organización y de la colectividad social necesitan ajustar sus conductas como agentes y como sujetos con aspiraciones sociales y materiales. (p.92)

En ese sentido, encontramos el análisis de la comunicación organizacional como efecto de las evoluciones en los sistemas económicos, de las cuales han sido sujetas las últimas generaciones sociales. Al respecto, Cuesta y Cárdenas, (s.f) afirman que “la humanidad pasó de tener una actividad productiva de tipo agrícola e industrial a una basada en intangibles como la información y la comunicación” (p. 108)

Hasta hace unas décadas el hacer y el saber hacer adquiridos del industrialismo eran considerados más importantes que el saber decir, después se comenzó a creer que la comunicación debía resolver los problemas que no se solucionaban con el buen hacer, ya que los nuevos problemas resultaban demasiado complejos para los alcances de los instrumentos clásicos de gestión.

Es así como la comunicación se ha posicionado frente a un amplio espectro de profesiones y campos de conocimiento, ganando reconocimiento en diversos escenarios, como es el caso de la comunicación organizacional, en el que desde el conjunto de voces referentes en la confrontación conceptual, tiene un entendimiento común como un subcampo derivado del campo de la comunicación pública.

7.1.2. DEBATES EN TORNO AL ESTATUS DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En ámbito de la reflexión académica en ciencias sociales y humanas, una de las preguntas con mayor polifonía gira en torno al “status de la comunicación, su ubicación dentro de los campos problemáticos actuales y, sobre todo, (...) la dificultad que implica pensar en qué consiste, propiamente, la investigación en comunicación” (Roncallo, Uribe, & Calderón, 2013, p.2)

Surgen entonces diferencias en torno a la complejidad para definir como disciplinas, lo que implicaría hablar de interdisciplinas, transdisciplinas; sobre campos de conocimiento y por ende evaluar la posibilidad de contar con subcampos; o bien teorizar desde el oficio, las artes o las profesiones; sumando a ello, a las especializaciones en comunicación social, de acuerdo a la naturaleza de su objeto de estudio y al legado teórico constituido por las disciplinas o ciencias reconocidas.

Con todo, el lugar que ocupa la comunicación en el debate no es para nada gratuito y no obedece a una moda o a alguna suerte de manierismo intelectual propio de nuestro tiempo; de hecho, es precisamente este lugar transversal el que ha obligado a otras ciencias sociales y humanas –con mucha más tradición y académicamente legitimadas– a repensar sus agendas y poner sobre la mesa problemas abiertamente atinentes a lo comunicacional. (Roncallo-Dow, Uribe-Jongbloed, & Calderón- Reyes, 2013, p.2)

Ello, como una reacción ante “la proliferación de temas de investigación y de abordajes conceptuales que parecen confirmar la hipótesis de que la diversidad de miradas, objetos y agendas de investigación (...) podrían definir a la comunicación como un campo de estudio particular.” (Vidales, 2015, p.14)

Sin embargo, dicha particularidad radica en la diversidad que la comunicación ha mostrado a lo largo de su historia al emplear teorías de otras disciplinas para respaldar sus objetos de estudio “el problema es que la diversidad no ha funcionado como criterio de organización disciplinar y mucho menos como criterio de organización o definición conceptual, por lo que estamos frente a un problema de larga data”. (Vidales, 2015, p.14)

La criticidad del tema se dimensiona mejor si se tiene en cuenta que “la comunicación nace como objeto de estudio a principios del siglo XX, se consolida aún como objeto, a mitades de ese mismo siglo, y hoy, más de cinco décadas después, sigue siendo un objeto sin una teoría consolidada” (Rizo,2012, p. 24) pese a los esfuerzos que se adelantan a nivel mundial por construir una teoría propia.

En Iberoamérica, por ejemplo se consolida la Nueva Teoría Estratégica cuyo “fundamento principal es la comunicación y el estudio de la estrategia y sus procesos, desde una mirada

multidisciplinar a partir del paradigma de la complejidad.” (Villegas, 2009, p. 227) abordando la CO de acuerdo a los estudios que se adelantan con base en los contextos de la estrategia en las empresas, bajo la categoría Estrategias de Comunicación Corporativa. Ese aumento de la polifonía conceptual, a la larga pone sobre la mesa más argumentos de tipo epistemológicos para ubicar la CO como un subcampo.

7.1.3 TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN

Ante la complejidad, en el documento publicado por la Asociación de Facultades de Comunicación- AFACOM, “ Marco de fundamentación conceptual y especificaciones de la prueba ECAES en Comunicación e Información”, Los objetos de estudio en la historia del pensamiento comunicacional es citada la investigadora brasilera María Immacolata Vasallo en alusión a su apropiación del concepto de comunicación, expuesto por Bourdieu, en donde sostiene que la comunicación es un campo de conocimiento “constituido por: un conjunto de instituciones de educación superior destinadas al estudio y a la enseñanza de la comunicación, donde se produce la teoría, la investigación y la formación universitaria de profesionales” (AFACOM,2004, p.13)

Sobre si en realidad existen teorías de la comunicación entendiéndola como un campo, Martino (2001) indica que “tenemos un enorme conjunto de teorías, no articuladas entre sí, (...) Pero si hablamos de disciplina, evidentemente tendremos que ser más rigurosos, pues, antes que todo, tendremos que estar en condiciones de reconocer una teoría de comunicación” (p. 127) , en ese sentido, al hablar de teorías de la comunicación estaríamos haciendo frente a una consolidación conceptual para la constitución de un disciplina producto de la transdisciplinariedad, que en efecto, se viene desarrollando con la Nueva Teoría Estratégica.

El tema de por sí genera controversia tanto en lo teórico como en lo práctico, y no son pocos los interrogantes que sigue suscitando: ¿existen teorías de la comunicación? ¿Qué

abarcan y qué plantean tales teorías? ¿Afectan de algún modo las teorías los procesos comunicativos de la vida real? ¿Tiene algún sentido hablar de teorías en un campo que está en permanente construcción? ¿Tienen alguna utilidad las teorías para la formación de los futuros profesionales dedicados al ejercicio instrumental de la información y la comunicación? Si sirven para algo, ¿para qué sirven? (...) Si la comunicación, cada vez más es vista como espacio profesional de un saber práctico y aplicado, con un aparato conceptual limitado, ¿a qué viene tenerlas en cuenta en la formación teórica del comunicador? (Rizo, 2010, s.p.)

Ahora bien, no se trata de pensar en la consolidación de una teoría de la comunicación social por carencia de la misma, sino de reflexionar en torno a la pertinencia de una teoría que le dé un reconocimiento claro teniendo en cuenta que el ejercicio práctico del comunicador es instrumental.

A modo de respuesta frente a los cuestionamientos de la teoría de la comunicación, Gaitán, (2010), justifica que “se muestra como una necesaria fuente de conocimiento psicosocial, no solo como proveedora de objetos de estudio comunicacionales, sino como generadora de epistemes que permitan desarrollos teóricos y metodológicos para la investigación y para las prácticas sociales.” (p. 1)

Ante esa apreciación es válido resaltar que el desarrollo de una teoría de la comunicación al margen de las disciplinas que le dieron origen y evolucionando de las teorías de los equipos de trabajo con autocontrol, de la democratización de las empresas y de la perspectiva femenina, implica la proliferación de temas a estudiar con una fundamentación científica propia encaminada a resultados distintos a los convencionalmente adquiridos, con la posibilidad de generar producción intelectual pertinente a las necesidades de formación conceptual que demandan los comunicadores, pues esos conocimientos serán acordes a las competencias instrumentales y cognitivas que necesitan.

Por lo pronto, se han consolidado varias teorías, pero no una única comúnmente aceptada por las comunidades científicas en ciencias sociales, la comunicación en sus especialidades seguirá evolucionando, y trabajando y ganando un espacio que le permitirá cada vez más que las empresas la reconozcan como una profesión legítima.

5.1.4 INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

La comunicación organizacional ha sido un fenómeno ampliamente estudiado, quizás con mayor énfasis desde la década de los años setenta del siglo XX, por parte de una diversa comunidad de investigadores procedentes de las múltiples disciplinas del conocimiento que constituyen las ciencias sociales.

Varios autores demuestran que el incremento de investigaciones en este tema se hace evidente a través de la cantidad de artículos que han venido apareciendo en publicaciones indexadas, dedicados a estudiar y analizar de manera teórica y empírica los campos, roles, tendencias y prácticas de la comunicación en las organizaciones (Jablin & Putnam, 2001, p.18)

A los estudios en CO, “la Administración de empresas ha realizado sus principales aportes, de la mano de la psicología social y la sociología. (López, 2011, p.25) La producción de conocimiento en estas últimas dio lugar a la conformación de la sociología organizacional y la psicología organizacional para servir de base al desarrollo investigativo del sub-campo de la CO.

En ese orden de ideas, se habla de la investigación en CO desde la interdisciplinariedad, e incluso, desde la transdisciplinariedad debido a que sus objetos de estudio, de esta manera:

“no pueden ser identidades separadas ni culturas relativamente desconectadas ni campos por completo autónomos. Las evidentes relaciones entre ellos no pueden entenderse si las concebimos como simple yuxtaposición” (Canclini, 1999, p.39)

A dicha convergencia disciplinar, Vassallo, (s.f) discrepa al afirmar que es “en el manejo de la interdisciplinaridad, que la debilidad teórica en la investigación de Comunicación se hace más evidente. (p.8), por ello, se ha generado una cierta pérdida de identidad provocada por la influencia de otras disciplinas para la creciente especialización del campo.

No obstante, Vassallo, (s.f), hace un llamado al “uso útil de teorías y conceptos de diversas procedencias, un uso que sea sobre todo bien fundamentado y pertinente a la construcción del objeto teórico”(p.21) además, reconoce que la interdisciplinaridad evoca a un nuevo modo de producir conocimiento, se refiere a la “investigación integrada, realizada por un equipo multidisciplinar de investigadores, que pueda abarcar el trabajo interdisciplinar en Comunicación de una manera más satisfactoria que la investigación individual” (Vassallo,sf,p.9) de tal modo que los aportes que se continúen haciendo a partir de otras disciplinas no debe ser visto con recelo, así se pretenda un consolidación teórica propiamente desde la comunicación, pues la naturaleza de la comunicación como área del conocimiento implica reflexiones mediante otras disciplinas.

Es posible reconocer una práctica de investigación que define la relevancia de la comunicación como práctica social en función de sus contextos sociales de producción y no de un objeto de estudio claramente reconocible o institucionalmente compartido desde donde sea posible plantear una agenda conjunta de investigación sistemática sobre el fenómeno comunicativo. (Vidales, 2015, p.18)

Pese a las divergencias conceptuales en torno a la naturaleza de la investigación en comunicación, la realidad muestra que, en el año 2013, en comunicación se contaban alrededor de 150 revistas indexadas en el mundo, entre ellas: Sage Publications, de Estados Unidos, Taylor & Francis, de Reino Unido; Elsevier, de Holanda (Roncallo-Dow, Uribe, & Calderón, 2013, 175) lo que refleja un creciente avance en materia investigativa a propósito de la relevancia de la comunicación como objeto de reflexión científica desde las especializaciones que se han abierto un espacio dentro de la disciplina como la comunicación organizacional.

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

Lo anterior, como resultado de los eventos coyunturales del siglo más neurálgico en la historia universal, tanto por las penosas guerras como por el acelerado progreso de la industria privada, los sistemas económicos en los que prima el modelo capitalista, las nuevas formas de organización empresarial que exigen nuevos procesos comerciales y desde ellos las formas de relacionamiento, han posibilitado los estudios de investigación en comunicación con énfasis organizacional que permitió más avance en un siglo, que en los diez que implicaron la edad media y con ella el oscurantismo.

7.2 MARCO REFERENCIAL

7.2.1. UNA MIRADA GLOBAL DE LOS BALANCES SOBRE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Los estados del arte o investigaciones sobre el avance de la investigación en comunicación organizacional han sido objeto de preocupación por parte de estudiosos y académicos de diversas disciplinas en ciencias sociales ya que se registran pocos estudios al respecto. Los antecedentes que se encuentran, realizan un análisis de la comunicación en general y la CO es estudiada a la par con los demás sub-campos, sin hacer hincapié en su carácter epistemológico ni en los aspectos concernientes a su estado investigativo en relación con la realidad de la profesión desde la academia.

No obstante, se puede ubicar una de las raíces de los estudios en comunicación organizacional en Estados Unidos a partir de “la administración; sin embargo, la producción académica de los Estados Unidos se ha diversificado enormemente en los últimos años. La influencia de estudios en administración fue especialmente importante en los años cincuenta, sesenta y setenta” (Botero, s.f, p.19) Como resultado del desarrollo en la materia, la CO figura dentro de los subcampos con mayor trascendencia investigativa.

Las investigaciones teóricas, empíricas y aplicadas en el campo de la comunicación se han centrado en EEUU en los últimos años en los siguientes ámbitos académicos: la perspectiva filosófica, los estudios visuales, las relaciones públicas, la comunicación masiva, la comunicación popular en la era de la globalización, **la comunicación organizacional** (...) Los cientos de revistas especializadas en este vasto campo académico han reflejado en buena medida estos intereses. (Jones, 2007, p.4)

Significa entonces que en ese ejercicio de reflexión se han librado debates de corte epistemológico reluciendo divergencias o discrepancias, al igual que convergencias y concesos que entre otras cosas aluden a la necesidad de estudiar asuntos de “género, raza y de la globalización en el marco organizacional. Aunque los académicos de Estados Unidos se han comprometido en adoptar dicha diversidad, su producción académica no refleja ese compromiso” (Botero, s.f, p.10)

En cuanto al contexto europeo, en España por ejemplo, el estudio: La investigación sobre comunicación en España, Evolución histórica y retos actuales; presenta un balance de la comunicación en general, sin abordar de manera profunda la comunicación organizacional, referenciándola solamente en una ocasión bajo la denominación de comunicación institucional y corporativa, para mencionar su dimensión histórica. Dicha investigación revela una constante en los balances investigativos respecto a la profundidad de las reflexiones en torno al área del conocimiento.

Desde finales de los ochenta han venido abordando el estado de la investigación sobre comunicación en España, pero con una serie de limitaciones que merman aquella función de acicate, de estímulo, que debe tener la crítica. En primer lugar, porque estos trabajos no han solido ir, por lo general, mucho más allá de indicar qué investigamos, a qué temas, tópicos u objetos dedicamos atención y cuáles otros descuidamos. Pero, excepto en algunos casos, no están planteados con una orientación valorativa, que requeriría evaluar en profundidad los diferentes dominios o ámbitos temáticos de nuestra investigación para determinar la validez de los enfoques teóricos a los que recurrimos, el rigor en el uso de las estrategias metodológicas, los resultados que estamos alcanzando, las aportaciones al progreso del conocimiento en este campo, las carencias detectadas y, más importante, el modo de paliar las deficiencias que logremos identificar. Es este tipo de indagación valorativa el único esfuerzo que merece con propiedad la consideración de crítica. (Martínez, 2009, p.2)

Respecto a los demás países del viejo continente, han sido estudiados desde la comunicación organizacional en lo referente al manejo de redes sociales, en la investigación titulada: Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos de redes sociales y Twitter en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa, en éste último “los estudios se han enfocado en el análisis de los usos y consumos que se los prosumidores le dan a las redes sociales, dejando de lado las motivaciones y las actitudes”(García, 2013, p. 90)

Por otra parte, la investigación “Epistemología de la comunicación en Iberoamérica contribución al estudio de la comunicación” comenta sobre el carácter epistemológico de la comunicación como objeto de estudio y plantea las limitaciones para el desarrollo de su ejercicio investigativo. Al respecto, un apartado del estudio especifica:

La pregunta por la epistemología, en este trabajo, no conduce a un análisis de fondo sobre su constitución y efecto en relación con la comunicación, sino a la búsqueda que da cuenta de un tratamiento auto-reflexivo de la comunicación académica. Es decir, no se analizan a fondo posturas sino que se exploran con el fin de tenerlas en cuenta para los que se interesen en su abordaje en un estudio posterior. Es una pequeña compilación, que si bien habla de Iberoamérica, no llega a un nivel detallado de producción académica por limitaciones de tiempo, recursos y formación del autor. (Echeverría, 2009, p.7)

Se evidencian aproximaciones que se relegan a tratamientos superficiales que se auto deslegitiman por aspectos de segundo plano y no abogan, entonces, por el afianzamiento de una teoría de la comunicación que apunte a su consolidación como una disciplina, no dependiente de las demás áreas del conocimiento que hoy la constituyen como un campo o disciplina objeto de polémica, y a la CO como un sub-campo.

Por eso Botero (s.f) en su estudio “Los campos de la comunicación organizacional: Perspectivas Latinoamericanas y Norteamericanas al citar a Salas (2011) sustenta su afirmación de que “son pocos los estudios recientes en el contexto latinoamericano que comparen y exponen las teorías, métodos y contextos que los investigadores de estos países han empleado para tener una mayor comprensión de la comunicación organizacional.” (p.9) planteando algunos cuestionamientos interesantes:

¿Hay solo un campo de la comunicación organizacional o hay tantos como regiones en el mundo? ¿Cuáles son las consecuencias de la falta de comunicación entre ambas tradiciones? ¿Cuáles son los principales problemas de investigación que los académicos norteamericanos están estudiando en comparación con sus colegas del Sur? ¿Cómo están contribuyendo ambas tradiciones al campo de la comunicación organizacional?
(Botero, s.f, p.9)

Los interrogantes permiten entrever el desconocimiento del legado investigativo de la CO y su necesidad de comprensión para orientar acciones hacia el aumento del criterio científico del sub-campo a partir de las dificultades o vacíos que solo pueden ser vislumbrados de manera sensata y generalizada en revisiones documentales de la producción investigativa que permita la generación de aportes que vayan más allá del acostumbrado inventariado, y que propendan por una reflexión teórica acorde a las necesidades de consolidación científica que demanda la comunicación y sus diversas variaciones, haciendo frente a la dependencia investigativa de otras disciplinas, o como es el caso Latinoamericano, de Estados Unidos y Europa.

Es obvio que la investigación de la comunicación en América Latina ha seguido las orientaciones conceptuales y metodológicas establecidas por los investigadores en Europa y los Estados Unidos. El efecto de esto, en esencia, ha significado que algunos estudios han enfatizado la comprensión conceptual por encima de la producción de evidencias

empíricas, mientras que otros estudios han hecho exactamente lo opuesto. (Navarro, 1999, p. 106)

No obstante, la propugna por abonar criterio científico a la comunicación organizacional no debe orientarse en la dependencia teórica que una región tenga de otra, se trata de aceptar los aportes que surjan y aprovecharlos en la medida que sean aplicables a los diversos contextos, sin dejar de lado la responsabilidad de contribuir al proceso haciendo contribuciones con investigaciones pertinentes.

7.2.2. LOS BALANCES SOBRE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL DESDE COLOMBIA

En la “Revisión teórica y análisis crítico de la investigación en comunicación social en Colombia en los últimos 60 años” Hernán Cadena plantea el panorama actual de manera estructurada a partir de los pocos antecedentes que se registran. Cabe resaltar que también obedece a un análisis de la comunicación en general, no obstante, el abordaje que hace de la CO no es tan superfluo como en otras investigaciones del mismo o similar corte. En un fragmento del documento expuesto al público el autor plantea:

Ha sido tan estratégico este campo de conocimiento que ya en la década de los ochenta, la ACICS consideró importante hacer un balance de qué se había avanzado hasta entonces. El resultado fue el primer estudio nacional sobre el estado del arte con que se cuenta, el cual también obedeció a una directriz de ALAIC. Por ello, sendos estudios se hicieron en países miembros como Chile, Perú, Argentina, Bolivia. El papel de ALAIC fue debatir entre sus miembros las aproximaciones metodológicas apropiadas y los diseños generales de los balances en términos de categorías, de manera que pudieran ser compatibles y

comparables entre ellos. Esto le dio un alto nivel y dimensión internacional al estudio colombiano. El conjunto de estudios marcó una etapa en la IC en América Latina y hermanó a sus investigadores, lo que ha permitido con los años mantener viva la red de ALAIC no solo de manera formal, sino en la existencia de un diálogo permanente. (Cadena, s.f, s.p)

De ahí que se haya legitimado el acto de convalidar la afirmación y se encontró que existen pocos estudios documentales de comunicación en Colombia, sin embargo, ello no implica que carezcan de valor o criterio científico, más bien, constituyen una base fundamental para el emprendimiento de su estado de la cuestión.

A ese respecto el estudio denominado “Comunicación social en Colombia: Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013) realizado por los investigadores William Zambrano y Andrés Barrios, plasma, ahora sí, el legado investigativo de la CO y hace un aporte sustancial al afirmar que:

La investigación que ha cobrado vigencia en la última década ha sido la comunicación organizacional. Este nuevo espacio de investigación requiere de una ampliación y profundización de competencias y saberes que exige la inclusión de nuevos contenidos aún no claramente consolidados desde la reflexión teórica, metodológica y epistemológica. (Zambrano & Barrios, 2013, p.84)

Además, en los resultados de su estudio incluyeron en el marco de las tendencias de investigación en Colombia, a la CO precedida por la producción audiovisual y la comunicación estratégica, como los subcampos que más interesan a los investigadores y en consecuencia, los más estudiados.

En otro estudio similar pero de corte departamental, el análisis gira en torno a la producción de conocimiento únicamente desde las universidades, su autora Mónica Valle, lo tituló: “La investigación en comunicación en Antioquia – Colombia (2010-2011)” allí, la CO y demás subcampos y dentro de las conclusiones mencionó que en los resultado del estudio se evidenció que:

En el Departamento de Antioquia - Colombia el principal énfasis de los trabajos de grado en comunicación se encuentran en la comunicación organizacional. La Universidad de Medellín, Facultad de Comunicación Corporativa, es la más representativa entre las universidades observadas, seguida de la U de A, U. Cooperativa y la Institución Universitaria Luis Amigó. Las temáticas abordadas en dichos estudios son similares: Planeación de la comunicación y crisis, indicadores de gestión, cultura organizacional, gestión de la comunicación, desarrollo organizacional. Destaca la U de M por el énfasis de la comunicación organizacional en relación con TIC: Web, sociales, RR.PP, gobierno en línea, Pymes, evaluación de la comunicación organizacional, medios interactivos. (Valle, 2014, p. 86)

Es así como en las dos investigaciones mencionadas anteriormente, la CO ocupa una posición importante en relación con los demás sub-campos de la comunicación situándose en ambos casos en las primeras posiciones de las categorías de “tendencias de investigación”. En cuanto a antecedentes de revisiones documentales de la producción investigativa en comunicación organizacional desde el departamento del Meta, Colombia, se encuentra que no existe ningún estudio.

7.3 MARCO CONTEXTUAL

El departamento del Meta está ubicado en la región centro-oriental de Colombia. El Meta pertenece a la región de la Orinoquía, desatacándose por ser uno de los departamentos con mayor crecimiento en los últimos tiempos, especialmente en lo que tiene que ver con productos para biocombustibles y seguridad alimentaria, por lo tanto, es catalogado como despensa agrícola del país, fundamentalmente de Bogotá.

Se puede decir que tiene como fuentes de riqueza la explotación de hidrocarburos, la ganadería de extensión y la agricultura especializada en cultivos de arroz, cacao, caña, palma africana, yuca, plátano, cítricos, frutas, forestales, ente otros. Además, posee minas de sal en los municipios de Barranca de Upia y Cumaral.

Su población ha proliferado producto de la migración desde otras regiones ascendiendo en número a unos 979.710 habitantes para el año 1993, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), siendo Villavicencio la ciudad con más densidad poblacional en el Departamento con 495.227 habitantes para el 2016, de acuerdo a la proyección establecida.

Ahora bien, ello justifica el potencial educativo del Departamento y con él los avances que puedan hacerse en materia investigativa y académica, teniendo en cuenta la creciente cifra de 29.431 estudiantes en pregrado, distribuidos en 24 Instituciones de Educación Superior con oferta educativa en el Meta.

Con base en dicho análisis, la revisión documental de la producción investigativa sobre comunicación organizacional en el Meta, se ha elaborado desde los proyectos de grado realizados en los programas de Comunicación Social ofrecidos por la Corporación Universitaria Minuto de Dios, con enfoque en Comunicación para el Cambio Social; la Corporación

Universitaria del Meta, con enfoque en CO y la Universidad Nacional Abierta y a Distancia, con enfoque en Comunicación para el Cambio Social.

También se ha incluido la Universidad Santo Tomás, la Universidad Cooperativa de Colombia, la Universidad Antonio Nariño y la Universidad de los Llanos, ya que, en programas como Administración de Empresas, Psicología, Contaduría pública, entre otros, han generado investigación en CO a partir de sus respectivos enfoques. Las demás instituciones de educación superior no fueron incluidas porque no registran ejercicios de investigación; sus estudiantes desarrollaron otras modalidades de grado para optar por sus títulos profesionales, como diplomados o módulos de especialización.

Por último, se evidencia la Red de Bibliotecas Académicas de las IES con presencia en el Departamento, posibilitando la consulta de documentos que no aparecen registrados en los repositorios institucionales o incluso, el acceso a los mismos en las universidades que aún no cuentan con repositorios.

7.4 MARCO LEGAL

Para el logro de los objetivos que plantea esta investigación es necesaria la consulta de documentos investigativos, sujetos a la normatividad vigente en derechos de autor mediante la ley 44 de 1993, donde de manera expresa se indica que:

“Quien inscriba en el registro de autor una obra literaria, científica o artística a nombre de persona distinta del autor verdadero, o con título cambiado o suprimido, o con el texto alterado, deformado, modificado o mutilado (...) quien de cualquier modo o por cualquier medio reproduzca, enajene, compendie, mutile o transforme una obra literaria; científica o artística, sin autorización previa y expresa de sus titulares” (Ley 44, 1993, art. 51)

En el mismo sentido, la ley 23 de 1982 (modificada y adicionada por la ley 44 de 1993), decretó que “los autores de obras literarias, científicas y artísticas gozarán de protección para sus obras en la forma prescrita por la presente Ley y, en cuanto fuere compatible con ella, por el derecho común” (Ley 23, 1982, art. 1). Adicionalmente, dio claridad sobre a quienes corresponden derechos de autor:

Los derechos de autor recaen sobre las obras científicas literarias y artísticas las cuales se comprenden todas las creaciones del espíritu en el campo científico, literario y artístico, cualquiera que sea el modo o forma de expresión y cualquiera que sea su destinación, tales como: los libros, folletos y otros escritos; las conferencias, alocuciones, sermones y otras obras de la misma naturaleza. (Ley 23, 1982, art. 2).

Adicionalmente, en nuestro país se aprobó el Tratado de la OMPI, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, sobre Derechos de Autor (WCT), mediante la Ley 565 del 2 de febrero de 2000, pactado en Ginebra, el 20 de diciembre de 1996, reconociendo y acatando la Ley 7 de

1944, que marca el conducto el regular para la aprobación de tratados internacionales, expresando puntualmente que “los tratados, convenios, convenciones, acuerdos, arreglos u otros actos internacionales aprobados por el Congreso, no se considerarán vigentes como leyes internas, mientras no hayan sido perfeccionados por el Gobierno”. (Ley 7, 1944, art.1º)

Finalmente, la Constitución Política de Colombia respalda lo estipulado por las leyes expuestas consagrando que “El Estado protegerá la propiedad intelectual por el tiempo y mediante las formalidades que establezca la ley. (Const., 1991. art. 61)

8. METODOLOGÍA

El Estado del Arte de la comunicación organizacional en el Meta-Colombia, desde los proyectos de grado universitarios realizados del año 2013 al año 2017, es una investigación documental desde el enfoque cualitativo de la investigación, por consiguiente, emplea el método inductivo que define la estructura del estudio en tres fases:

1. Identificar los proyectos de grado en investigación referentes a la comunicación organizacional registrados en los repositorios institucionales de siete universidades con presencia en el departamento del Meta, incluyendo dentro del ejercicio programas de pregrado y posgrado con disciplinas en común con la CO y programas de Comunicación Social-Periodismo.
2. Sistematizar la producción de conocimiento en comunicación organizacional mediante una base de datos a partir de Resúmenes Analíticos Especializados (RAE) que establecerán las categorías de análisis a implementar en la siguiente fase.
3. Analizar la información a través de categorías de análisis mediante los planteamientos metodológicos de las investigaciones, temas y ámbitos donde tienen lugar los estudios, líneas y sublíneas de investigación, objetos de estudio y tendencias y necesidades de investigación.

9. ESTADO INVESTIGATIVO DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN EL META-COLOMBIA

9.1 PROYECTOS DE GRADO EN INVESTIGACIÓN SOBRE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN LAS UNIVERSIDADES DEL META

Tras revisar los anaqueles bibliotecarios y repositorios institucionales de las universidades con presencia en el departamento del Meta, se identificó que a partir del año 2013 han tenido lugar 36 investigaciones sobre comunicación organizacional, desde proyectos de grado en diferentes programas pre y posgraduales.

IES	PROGRAMA	TÍTULO
UNIMINUTO	COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO	DISEÑO DE UN PLAN DE COMUNICACIONES PARA LA DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE LA ALCALDÍA MUNICIPAL DE SAN JUAN DE RIOSECO DEL DEPARTAMENTO DE CUNDINAMARCA
		DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIRECCIÓN DE INVESTIGACIÓN DE LA VICERRECTORÍA REGIONAL LLANOS (VRLL)
		ANÁLISIS DE PERCEPCIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA QUE TIENE LA COMUNIDAD EDUCATIVA SOBRE LA CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS VRLL
		IMPLEMENTACIÓN DE ESTRATEGIAS EN MEDIOS VIRTUALES PARA LA IGLESIA ADVENTISTA DEL SÉPTIMO DÍA EN VILLAVICENCIO

	DISEÑO GRÁFICO	ESTUDIO DE LA EVOLUCIÓN HISTÓRICA E IDENTIDAD CORPORATIVA DE 20 EMPRESAS REPRESENTATIVAS DE LA REGIÓN, CON MÁS DE 20 AÑOS DE FUNDADAS EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.
	PSICOLOGÍA	MEDICIÓN DEL CLIMA SOCIAL LABORAL EN COOPERATIVA DE TRANSPORTADORES DE CUMARAL, META
UNAD	GESTIÓN PÚBLICA	ESTUDIO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL HOSPITAL DEPARTAMENTAL DE GRANADA E.S.E: EN EL DEPARTAMENTO DEL META.
	ADMINISTRACIÓN	IMPACTO DEL PROGRAMA DE DESVINCULACIÓN LABORAL ASISTIDA SOBRE EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, SEDE VILLAVICENCIO
UCC	ADMINISTRACIÓN	EVALUACIÓN DEL POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA SEDE VILLAVICENCIO COMO MARCA A TRAVÉS DE LOS ESTUDIANTES DEL GRADO ONCE DE LOS COLEGIOS PÚBLICOS Y PRIVADOS DE VILLAVICENCIO
		PERCEPCIÓN COMERCIAL DE LOS TENDEROS DE BARRIO FRENTE A SUS PROVEEDORES EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO
		INFLUENCIA DE LAS CREENCIAS DE LOS TENDEROS DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO EN EL SERVICIO AL CLIENTE
		SISTEMA DE INFORMACIÓN Y GESTIÓN DEL EMPLEO PÚBLICO EN LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL META

	CONTADURÍA PÚBLICA	LAS REDES SOCIALES COMO ESTRATEGIA DE NEGOCIO ORIENTADA A LAS PYMES DEL SECTOR DE SERVICIOS DE ESTÉTICA Y BELLEZA EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO. “CASO CENTRO DE ESTÉTICA OKEVASH”
		ESTUDIO DE MERCADO DE LA MAESTRÍA EN GESTIÓN DE ORGANIZACIONES A OFERTAR EN LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, SEDE VILLAVICENCIO
	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA Y ECONOMÍA SOLIDARIA	LA CULTURA VIAL COMO ESTRATÉGIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL EN EL SECTOR DE SERVICIOS DE TRANSPORTES PREESCOLAR DE LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.
	PSICOLOGÍA	IMPLEMENTACIÓN DEL COACHING COMO ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL LIDERAZGO TRANSFORMACIONAL EN OFICIALES, TÉCNICOS JEFES Y TÉCNICOS SUBJEFES DEL GRUPO TÉCNICO DE LA BASE LUIS F. NIÑO, APIAY, VILLAVICENCIO-META. FUERZA AÉREA COLOMBIANA
PROMOCIÓN DEL DESARROLLO SOSTENIBLE A TRAVÉS DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA, SEDE VILLAVICENCIO.		
UAN	ADMINISTRACIÓN	ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACION ORIENTADO EN EL TRADE MARKETING PARA LA EMPRESA QUALA S.A EN LOS AUTOSERVICIOS DE VILLAVICENCIO.
	PSICOLOGÍA	CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA ORGANIZACIONAL DEL COLEGIO DEPARTAMENTAL LA ESPERANZA DE VILLAVICENCIO, META. 2013

		INFLUENCIA DEL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA SATISFACCIÓN LABORAL DE LOS EMPLEADOS DE LA UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO SEDE VILLAVICENCIO, META, EN EL SEGUNDO SEMESTRE 2015.
	ING.INDUSTRIAL	POSICIONAMIENTO COMPETITIVO DEL PROGRAMA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL SEGÚN LOS DIRECTIVOS DE LAS EMPRESAS EGRESADOS Y NUEVOS ESTUDIANTES DE LA UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO, SEDE VILLAVICENCIO.
		DISEÑO DE LOS MODELOS DE EVALUACIÓN Y CLÍMA ORGANIZACIONAL EN LA COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO CONGENTE, UBICADA EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.
STO.TOMÁS	ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA	PERCEPCIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS USUARIOS DEL TRANSPORTE TERRESTRE DE PASAJEROS ENTRE LAS CIUDADES DE BOGOTÁ Y VILLAVICENCIO.
		LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS EMPRESAS DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.
		PERCEPCIÓN DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS DE VILLAVICENCIO CON RESPECTO AL SERVICIO OFRESIDO POR LAS ENTIDADES BANCARIAS DE LA CIUDAD.
		APLICACIÓN DEL MARKETING VERDE EN LAS EMPRESAS AGROINDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO.
UNILLANOS	ADMINISTRACIÓN	PLAN ESTRATÉGICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE ALKOMPRAR SECCIONAL VILLAVICENCIO

		FACTORES QUE COMPONEN EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA INVERSIONES ALIS LTDA. DE VILLAVICENCIO POR LEONARDO LÓPEZ NIÑO Y SANDRA ALDANA OLVEROS
		DISEÑO DE ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO PARA LA EMPRESA JM ACRÍLICOS VILLAVICENCIO
		APROPIACIÓN Y USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN EN LAS EMPRESAS EXPORTADORAS DEL MUNICIPIO DE VILLAVICENCIO (META)
	MERCADEO	GESTIÓN DE POSICIONAMIENTO DE MARCA ENCUENTROS VILLAVICENCIO
		ESTUDIO DE IMÁGEN Y POSICIONAMIENTO DE LA UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS EN LA CIUDAD DE VILLAVICENCIO
	ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN SALUD	ANÁLISIS DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DEL CUERPO DOCENTE Y PERSONAL ADMINISTRATIVO DE LA FACULTAD DE ODONTOLOGÍA DE LA UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA SEDE VILLAVICENCIO
		PERCEPCIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DEL SERVICIO DE ODONTOLOGÍA EN EL HOSPITAL MILITAR DE ORIENTE DE VILLAVICENCIO
		DIAGNÓSTICO DEL CLIMA ORGANIZACIONAL DE LA E.S.E. HOSPITAL SAN RAFAEL DE CAQUEZA CUNDINAMARCA DURANTE EL AÑO 2013 Y SU RELACIÓN CON LA PRODUCTIVIDAD DE LOS TRABAJADORES
AUNAR	ADMINISTRACIÓN	POCIONAMIENTO DE MARCA Y ESTRATEGIA DE MERCADEO DEL CONCESIONARIO MAHINDRA MOTORS
UNIMETA	UNIMETA	UNIMETA

Tabla No. 1. Lista de proyectos de investigación en comunicación organizacional de las IES del Meta

9.2 SISTEMATIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE CONOCIMIENTO EN COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

En los anexos del trabajo se incluye un Excel que contiene la base de datos RAE que se implementó para la sistematización de la información pertinente al estudio.

Categorías de análisis en matriz RAE	
1	UNIVERSIDAD
2	PROGRAMA
3	FECHA
4	TÍTULO
5	AUTOR
6	LÍNEA
7	SUBLÍNEA
8	TEMA
9	SECTOR
10	NIVEL ACADÉMICO
11	ZONA GEOGRÁFICA
12	PALABRAS CLAVE
13	FORMULACIÓN PROBLEMA
14	OBJETIVO GENERAL
15	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
16	ENFOQUE
17	DISEÑO CUANTITAT
18	HERRAMIENTA
19	DISEÑO CUALITAT
20	HERRAMIENTA
21	TIPO DE ESTUDIO

22	APUNTES DE METODOLOGÍA
23	CONCLUSIONES
24	ESTRUCTURA DEL PROYECTO
25	CLARIDAD PLANTEAMIENTO PROBLEMA
26	PREGUNTA.PROBLEMA. RESUELTO
27	OBJETIVOS.COHE.RESULTADOS
28	PERTINENCIA DESDE LA COMUNICACIÓN
29	IMPLEMENTACIÓN DEL PROYECTO
30	CONTEXTO
31	SECTOR ECONÓMICO
32	OBSERVACIONES SOBRE LA UNIVERSIDAD

Tabla 1 Categorías de análisis del RAE

9.3 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN A PARTIR DE CATEGORÍAS DE ANÁLISIS BASADAS EN LOS ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DE LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN.

La presente revisión documental tomó como punto de partida los proyectos de grado realizados a partir del año 2013 en ocho Instituciones de Educación Superior (IES) presentes en el Meta. Se encontraron 36 estudios distribuidos de la siguiente manera según universidades.

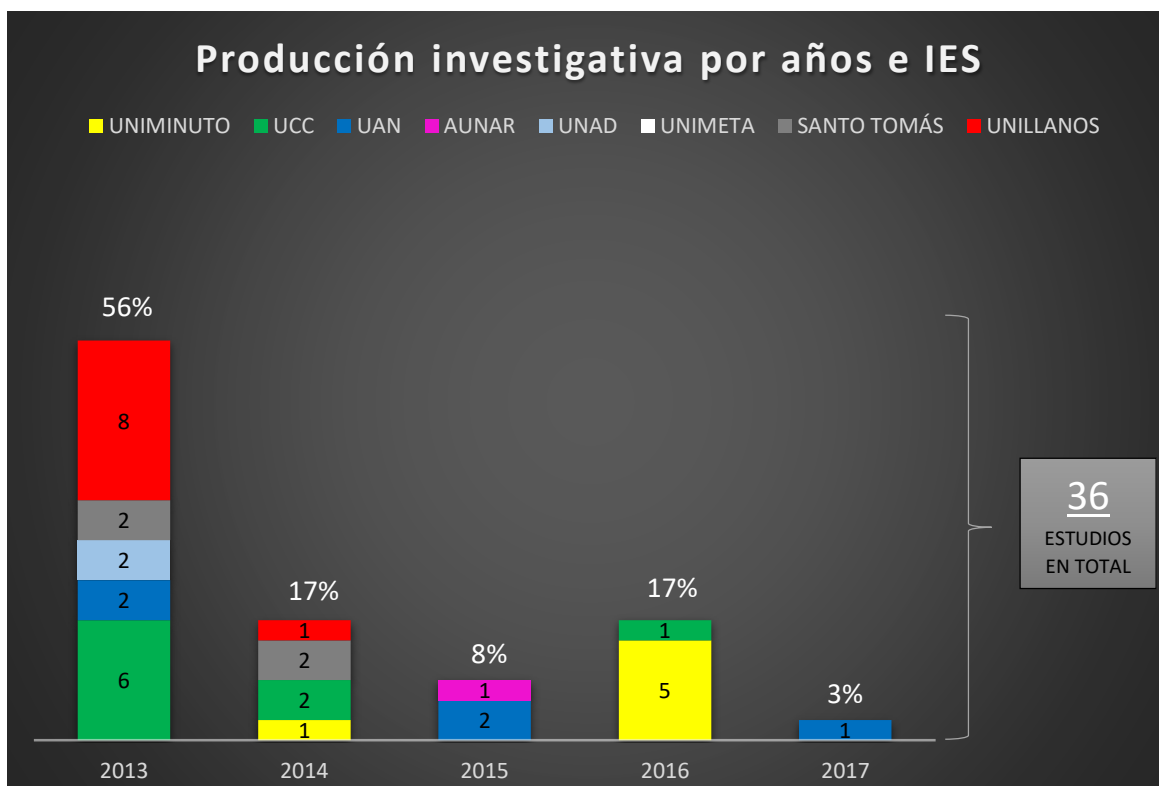


Ilustración 1 Producción investigativa por años e IES.

IES	SIGLAS
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS	UNIMINUTO
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NARIÑO	AUNAR
UNIVERSIDAD NACIONAL ABIERTA Y A DISTANCIA	UNAD
UNIVERSIDAD COOPERATIVA DE COLOMBIA	UCC

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META	UNIMETA
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO	UAN
UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS	SNT. TOMÁS
UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS	UNILLANOS

Tabla 2 IES incluidas en el estudio

En el año 2013 se realizaron veinte proyectos, de los cuales 8 son de UNILLANOS, 2 de Santo Tomás, 2 de UNAD, 6 de UCC y 2 de UAN, para una interpretación en términos porcentuales del 56%, siendo el año en que más se ha investigado la comunicación en el ámbito organizacional por parte de la académica metense.

Para el año 2014, hubo una reducción del 39% en la producción investigativa tomando como referencia el año 2013. No obstante, en éste año UNIMINUTO hace su primer aporte con un proyecto y continúa UNILLANOS con 1, Santo Tomás con 2 y UCC con 2, para un total de 6 estudios que porcentualmente representan un 17% de los 36 estudios que se encontraron.

En el año 2015, la producción investigativa se reduce el 9% en relación con el año 2014, es decir que en comparación con el primer año del estudio (2013), se disminuyó un 48%, pues tan solo se registraron 3 investigaciones por parte de las universidades AUNAR con una y UAN con 2, que constituyen un 8% de las 36 investigaciones en total.

En cuanto al año 2016, el panorama mejoró, pues los estudios aumentaron un 9% con cinco investigaciones aportadas por UNIMINUTO y una por UCC, para un total de 6 proyectos, logrando nuevamente un 17% de las 36 investigaciones encontradas en las ocho IES.

Finalmente, en lo corrido del año 2017 solamente se registra una investigación aportada por la UAN, que representa un 3% de los 36 estudios. Sin embargo, ello no significa que no se esté investigando la comunicación organizacional ya que el año aún no culmina y es de conocimiento común que la socialización de las investigaciones en las bibliotecas de las diferentes universidades, es uno de los últimos pasos en los procesos de grado mediante proyecto de investigación.

Cabe resaltar que la UNIMETA fue incluida en el estudio ya que ofrece el programa de Comunicación Social-Periodismo aportando un gran número de profesionales en el área para el Departamento. No obstante en el año 2007 tuvo un cierre del programa y solo hasta el año 2012 realizó la reapertura, afrontando nuevamente el crecimiento y maduración que demanda un programa académico.

Por ello, en los años tomados como referencia para ésta investigación, la UNIMETA no registra investigaciones en comunicación desde el programa de Comunicación ni en sus otros programas. De ahí que las investigaciones encontradas correspondan predominantemente a la década del 90 del siglo pasado.

En ese orden de ideas, las universidades incluidas en el estudio en el transcurso de los últimos cuatro años han hecho valiosos aportes sin regularidad ni significativo número. La siguiente gráfica ilustra la producción investigativa por universidades sin tener en cuenta años para dimensionar de manera particularizada su contribución.



Ilustración 2 Producción investigativa por IES

Las universidades que más han generado aportes investigativos en comunicación organizacional son UNILLANOS con 9 estudios y UCC con otros 9, cada una con un 25% en relación con la totalidad de estudios encontrados. El 50% de estudios restantes corresponden a los aportes hechos por UNIMINUTO, con 6 investigaciones que constituyen un 17%; UAN, con 5 investigaciones para un 14%, Santo Tomás, con 4 investigaciones para un 11%; UNAD, con 2 investigaciones para un 6% y AUNAR, con una investigación que representa un 3%.

Cada una de las IES mencionadas ofrecen programas académicos con disciplinas que abordan el tema de la CO, en consecuencia las investigaciones en la misma no solo provienen de programas de Comunicación Social-Periodismo. La siguiente gráfica presenta la producción investigativa desde proyectos de grado, de acuerdo a programas académicos.



Ilustración 3 Producción investigativa por programas académicos

Se halló que 11 programas académicos de las 8 IES estudiadas produjeron investigaciones en CO. Administración de Empresas encabeza la lista con 11 estudios, equivalentes al 31% de la totalidad de proyectos encontrados, seguida por Psicología con 5 investigaciones que constituyen un 14%; Administración Agropecuaria y Comunicación Social-Periodismo, cada una con 4 proyectos que individualmente representan un 11%; Especialización en Administración en Salud, con 3 aportaciones para un 8%; Ingeniería Industrial, Mercadeo y Contaduría Pública, con 2 estudios para un 6% y Comunicación Gráfica, Especialización en Alta Gerencia y Economía Solidaria y Gestión Pública, con 1 proyecto cada una para un 3% respectivamente.

Se evidencia que el aporte investigativo por parte de los programas de Comunicación Social-Periodismo representa tan solo un 11% siendo UNIMINUTO la única que ha abordado la CO. UNIMETA Y UNAD, no registran proyectos en la materia.



Ilustración 4 Producción investigativa por nivel académico

Cabe agregar que el 6% de los proyectos, es decir dos investigaciones, no se pudieron consultar ya que uno, no contaba con los permisos de sus autores para ser socializados al público y otro, se registró como extraviado. El 94% de estudios restantes fueron de fácil acceso por parte de los investigadores.

También se encontró que los programas con mayor número de investigaciones son de pregrado, con 32 estudios de 36, correspondientes a un 89%; el restante de 4 estudios corresponde a posgrados y constituye un 11% de la totalidad de investigaciones.

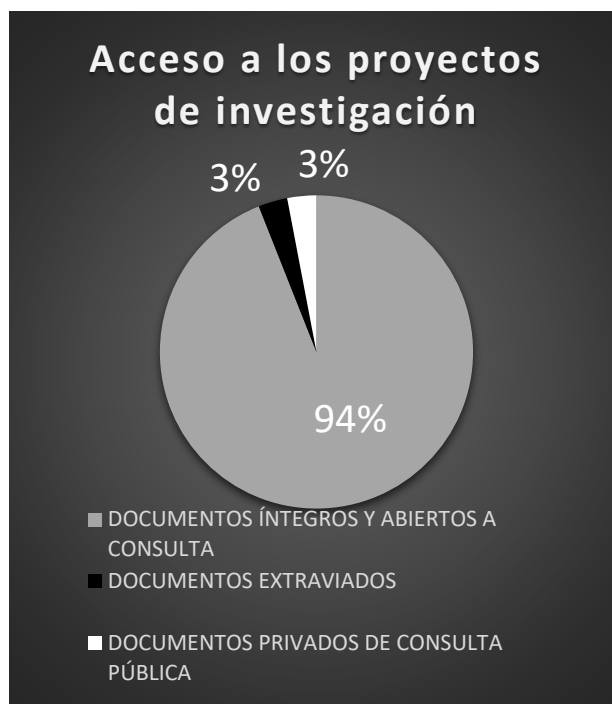


Ilustración 5 Acceso a los proyectos de investigación



Ilustración 6 Temas abordados en las investigaciones según sectores económicos

En las 36 investigaciones haladas en 11 programas académicos de las 8 IES abordadas, se encontraron 12 temas de estudio en CO orientados mayoritariamente hacia el sector privado.

El clima organizacional es el tema que más ha sido investigado registrando 7 proyectos ejecutados en el sector privado y 2 en el público, para un total de 9 investigaciones que constituyen un 25%. El segundo lugar en la lista lo ocupa imagen e identidad corporativa con 3 proyectos en el sector privado y dos en el mixto que suman 5 investigaciones para un 13,9%. El

tercer tema más abordado es reputación y posicionamiento corporativo con 3 proyectos en el sector privado y 1 en el público, en total son 5 investigaciones que representan un 11%.

Lo temas de comunicación y marketing, estrategia de comunicación y responsabilidad social empresarial, coinciden con 3 proyectos para un 8,3% respectivamente. En seguida plan de comunicaciones, posicionamiento y servicio al cliente concuerdan con 2 proyectos para un 5,6% cada uno. Finalmente, los temas menos investigados son TIC, cultura organizacional y comunicación digital con 1 proyecto cada uno para un 2,7% correspondientemente.

En ese orden de ideas, el sector privado es el que más ha sido abordado en los proyectos de grado en investigación con un 72% de aportaciones, seguido del sector público y mixto con 14% respectivamente.

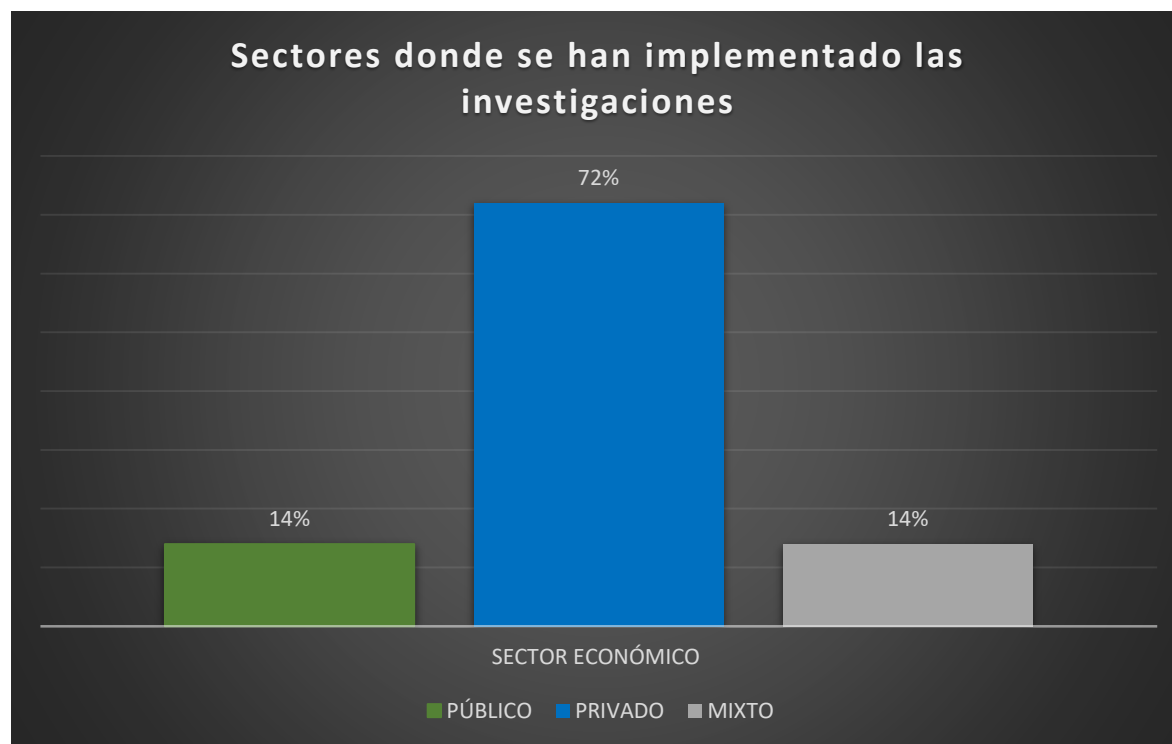


Ilustración 7 Sectores donde se han implementado las investigaciones

En cuanto a los sectores económicos en los que se aplicaron los estudios en CO, se encontraron 14 escenarios donde el educativo es más investigado. La siguiente gráfica ilustra las proporciones de los abordajes.

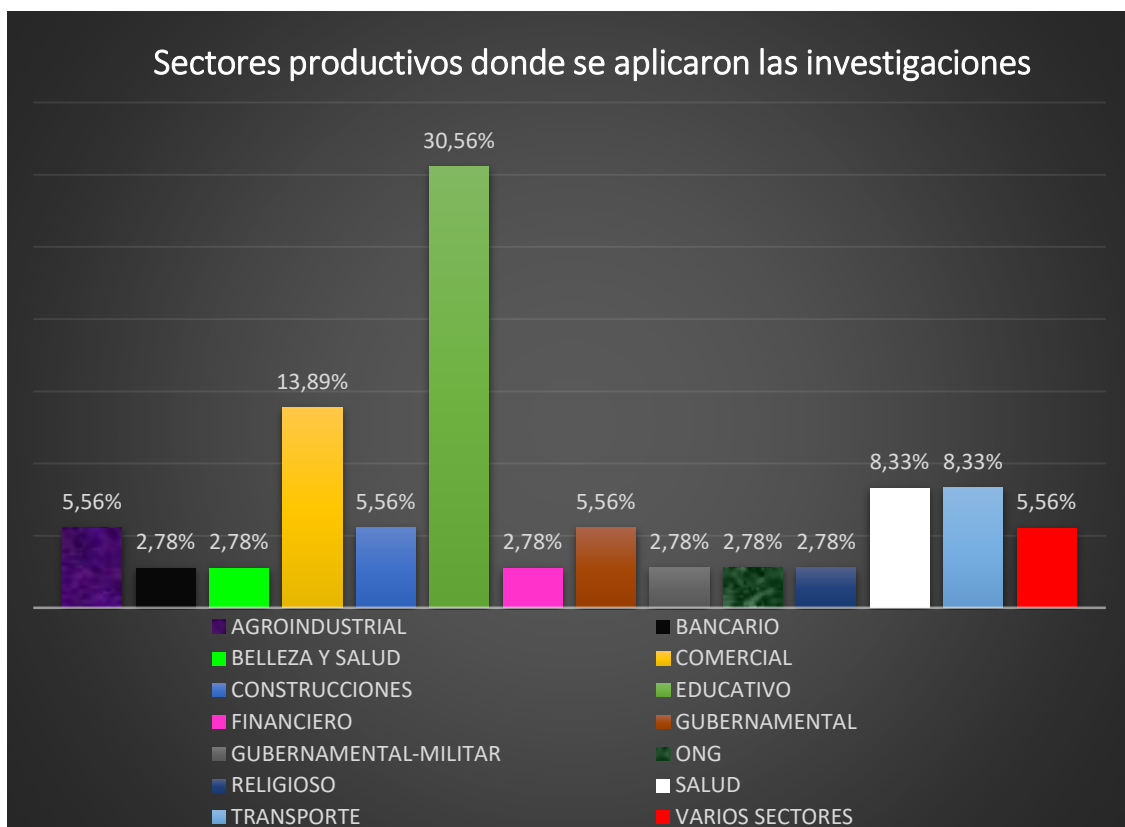


Ilustración 8 Sectores productivos donde se aplicaron las investigaciones

Con un 30,56%, el sector productivo educativo se ubica como el más investigado, seguido por el comercial con, 13,89%; salud y transporte con 8,33% respectivamente, agroindustrial, construcciones, gubernamental y varios sectores con 5,56% correspondientemente y bancario, belleza y salud, financiero, gubernamental-militar, ONG y religioso con 2,78% cada uno.

Por otra parte y dado que la presente investigación tiene una delimitación departamental, se halló que según la orientación geográfica de los proyectos; Villavicencio, capital del Departamento es donde más se han llevado a cabo estudios registrando un 86%, el 14% restante obedece en un 11% a investigaciones desarrolladas en municipios y en un 3% a proyectos investigativos con enfoque departamental.



Ilustración 9 Orientación geográfica de las investigaciones

Respecto a las líneas y sublíneas de investigación que se han implementado en los proyectos es preciso mencionar que el 33% correspondiente a los portes de UNILLANOS, SNT. TOMÁS, UNAD, UAN y AUNAR no las especificaron. El restante 67% de proyectos correspondientes a UNIMINUTO, UCC sí lo hicieron.



Ilustración 10 Registros de líneas de investigación

La siguiente tabla contiene las líneas y sublíneas de utilizadas en las investigaciones, según los programas académicos de procedencia de las universidades abordadas en el presente estudio.

Tabla 3 Líneas y sublíneas empleadas en las investigaciones según programas y IES de procedencia.

UNIVERSIDAD	PROGRAMA	LÍNEA	SUBLÍNEA
UNIMINUTO	COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO	GESTIÓN SOCIAL, PARTICIPACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
		DESARROLLO HUMANO Y COMUNICACIÓN	DESARROLLO HUMANO Y COMUNICACIÓN
	DISEÑO GRÁFICO	DESARROLLO HUMANO Y COMUNICACIÓN	COMUNICACIÓN, CULTURA Y PENSAMIENTO VISUAL
	PSICOLOGÍA	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
UNAD	GESTIÓN PÚBLICA	AUTORES NO AUTORIZARON CONSULTA PÚBLICA	AUTORES NO AUTORIZARON CONSULTA PÚBLICA
	ADMINISTRACIÓN	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA

UCC	ADMINISTRACIÓN	CREATIVIDAD INNOVACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES	CREATIVIDAD – INNOVACIÓN COMO ESTRATEGIA COMPETITIVA.
		GESTIÓN ORGANIZACIONAL	FOMENTO Y DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL
		FOMENTO Y DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL	GESTIÓN ORGANIZACIONAL
	CONTADURÍA PÚBLICA	CONTADURÍA PÚBLICA FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN	DESARROLLO TECNOLÓGICO E INNOVACIÓN FRENTE A LOS PROCESOS DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA
	ESPECIALIZACIÓN EN ALTA GERENCIA Y ECONOMÍA SOLIDARIA	GESTIÓN ORGANIZACIONAL	FOMENTO Y DESARROLLO DEL ESPÍRITU EMPRESARIAL
	PSICOLOGÍA	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
UAN	ING.INDUSTRIAL	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA

STO.TOMÁS	ADMINISTRACIÓN AGROPECUARIA	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
UNILLANOS	ADMINISTRACIÓN	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
	MERCADEO	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
	ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN EN SALUD	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
AUNAR	ADMINISTRACIÓN	NO ESPECIFICA	NO ESPECIFICA
UNIMETA	NO SE REGISTRAN INVESTIGACIÓN	NO SE REGISTRAN INVESTIGACIONES	NO SE REGISTRAN INVESTIGACIONES

En lo referente a las características de las metodologías empleadas, según los enfoques metodológicos se encontró que no existen brechas significativas en el número de estudios cualitativos, cuantitativos y mixtos. Como lo indica la siguiente gráfica, las investigaciones cualitativas y cuantitativas coinciden con un 33% correspondiente a 12 estudios respectivamente. Por su parte, el enfoque mixto representa un 25% conforme a 9 estudios encontrados. El 9% restante se distribuye de manera proporcional entre 1 proyecto extraviado, 1 privado de consulta y 1 que no especifica enfoque metodológico ni metodología.



Ilustración 11 Metodologías empleadas en los estudios

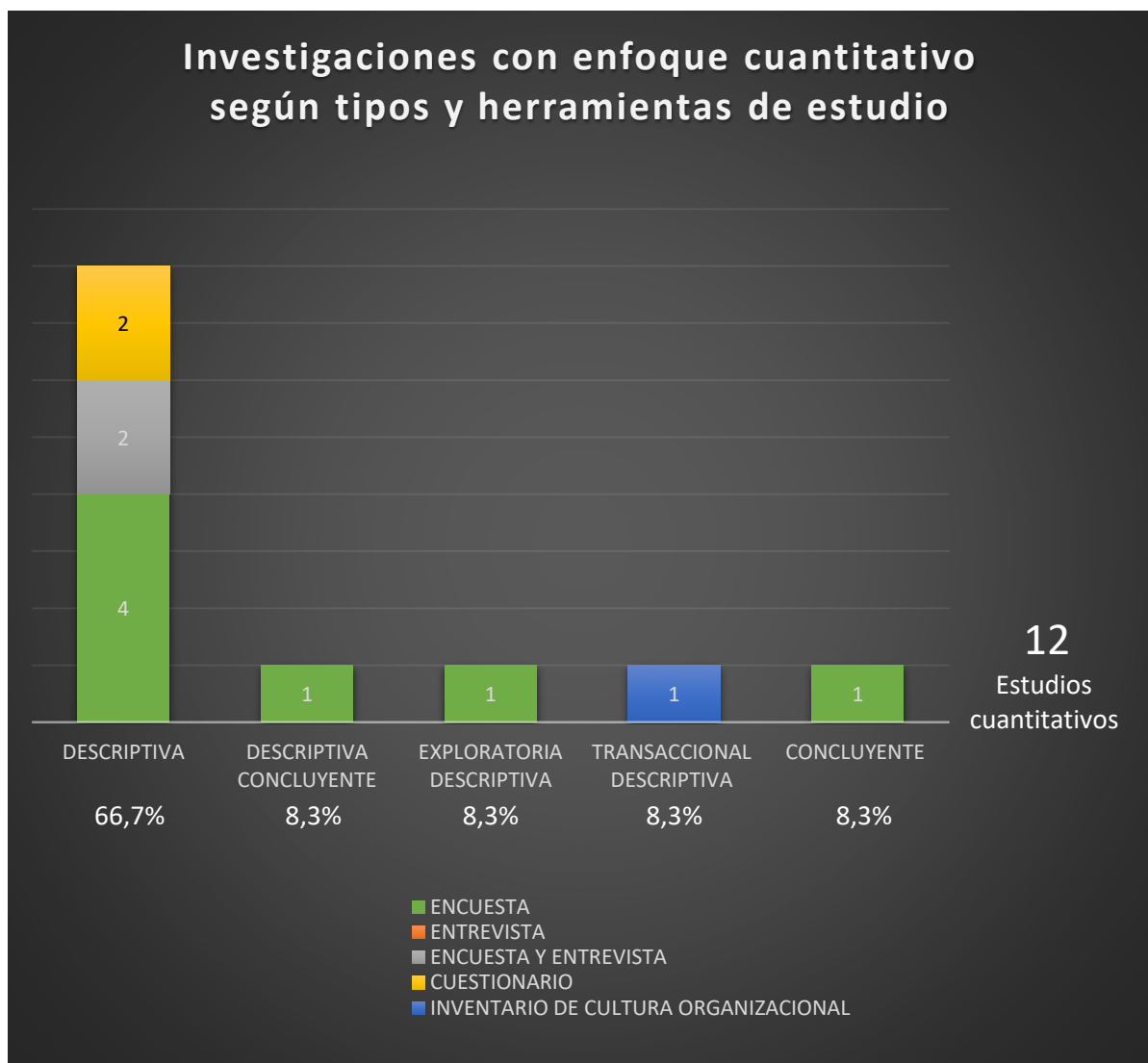


Ilustración 12 Investigaciones con enfoque cuantitativo según tipos y herramientas de estudio

Ahora bien, se encontró que los tipos y herramientas de investigación cualitativa reflejan unas brechas significativas en número. Con 8 proyectos para un 66,7% el tipo de investigación descriptiva es la más utilizada. Las herramientas de las que se vale son la encuesta, con 4 hallazgos, la encuesta y entrevista con 2 y el cuestionario también con 2.

Enseguida, los tipos de investigación concluyente, descriptiva concluyente y exploratoria descriptiva, comparten la cifra de 1 proyecto cada una, para un 8,3% respectivamente, de igual

modo todas se implementaron la herramienta metodológica de la de la encuesta. Finalmente, en solo 1 proyecto se encontró la implementación del tipo de investigación transaccional descriptiva, con la implementación de la herramienta inventario de cultura organizacional.

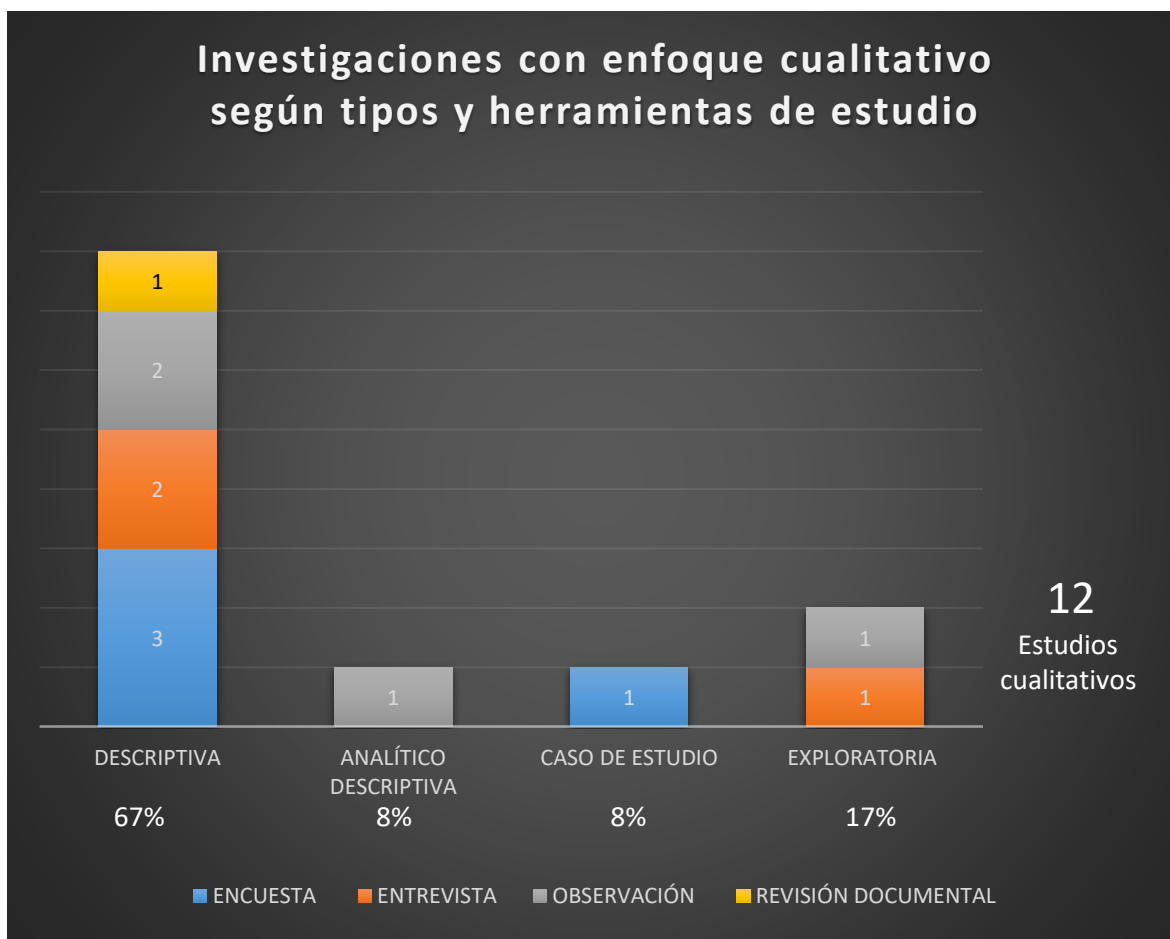


Ilustración 13 Investigaciones con enfoque cualitativo según tipos y herramientas de estudio

Al igual que en el enfoque cuantitativo, el enfoque cualitativo muestra una tendencia hacia la utilización del tipo de investigación descriptiva con preferencia hacia el uso de la herramienta metodológica de la encuesta, es así como de los 8 proyectos descriptivos equivalentes a un 67%, 3 implementan la encuesta, 2 la entrevista, 2 la observación y 1 la revisión documental.

El tipo de investigación exploratoria tiene dos proyectos que constituyen un 17% de los 12 encontrados. Las herramientas metodológicas que se implementaron fueron la observación, con 1 proyecto y la entrevista también con 1. Finalmente los tipos de estudio analítico descriptivo y caso de estudio, cada uno con 1 proyecto, fueron los menos utilizados con tan solo un 8% correspondientemente.

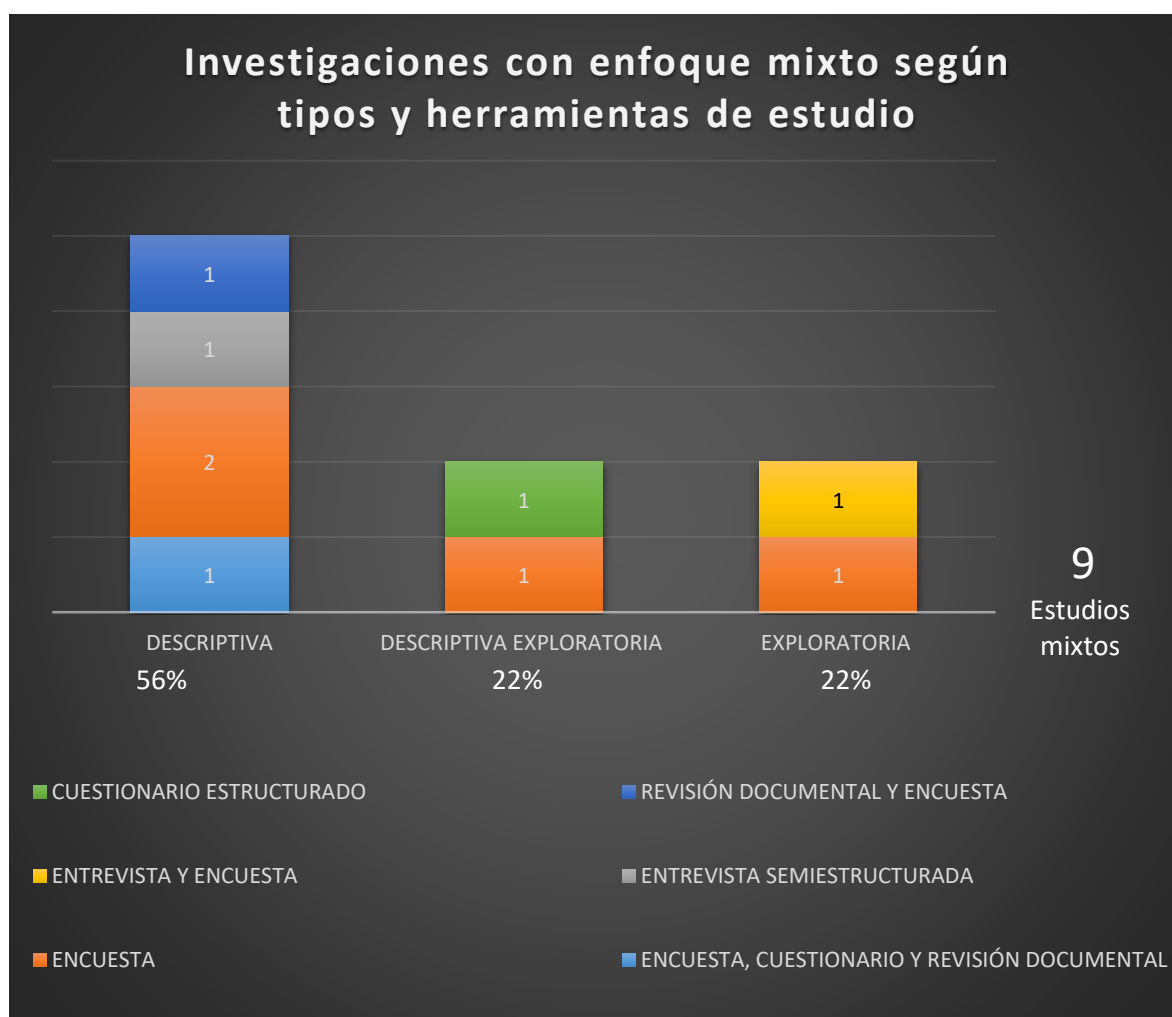


Ilustración 14 Investigaciones con enfoque mixto según tipos y herramientas de estudio

En cuanto a los estudios mixtos, se halló una representativa inclinación por los tipos de investigaciones descriptivas con un 56% correspondiente a 5 proyectos, donde las herramientas

metodológicas usadas fueron 2 encuestas, 1 entrevista semiestructurada, 1 encuesta, cuestionario y revisión documental y 1 revisión documental y encuesta. También se encontró 2 investigaciones exploratorias; 1 usó la herramienta metodológica de la encuesta y 1 la entrevista y la encuesta. Por último, el tipo de estudio descriptivo exploratorio registró 2 proyectos investigativos donde 1 implementó el cuestionario estructurado y 1 la encuesta.

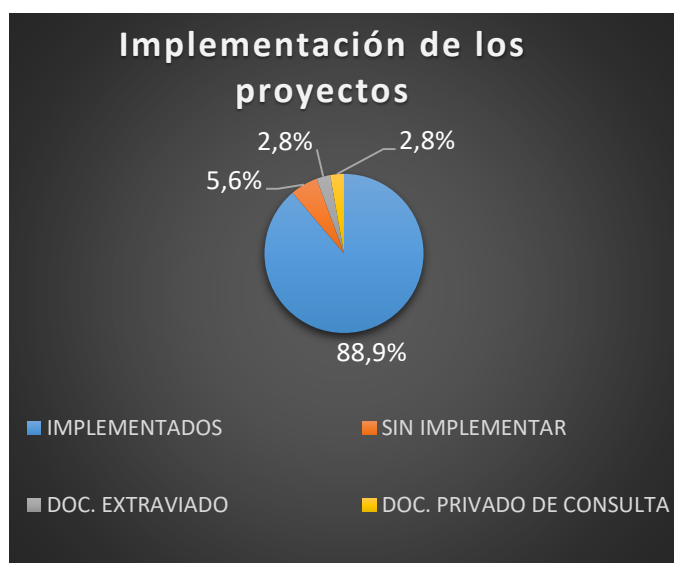


Ilustración 15 Implementación de los proyectos

De los 36 proyectos de grado en investigación que se hallaron en la 8 IES abordadas, el 86% fueron ejecutados, mientras que el 5,6% no lo hizo, esbozando solamente el proyecto sin ningún resultado. El restante de proyectos se desconoce si se implementaron o no, precisamente porque el 2,8% se registra como extraviado y el otro 2,8% permanece privado de consulta al público que eventualmente puede estar interesado en él.

En ese sentido, de los proyectos implementados se halló que el 80,6% presenta coherencia entre los objetivos planteados y los resultados y el 13,9% tiene inconsistencias entre lo plantado en los objetivos y los resultados. El 4,16% restante corresponde a un documento extraviado y otro privado de consulta al público, en consecuencia se desconoce si presentan coherencias o incoherencias en sus planteamientos de objetivos y resultados.

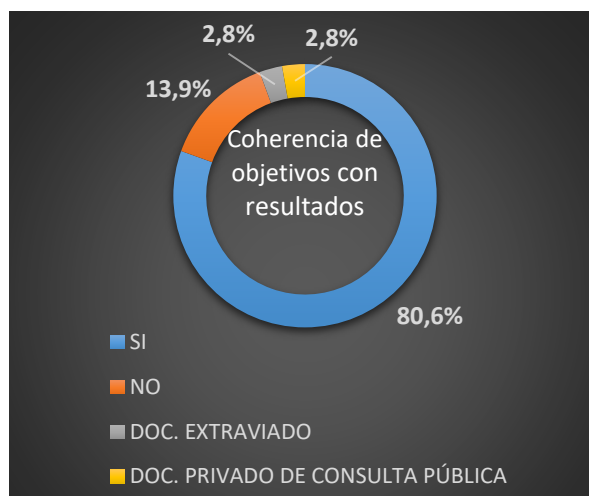


Ilustración 16 Coherencia de objetivos con resultados

10. DISCUSIÓN DE CONCLUSIONES

El estado investigativo de la comunicación organizacional en el Meta-Colombia, a partir de los proyectos de grado en investigación registrados entre los años 2013 y 2017 en las universidades presentes en el Departamento, permite identificar que el Clima Organizacional, la Imagen e Identidad Corporativa y la Reputación y Posicionamiento son tendencias de investigación que avocan a la necesidad de aumentar el interés por investigar la Comunicación y Marketing, Responsabilidad social Empresarial, Posicionamiento, Servicio al Cliente, TIC, Cultura Organizacional y Comunicación Digital, dado que han sido temas poco explorados en términos de investigación.

Por otra parte, existe poca regularidad en el número de investigaciones producidas de acuerdo a los años referenciados, lo que demuestra un creciente desinterés por la comunicación organizacional como objeto de investigación, viéndose seriamente afectada la proyección epistemológica de la profesión en un momento en el que demanda fundamentos científicos para consolidar su estatus, generados desde las facultades de comunicación ya que los aportes que provengan de otras disciplinas estarán sesgados hacia sus propias epistemologías.

Ante ello, es preciso que las facultades de comunicación social-periodismo del Meta anuden esfuerzos para proyectar la investigación en CO atendiendo a que ésta constituye un escenario productivo en potencia, dadas las características del mercado laboral en el Departamento y las inclinaciones productivas de sus egresados en relación con los enfoques o énfasis que tienen como facultades.

11. RECOMENDACIONES

Es conveniente llevar a cabo un Estado del Arte de la comunicación en el Departamento del Meta, ya que se desconoce el impacto y alcance de los ejercicios investigativos desarrollados hasta el momento que pueden aportar a futuros procesos de aprendizaje, enseñanza e investigación de la comunicación, además de abonar a su proyección epistemológica, al posicionamiento de la profesión y al desarrollo de los procesos comunicativos que tienen lugar en nuestra sociedad.

12. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AFACOM, (2004). Exámenes de calidad de la educación superior – ECAES en comunicación e información. AFACOM.
- Andrade, H. R. (2005) La comunicación en las organizaciones.
- Botero, A. A. (S.f). Los “campos” de la comunicación organizacional: Perspectivas Latinoamericanas y norteamericanas. Comunicación Organizacional.
- Canclini, N, G. (1999) De cómo Clifford Geertz y Pierre Bourdieu llegaron al exilio.
- Cadena, H. D. (S.f) Revisión teórica y análisis crítico de la investigación en comunicación social en Colombia en los últimos 60 años.
- Congreso de Colombia. (28 de enero de 1982) Artículo 1 & 2 [Capítulo I]. Sobre los Derechos de Autor. [Ley 23 de 1982].
- Congreso de Colombia. (5 de febrero de 1993) Artículo 51 [Capítulo IV]. Ley Derechos de Autor y Depósito Legal. [Ley 44 de 1993].
- Congreso de Colombia. (30 de noviembre de 1994) Artículo 1°. Sobre vigencia en Colombia de los Tratados Internacionales, y su publicación. [Ley 7 de 1994].
- Constitución política de Colombia [Const.] (1991) Artículo 13.
- Cuesta, O. J. & Cárdenas, G. (s.f) Yo informo, tú opinas, ellos se forman, todos comunicamos.
- Echeverría, J. A. (2009). Epistemología de la comunicación en Iberoamérica contribución al estudio de la Universidad de Antioquia.comunicación.
- Gaitán, J, A. (2010) Desarrollos teóricos y metodológicos de investigación en epistemología de la comunicación. UCM
- García, L. C. (2013) Estado del arte de los estudios, tesis, artículos o ensayos de redes

sociales y Twitter en Latinoamérica, Estados Unidos y Europa. Universidad Casa Grande.

Gobernación del Meta. (2015). Recuperado 17 de agosto de 2017, a partir de <http://www.meta.gov.co/web/content/nuestro-departamento>.

Jablin, F. M. & Putnam, L. L. (2001) *The New Handbook of Organizational Communication: Advances in Theory, Research, and Methods*. Sage.

Jones, D. E. (2007) Las revistas de comunicación en Estados Unidos. *Revista TELOS*

Libaert, T. (2008) El plan de comunicación organizacional.

López, D. F. (2011) *Comunicación Empresarial*. ECOE ediciones.

Martínez, M. (2009) La investigación sobre comunicación en España. Evolución histórica y retos actuales. *Revista Latina de Comunicación Social*.

Martino, L. C. (2001). De qual comunicação estamos falando. En *Teorias da comunicação: conceitos, escolas e tendências*. Petrópolis: Vozes.

Moragas, M. (2009) Sobre las responsabilidades de la Teoría de la Comunicación. *Diálogos de la comunicación*.

Navarro, R. (1999). La investigación de la comunicación en América Latina: condiciones y perspectivas para el siglo XXI. *Comunicación y Sociedad*.

Naranjo, R. D. (2013) El rol de la investigación en la formación profesional. <https://rudanasa.wordpress.com/2013/02/19/el-rol-de-la-investigacion-en-la-formacion-profesional/>

Piñuel, R. J. (1997). "Teoría de la comunicación y gestión de las organizaciones". Editorial Síntesis.

Putnam, L & Mumby, D. (2014) *The SAGE Handbook of Organizational Communication*. Third Edition.

Rizo García, M. (2012). Imaginarios sobre la comunicación. Algunas certezas y muchas incertidumbres en torno a los estudios de comunicación, hoy. *Institut de la comunicació*.

Rizo García, M. (2010). Formación teórica en comunicación: la historia del pensamiento comunicacional en el plan de estudios de la Licenciatura en Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México. *Diálogos de la Comunicación*

Roncallo, D. Uribe-. J. & Calderón, R. (2013) *La investigación en comunicación: Los límites y limitantes del conocimiento.*

Saladrigas, H. M. (2005) *Comunicación organizacional: Matrices teóricas y enfoques comunicativos.*

Salas, C. P. (2011) *Estado del arte de la nueva comunicación estratégica en Iberoamérica y Colombia*

Valle, M. M. (2014). *La investigación en comunicación en Antioquia – Colombia (2010-2011).* Luciérnaga.

Vassallo, M. (s.f) *La investigación de la comunicación: cuestiones epistemológicas, teóricas y metodológicas.* Diálogos.

Vidales, C. (2015). *Historia, teoría e investigación de la comunicación. Comunicación y sociedad.*

Villegas, D. (2009) ¿Se está gestando una nueva teoría estratégica desde Iberoamérica? *Revisión y comparación del campo Anglosajón e Iberoamericano. ZER-Revista de Estudios de Comunicación.*

Zambrano, W. R; Barrios, A. (2013) *Comunicación social en Colombia: Estudios realizados y tendencias en líneas de investigación (2006-2013).*