

Formación Académica y problematizaciones en torno a la Comunicación Institucional

Claudia Isabel Ortiz, Clydes Bersabé Silva y
César Rogelio Zuccarino

Resumen:

En este artículo se pretende exponer una serie de resultados preliminares que surgen de una investigación en curso. Se analizan los trabajos finales de la orientación en Comunicación Institucional de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Los autores se proponen a través de la descripción y sistematización de este tipo de producciones, una reflexión sobre los enfoques y problemáticas que supone la constitución de esta área específica de los estudios en comunicación y su vínculo con la formación universitaria.

Palabras claves: formación académica; comunicación institucional; investigación

Abstract

This article is based on preliminary findings of the undergraduate dissertation of the area of Institutional Communication at the National University of Cordoba in Argentina. It analyses the challenges posed by the focus and problems addressed by these types of works with regards at the development of this area and its contribution to the education of university professionals in the area of communication.

Keywords: Academic education; institutional education; research

Résumé

Cet article présente les résultats préliminaires d'une recherche en cours dans laquelle on analyse les rapports de fin de cursus de communication institutionnelle de la licence en communication de l'Université de Cordoba en Argentine. En procédant à une description et une systématisation des types de travaux présentés, les auteurs

proposent une réflexion sur les perspectives et les problématiques que suppose la constitution de cette spécialisation en communication dans le cadre de la formation universitaire.

Mots clé: Formation académique; communication institutionnelle; recherche.

Recibido: 01/12/2010

Aprobado: 17/06/2011

1. Introducción

A través del presente artículo exponemos una serie de resultados preliminares que surgen de una investigación en curso¹. La misma toma como objeto de estudio los trabajos finales de la orientación en Comunicación Institucional de la Licenciatura en Comunicación de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Principalmente, la investigación se propone como una instancia capaz de brindar, a través de la descripción y sistematización de este tipo de producciones, una reflexión sobre los enfoques y problemáticas que supone la constitución de esta área específica de los estudios en comunicación en la actualidad y su vínculo con la formación universitaria.

Si bien desde una perspectiva histórica, la comunicación institucional tiene varios antecedentes, podemos reconocer que:

Especialmente desde mediados el siglo XX, muy unida a la comunicación de empresas comerciales: éstas comenzaron a vender sus productos a gran escala -especialmente en Estados Unidos- y vieron la oportunidad de comunicar con sus clientes de un modo masivo a través de las múltiples fórmulas comunicativas que ofrecían los nuevos medios.
(La Porte: 2005)

A su vez, éste desarrollo ha generado una serie de prácticas, conceptos y áreas que están relacionadas o son reconocidas desde el ámbito de la comunicación institucional y que han ampliado su campo de acción o problematización teórica. Por un lado, parte de estas consideraciones se fundamentan en las transformaciones, de diversa índole, que han sufrido no sólo las empresas sino todo el conjunto de las organizaciones sociales. En este

sentido, es importante reseñar que a partir de las demandas específicas vinculadas a la comunicación institucional que surgen en los contextos locales, se plantea en el año 1993 la incorporación de una orientación en esta área, al Plan de Estudios de la Carrera de Comunicación de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, según lo expresan Ortuzar, Regis y Vargas (2008) Por otro lado, la propia conformación del campo de los estudios en comunicación, a lo largo de su historia, muestra una serie de tensiones con relación a la emergencia de nuevos objetos de estudio, nuevos enfoques o perspectivas de análisis.

Esta situación nos llevó a plantearnos los siguientes interrogantes: ¿cómo se define hoy la comunicación y en particular, en el área de Comunicación Institucional? A su vez, ¿en relación a qué objetos y a qué disciplinas involucra?, ¿qué interrogantes la estructuran?, ¿qué impactos provoca en las modalizaciones del campo y en la formación académica de los egresados?, ¿qué discusiones, autores, líneas de investigación o intervención se producen?

Una mirada global de estos aspectos nos habilita, también, a modo de vigilancia epistemológica, tal como lo plantean Bourdieu, Chamboredon y Passeron (2002), a ensayar un análisis sobre algunas de las dimensiones de la conceptualización sobre la comunicación empleadas en los trabajos finales de la especialización en comunicación institucional. Esta actividad tiene como objetivo principal, realizar un balance de orientación crítica sobre los aspectos emergentes que dichas conceptualizaciones refieren, las problematizaciones y la recuperación de enfoques teórico-metodológicos empleados. Como advertimos en párrafos precedentes, la presentación que realizamos es en base a resultados preliminares del análisis en curso. Por lo tanto, algunas de estas preguntas se encuentran pendientes.

El artículo se organiza en dos partes. En la primera exponemos la caracterización del campo institucional dentro de los estudios de comunicación, teniendo en cuenta los procesos de modificación que ha sufrido la actuación profesional del comunicador dentro del contexto social, económico y político de los últimos 20 años. En la segunda parte realizamos una revisión de una parte

de los trabajos finales relevados; teniendo en cuenta sus vínculos con el conocimiento, las problemáticas locales y las prácticas profesionales.

2. A cerca de la Comunicación Institucional como formación universitaria

Al iniciar el análisis de la formación universitaria en comunicación institucional, nuestra inquietud central partió de considerar una característica del campo de los estudios en comunicación en general. Nos referimos específicamente al estatuto epistemológico de la comunicación como disciplina.

Buena parte de la reflexión teórica nos muestra que lo comunicacional se define como una zona transversal que, participando de distintos campos de las ciencias sociales y humanas, no presenta límites disciplinares precisos. Por momentos, pareciera desaparecer la especificidad del objeto comunicacional. En otros casos, se liga a prácticas profesionales y demandas del mercado que le imponen una lógica que obtura la reflexión crítica. Lo comunicacional aparece, entonces, como un instrumento o una técnica más que como un campo de conocimiento. Estas tensiones han sido puestas sobre relieve en diversos estudios realizados en América Latina y fundamentalmente, han resaltado cómo impactan en la definición de los planes de estudio de las carreras de comunicación y por ende, en la formación académica del profesional que egresa de las mismas. En tal sentido, se expresarían preliminarmente, entre la formación académica y el ejercicio profesional, por un lado y la configuración de un campo de problemáticas desde y en torno a lo que delimita lo comunicacional, teniendo en cuenta el contexto socio-histórico de su producción. Así se expresan,

Dos grandes tensiones en la formación del comunicador, que son definidas de múltiples maneras: entre la ideología y el mercado, entre los hombres y las máquinas, entre la teoría y la práctica. En suma, este entrampamiento no permite mirar el campo que nos ocupa con claridad y desarrollar las herramientas del caso para poder enfrentarlo. (Quirós, 2007)

De alguna manera, no ha sido ajena a este proceso la incorporación de la especialización en Comunicación Institucional a la formación de la Licenciatura

en Comunicación Social de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba, Argentina. Contextualmente su implementación estuvo relacionada con una serie de factores sociales, laborales, pedagógicos e institucionales. Como reseñan Ortúzar et al., la década de los noventa estuvo caracterizada por el surgimiento de diversas propuestas pedagógicas, privadas y públicas de nivel terciario y universitario, que giraban en torno a diversas áreas de la comunicación institucional. Este fenómeno estaba relacionado a la demanda creciente de profesionales para su incorporación en las tareas de las Organizaciones No Gubernamentales y empresas. En el caso de las primeras, coincide con el auge de sus intervenciones en ámbitos específicos de la vida social (vejez, niñez, pobreza, etc.) y su creciente transformación como actores sociales relevantes. En el caso de las segundas, coincide con un cambio en la perspectiva a cerca de la importancia estratégica de la comunicación en los procesos de posicionamiento y expansión empresarial. A su vez, dos ámbitos que incluyeron a comunicadores para el trabajo en sus instituciones, corresponden a Salud y Educación. En el caso del primero, la creación de un programa provincial en el área de la Salud Mental: Residencia Interdisciplinaria en Salud Mental (1984), como parte de la modificación de la política sanitaria a nivel nacional. En el caso del segundo, el ingreso a la docencia de egresados en áreas de la formación de nivel medio, tras la reforma educativa y de la sanción de la Ley N° 24.195, llamada Ley Federal de Educación de 1993.

A diecisiete años de la implementación del nuevo plan de estudio de la Escuela de Ciencias de la Información (UNC), advertimos una fragmentación en la oferta de contenidos de la formación y un interrogante sostenido sobre la identidad profesional o perfil del egresado de esta especialización. Sin embargo, también, se evidencian una serie de temas y problemas en torno a la definición misma de la Comunicación Institucional y los enfoques metodológicos para definir problemas e intervenciones en esta área.

Por lo tanto, consideramos que es necesario realizar un recorrido analítico para identificar los enfoques teórico-metodológicos, problemas, modos de

abordaje en las diversas áreas relacionadas al campo de la comunicación y en este caso, de la Comunicación Institucional. Dicho recorrido nos permite, finalmente, propiciar una reflexión crítica sobre el estado de problematización que ofrece éste área de formación.

Entonces, partimos de una noción de campo académico definido como:

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 los profesionales de la comunicación. Eso implica que en ese campo se pueden identificar varios *subcampos*: el *científico*, implicado en prácticas de producción de conocimiento: la investigación académica tiene la finalidad de producir conocimiento teórico y aplicado por medio de la construcción de objetos, metodologías y teorías; el *educativo*, que se define por prácticas de reproducción de ese conocimiento, es decir, mediante la enseñanza universitaria de materias relacionadas con la comunicación; y el *profesional*, caracterizado por prácticas de aplicación del conocimiento y que promueve vínculos variados con el mercado del trabajo. (Vasallo de Lopes, 2001).

A partir de esta definición, promovemos la identificación de las dimensiones implicadas en los trabajos finales desarrollados en el período 2001-2009, en la orientación de comunicación institucional.

Ahora bien, ¿Por qué vinculamos estos aspectos con el abordaje de la formación universitaria en comunicación institucional? El primer escalón en la respuesta surge de la constatación preliminar que nos ofrece el corpus de trabajos finales de los alumnos. Consideramos que es necesaria la revisión de los marcos teóricos a partir de los cuales los estudiantes se posicionan frente a los conceptos de Comunicación y cómo, luego, se articulan a los enfoques sobre la Comunicación Institucional. De alguna manera, esta operación analítica se funda en la búsqueda de definición epistemológica de ese objeto que es la Comunicación. El segundo escalón, nos lleva a plantear lo que podríamos denominar transferencia de conocimientos² adquiridos durante la formación universitaria y su aplicabilidad a situaciones concretas. Aquí, el vínculo entre teoría y praxis nos alerta, al menos, sobre un doble desafío.

Primero, que esa relación tiene una dimensión histórica. Es decir, la definición de objetos de estudios, enfoques teóricos, estrategias metodológicas por parte de los alumnos se encuentra ligada a problemáticas sociales y culturales situadas en un contexto socio histórico determinado y que hay que considerar como insumo de la reflexión crítica sobre el subcampo profesional de la comunicación institucional. Segundo, tomar en cuenta la creatividad como recurso básico que lleva a transformar esa caja de herramientas que suponen las teorías y metodologías, a partir de las cuales el alumno configura su representación sobre su propio futuro laboral y los casos específicos a resolver.

En síntesis, como hemos expresado en párrafos precedentes, apuntamos a identificar qué tipo de vínculo establecen estas producciones con necesidades sociales/comunitarias locales y cómo se expresa la apropiación del recorrido teórico-metodológico desarrollado a lo largo de su formación académica. De esta manera, y parafraseando una reflexión de Jesús Martín Barbero, el propósito es hacer comprensible el lazo teórico con la emergencia de determinados problemas a fin de considerar que las teorías -concepto y método- no son ni meras estrategias ideológicas ni recetarios de técnicas sino el lugar en que se objetivan y desde el que se hacen visibles cierto tipo de problemas y otros no. (Martín Barbero, 1988)

3. Los trabajos finales como plataforma analítica del vínculo entre conocimiento, problemas locales y práctica profesional

Los trabajos finales son producciones que permiten valorar diversas dimensiones de la formación académica y el vínculo que se genera con el abordaje de problemáticas sociales. Esta tarea se refleja significativamente creativa y dinámica, en tanto, desde el punto de vista del análisis, nos ofrece el encuentro con los emergentes que dan base a la revisión del orden teórico, del metodológico y de las prácticas.

Según el Reglamento vigente para la elaboración de los trabajos finales en la Escuela de Ciencias de la Información en su artículo número uno se expresa:

El trabajo final se considera la última instancia del proceso de formación de los estudiantes de la Licenciatura en Comunicación Social y es el último requisito establecido por el Plan de Estudios de 1993 para acceder a ese título universitario. En tal sentido, debe considerarse como resultado de la integración curricular y, por lo tanto, su objetivo es consolidar e integrar las distintas etapas formativas.³

De esta manera, se expresan los aspectos pedagógicos de este tipo de estudios que son condición para obtener el título de la Licenciatura en Comunicación Social, especializado en Comunicación Institucional.

A nivel metodológico, realizamos la construcción de un corpus con los trabajos finales comprendidos entre los años 2001 a 2009 de esta especialización, que se encuentran archivados en la biblioteca porque han obtenido una calificación superior a siete. Por lo tanto, el recorte temporal que operamos intentó abarcar el período en el cual se comienzan a registrar la presentación de trabajos finales que, son el resultado de la puesta en funcionamiento del nuevo plan de estudios y sus orientaciones (1993). El total de los trabajos finales bajo estudio correspondientes a dicho período son doscientos nueve. La primera etapa de esta tarea ha sido identificar y clasificar los mismos. Esta operación se realizó tomando en cuenta las propias conceptualizaciones utilizadas por los alumnos. A partir de esta acción, reconocimos las temáticas recurrentes.

A continuación presentamos un cuadro general de esta clasificación. Cabe que advertamos que hemos valorado la temática de cada trabajo y para un segundo nivel del análisis, trabajaremos sobre las especificidades de los casos seleccionados:

Temas	Subtemas
Identidad Empresarial	
Comunicación Corporativa	Imagen institucional Identidad Corporativa
Diagnóstico, diseño y planificación estratégica en comunicación	Estrategias comunicativas Comunicación integral de marcas
Comunicación Institucional en ONG, Escuelas, Salud	
Clima Organizacional	Participación
Nuevas tecnología y empresas	
Comunicación interna	Auditoria interna e identidad corporativa Diagnóstico y planificación en comunicación interna. Replanteo del House Organ Liderazgo
Cultura Organizacional	
Representaciones sociales de empleados	
Comunicación Interinstitucional	
Responsabilidad Social empresarial	
Comunicaciones externas	Análisis publicitario Relaciones Públicas
Análisis Discursivo de instituciones	
Comunicación en tiempo de crisis	

Una primera mirada de este cuadro ya nos indica una contraposición con respecto a lo que definieron Ortúzar et al., en su trabajo. Concretamente, nos referimos a la problematización en torno a la definición del perfil profesional del egresado en comunicación institucional. Si bien existen trabajos que se plantean el rol del Comunicador Institucional, cabe apreciar que las temáticas predominantes se instalan en dos ejes centrales: la conceptualización en torno

a la comunicación institucional y dos herramientas metodológicas, el diagnóstico y la planificación en instituciones. Es decir, se observa un interés por apropiarse de herramientas teórico-metodológicas vinculados al campo laboral inmediato. Este rasgo preliminar derivada de esta descripción general, nos lleva a tener en cuenta esta dimensión fundamental en posteriores análisis: la relación entre la formación universitaria y las demandas del mercado laboral. Otro aspecto relevante es que en su mayoría, los trabajos se estructuran sobre el análisis de casos o estudios de casos. Es interesante elucidar en qué sentido se abordan estos estudios, cómo son comprendidos metodológicamente por los alumnos y por ende, las decisiones que encaran. Al respecto, fundamentalmente, tenemos en cuenta la siguiente advertencia “(...) no debe confundirse un ‘caso’ –efectivamente, conformado a partir de un determinado recorte de un fenómeno social particular- con el ‘estudio de caso’ que contiene una mirada específica y diferentes perspectivas de investigación” (Neiman y Quaranta, 2007).

También, es relevante el interés en el abordaje de pequeñas y medianas empresas, así como de Organizaciones No Gubernamentales. En la mayoría de los trabajos finales, la comunicación institucional está planteada como una estrategia de conectividad entre públicos e instituciones o una estrategia enunciativa que posiciona la imagen empresarial.

A modo de ejemplificación, presentamos algunos de estos aspectos reseñados.

2.1. Ejemplos de los análisis realizados:

El propósito es, en primer término, capturar el entramado singular, de las tesis que se abordan en la orientación institucional. Las analizadas preliminarmente se desprenden que las corrientes provenientes del campo de la Administración llevaron la propensión a ocupar espacios en el ámbito privado empresarial.

Así, nos resultan sintomáticos o núcleos indiciales algunos trabajos que se problematizan ya acerca de La inserción del Comunicador Institucional en las Empresas Privadas de Producción y Servicio de Córdoba Capital (Barceló y

Braxs, 2004). Lo interesante en uno de estos trabajos es que aparecen por un lado, la preocupación por la baja demanda de comunicadores por parte de una muestra de empresas de facturación mayor a los 10 millones y, por otro, un marco teórico dominado de categorías y conceptos desarrollados por autores – ícono de un modo de conceptualizar la Comunicación Institucional, como son Norberto Chávez, Joan Costa y Pascale Weil.

La imagen corporativa, el manejo de Recursos Humanos, las Relaciones Públicas capitalizan los intereses formativos de los alumnos. Merecería, entonces, una atención particular el análisis del recorrido curricular de la especialización en Comunicación Institucional y su nexos con estos intereses plasmados en los trabajos finales de grado.

Por otro lado, se puede decir que los trabajos de investigación nos permiten dar cuenta que la comunicación institucional como ámbito y palanca de cambio para la gestión de proyectos comunitarios, participativos, democratizadores, quedó en un plano de alternatividad, prácticamente excluido de la formación académica. Efectivamente, se observa un viraje en la definición conceptual y en los objetos abordados, en la década de los ochentas, con respecto a los realizados a partir de la década de los años noventa. De la comunicación comunitaria, comunicación popular y alternativa, se pasó al terreno de la comunicación institucional como área dominante.

La tendencia de la bibliografía se restringe a la imposición del ámbito empresarial y las nuevas preferencias insertas dentro del modelo neoliberal, por ejemplo:

- Al Ries, Jack Trout McGraw (1989): *La táctica dicta la estrategia* .Hill Interamericana de España,
- Barthes Roland (1982): *Investigación retórica. La Antigua Retórica*.ed. Barcelona
- Billorou O. Pedro (1990): *Introducción a la publicidad*. Ed. El Ateneo Bs.As.
- Billorou O. Pedro (1992): *Las comunicación de Marketing*. Ed. El Ateneo Bs.As. Capriotti Paul(1999): *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* .Ed. Ariel S.a. Barcelona

- Costas, Joan /Ciac (1992): *Identidad Corporativa y Estrategia de Empresas*. Biblioteca Ceac. Diseño Barcelona. España.
- Bonifacio José (1995): *La Reforma del Estado en Argentina*. INAP, 1995.
- Cavarozzi, Marcelo: (1994): Transformaciones de la política en América latina contemporánea ponencia presentada en el XIV Congreso Latinoamericano de Sociología, ALAS, Caracas, Venezuela
- Diaz de Land, Martha (1991) *Descentralización Nacional y Provincial en el marco de la Reforma del Estado en Argentina*. Síntesis Editorial. Nueva Soc. Caracas
- Finquelievich Susana (1996): *¿Ciberciudades? Informática y gestión local*. Ediciones del CBC. Buenos Aires

De los casos relevados se pueden distinguir: la comunicación institucional planteada desde las empresas privadas cuyo destino es el público externo:

Zillio S.R.L. (tarjetas telefónicas): este trabajo tiene la intención captar una mayor porción del mercado y aumentar las ventas de la empresa. Para ello se crea un plan de comunicación estratégico.

Cerveza Quilmes: Determinar los factores que se establecen en la publicidad gráfica el posicionamiento de una marca.

La comunicación en ambos casos se plantea desde la organización caracterizada por la competencia, la exploración del cambio- a partir de determinadas estrategias para aumentar las ventas-el análisis de los deseos, o para determinar el posicionamiento de una marca o de las percepciones o de las preferencias y de las costumbres de los consumidores. Son propuestas de acciones de comunicación basada en datos, objetivos y presupuestos debidamente planificados. La propuesta metodológica según el nivel de medición y análisis de la información, se trata de investigaciones cuantitativas.

Dentro de la comunicación interna podemos mencionar el siguiente caso:

¿Cuáles son las necesidades satisfechas e insatisfechas del personal de un laboratorio como factores que favorecen o dificultan su motivación en el trabajo?

La propuesta metodológica es el estudio de un caso, según el nivel de medición y análisis de la información, se la plantea como una investigación cualitativa.

Dentro del relevamiento identificamos un trabajo que responde al ámbito gubernamental, concretamente al municipio de la Ciudad de Córdoba. Su interrogante central es el siguiente: ¿Cómo se intenta aplicar el proyecto del Municipio digital en la Municipalidad de Córdoba y cuáles fueron las causas por la que fracasó, según las opiniones de los periodistas de la prensa local, de entrevistas a funcionarios internos, y el análisis de la ordenanza 10207 y de un informe realizado a la Municipalidad?

La propuesta metodológica según el nivel de medición y análisis de la información, se trata de una investigación cualitativa, a través de los instrumentos de recolección de datos como son las entrevistas a distintos funcionarios, periodistas y fuentes de información primaria como el análisis de ordenanzas y de informes realizados por el municipio.

Como podemos observar a partir de estos ejemplos, el caso es la forma recurrente que facilita a los alumnos el nexo con herramientas teóricas y metodológicas. De manera similar, esta perspectiva es instalada como forma de aprendizaje en otros ámbitos universitarios. Analía Umpierrez desde la Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires dice:

La propuesta metodológica de la cátedra esta afincada en la enseñanza a partir de casos. Desde esta perspectiva, se busca involucrar a los estudiantes con situaciones que los confronten a partir de sus propias experiencias para, progresivamente, cuestionar y revisar en sucesivas aproximaciones, las diferentes resoluciones que fueron realizando frente al caso. Las propuestas de clases y producciones domiciliarias apuestan fuertemente a la consolidación de los grupos de trabajo. Esta decisión responde a una perspectiva metodológica de la cátedra desde un doble propósito: por un lado, apoyar el desarrollo conceptual y procedimental de los estudiantes con sus pares y, por otro, aprender/ desarrollar una competencia central en el perfil profesional que implica la capacidad de trabajar en equipo multidisciplinares. Se va construyendo explícitamente un diálogo con los estudiantes y se les insta a valorar el espacio grupal, en primer lugar como encuentro y sostén a partir de lo vincular. De este modo se revaloriza un nivel que

queda expulsado en casi la totalidad de las clases (en especial a medida que los estudiantes crecen en edad), el nivel vincular y emotivo. Así, se hace énfasis en buscar un encuentro en este plano donde los estudiantes puedan reconocerse en otros que pasan por las mismas dificultades, desafíos y logros. (Umpierrez, 2007)

A través de estos ejemplos, intentamos advertir algunos aspectos que nos permitirán inferir, mediante el análisis de contenido con enfoque cualitativo según lo indica Ruiz Olabuénaga, (2007), los significados que habiliten la definición de categorías. Es importante reconocer cómo a través de las propuestas que realizan los alumnos se recupera el papel fundante del paradigma de la comunicación para las sociedades a partir del Siglo XX. Y en particular, para el ámbito de las organizaciones. Pero, a la par de este reconocimiento, se abre el interrogante sobre ¿qué se entiende por comunicación? Porque como lo indicaran algunos críticos latinoamericanos, la comunicación no es todo frente a las posturas pancomunicacionistas y agregamos, no implica necesariamente un fenómeno transparente o que garantice eficacia inmediata, en un sentido estratégico. En todo caso, la pregunta que nos sigue rondando es ¿Qué expresa ese vínculo entre organizaciones, sociedad y comunicación?

3. A modo de cierre o lo que nos queda en agenda:

La meta final de nuestro estudio es cómo se entiende la comunicación, en qué ha derivado su conceptualización y cuáles son las problemáticas asociadas, a partir del análisis sistemático de los trabajos finales de la Licenciatura en Comunicación Social con orientación en Comunicación Institucional.

Como todo proceso de investigación se trata de una interpelación continua, no pudimos sustraernos de los múltiples interrogantes que se nos abren a partir de la lectura de ese corpus definido de trabajos finales. Como indicamos a lo largo de la presentación, se trata de una reflexión sobre resultados preliminares.

La tarea de descripción y generación de una primera jerarquía de temas y subtemas que abordan estas producciones, nos aporta un dato relevante. Se trata del interés creciente o las preocupaciones de los alumnos por acercarse al

mundo de las empresas (como tendencia dominante), luego, a las ONG y más difusamente, a los ámbitos de las instituciones públicas. Esta primera constatación nos coloca frente a una tendencia que reforzaría una interpretación y uso estratégico de la comunicación. No tanto entendida como fenómeno social o antropológico sino más bien como técnicas o conjunto de técnicas de interconexión o diseño organizacional. A su vez, los métodos que permiten gestionar con eficacia las técnicas son el diagnóstico de las necesidades comunicativas y la planificación del tipo de intercambio con los diversos públicos de las instituciones. La caracterización pendiente se refiere a la posibilidad de responder los siguientes interrogantes: ¿a qué tipo de diagnósticos y planificaciones aluden?, ¿se trata de una inspiración reproductivista basada en las recetas tecno-racionalistas o de una utilización creativa de las herramientas metodológicas que ofrecen cada disciplina?. Quizá esa vía de análisis, nos ayude a generar nuevas preguntas sobre la función social de la Comunicación Institucional.

Ahora bien, un terreno particular de revisión se nos presenta en torno a lo que los alumnos definen como Comunicación Institucional y los conceptos conexos como comunicación organizacional, comunicación corporativa, entre otros. No sólo tratamos de advertir un uso conceptual sino los matices, desplazamientos y continuidades que se ofrecen en torno a los usos de estas nociones. Como señalamos, nuestro interés se funda a modo de vigilancia epistemológica, en reconocer las dimensiones que estos conceptos implican puestos en funcionamiento en situaciones concretas. La importancia que reviste esta operación crítica tiene una correspondencia directa con dos ámbitos: la formación académica y el mundo laboral de los egresados. En variadas ocasiones, como docentes, perdemos de vista cómo los propios alumnos ponen a dialogar esos ámbitos y qué caminos reclaman como nuevos proyectos vinculados a su formación. En este sentido, el análisis de sus producciones nos orientan a comprender cómo están significando el vínculo entre comunicación-sociedad.

Por lo tanto, apuntamos a que los resultados derivados de esta investigación en curso puedan favorecer a generar mecanismos de retroalimentación con la

orientación en Comunicación Institucional y valorar críticamente su lazo con la producción del conocimiento y el perfil profesional.

Referencias Bibliográficas:

Martín, J. (1988). Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular. *Revista Diálogos de la comunicación*, (19). [Disponible en línea en: http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/19-03JesusMartin.pdf. Consultado 23/04/2010]

Neiman, G. & Quaranta, G. (2007). Los estudios de casos en la investigación sociológica. En Vasilachis de Gialdino, I. (coord.). *Estrategias de investigación cualitativa*. Buenos Aires: Gedisa.

Ortuzar, I., Regis; E. & Vargas, L. (2008, septiembre). *La comunicación para las organizaciones desde la academia y el campo laboral: luchas por la identidad y la legitimidad*, ponencia presentada al 10º CONGRESO REDCOM “Conectados, Hipersegmentados y Desinformados en la Era de la Globalización”, Universidad Católica de Salta, Facultad de Artes y Ciencias.

Quiroz, T. (2007). Los Comunicadores Sociales: ¿Entre la crítica y el mercado? *Revista Diálogos de la Comunicación*, (74). [Disponible en línea en: www.dialogosfelafacs.net/articulos-for-31TeresaQuiroz.php. Consultado 23/04/2010]

Ruiz Olabuénaga, J.I. (2007) *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.

Umpierrez, A. (2007). *Enseñar Comunicación Institucional en los albores del Siglo XXI*. *Razón y Palabra*, (56). [Disponible en línea en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n56/aumpierrez.html>. Consultado 24/06/2010]

Vasallo de Lopes, M. I. & Fuentes Navarro, R. (comps.) (2001). *Comunicación, campo y objeto de estudio*. México: ITESO.

¹ Este trabajo forma parte del Proyecto "Formación Académica y problematizaciones en torno a la Comunicación Institucional: una mirada analítica sobre los Trabajos Finales de la Licenciatura en Comunicación Social de la ECI en el período 2001 – 2009, en el marco de Secretaría de Ciencia y Tecnología de la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba.

² Los procesos de adquisición, utilización y transformación del conocimiento son un campo prolífero de estudios y discusiones académicos. Sin desconocer sus fundamentos, nuestra posición al respecto rescata una visión dinámica, histórica y de creación conjunta del conocimiento.

³ Reglamento vigente de la Escuela de Ciencias de la Información de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, Universidad Nacional de Córdoba.