



Razón y Palabra

ISSN: 1605-4806

octavio.islas@proyectointernet.org

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores
de Monterrey
México

López Jiménez, Ilia E.

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: REFLEXIONES Y
ANÁLISIS

Razón y Palabra, vol. 17, núm. 79, mayo-julio, 2012
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey
Estado de México, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199524411017>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

EL IMPACTO DE LA TECNOLOGÍA EN LA COMUNICACIÓN EMPRESARIAL: REFLEXIONES Y ANÁLISIS

Ilia E. López Jiménez¹

Resumen

Esta publicación tiene como objetivo principal ofrecer un análisis del impacto de la tecnología en la comunicación Empresarial. El análisis realizado se basa en los recursos tecnológicos de la red (páginas Web, blogs, wikis y redes sociales) y en el contenido de los recursos incluidos en la *Guía Temática de Comunicación Empresarial*.²

Palabras Clave

Comunicación Empresarial, guías temáticas, TIC, Web 2.0

Abstract

The aim of this paper is to offer an analysis of the impact of the technology on Business Communication, using resources offered by the Internet network (Web pages, blogs, wikis and social networks) and also, of the content of the resources included in the *Business Communication Subject Guide*.

Keywords

Business Communication, subject guides, ICT, Web 2.0

Las guías temáticas o guías por materias presentan una serie de recursos de información clasificados temáticamente. Si bien la información disponible en la Web documenta que la elaboración de dichas guías corresponde mayormente a los bibliotecarios, la investigación sobre la práctica de las guías temáticas y su uso revela que existen otras guías elaboradas por individuos (Blogs y sitios sobre Comunicación compilados por Víctor Solano) y por organismos (Guías Empresariales de la Secretaría de Economía del Gobierno de México).

Partiendo de la importante función llevada a cabo por las bibliotecas, la ejecución y elaboración de las guías, en relación con la docencia, provee un valor añadido: la reflexión en torno a la gestión del conocimiento en las distintas disciplinas. Dicho contexto provee un espacio para elaborar las reflexiones en torno a la elaboración de una *Guía Temática en Comunicación Empresarial*. Desde un punto de vista metodológico, se ha incorporado en la selección de los contenidos los blogs y los wikis. Esta selección presenta una posición innovadora respecto a las guías temáticas tradicionales que si bien incluyen blogs y wikis, los incorporan ya sea como medio para el manejo de la guías (Domínguez Aroca y Pérez Carillo, *Elaboración de las guías temáticas mediante un sistema mixto, web institucional y wiki. La experiencia de la Universidad de Alcalá*); ya sea como medio de comunicación con el público externo. Se ha intentado también recopilar información sobre las páginas que cuentan con una presencia directa en las redes sociales, dato que no se recoge en las guías temáticas tradicionales.

En la actualidad, el mundo digital desempeña un papel crucial en la creación de nuevo conocimiento. El Internet es una herramienta muy útil para mediar el aprendizaje, promover la comunicación y fortalecer las relaciones sociales entre los individuos. En particular la Web 2.0, facilita la construcción y diseminación de contenidos y fomenta las habilidades colaborativas y participativas; promoviendo la comunicación entre individuos mediante las redes sociales. Estas herramientas en línea son, en su mayoría, gratuitas y de fácil acceso, permiten participar en la producción y expansión de conocimientos. Asimismo, sirven como medio para desarrollar las habilidades comunicativas, las auditivas y las habilidades de lecto-escritura.

El blog *Lógica mente* de Jesús Arbolea, en su entrada *Los 4 fantásticos de la comunicación: Blogs, foros, wikis y redes sociales* (2007, agosto 31) presenta el siguiente recuento sobre la función que desempeña la Web 2.0:

- Los **foros** buscan la participación. A nivel empresarial los foros son un gran instrumento para las comunidades de usuarios, clientes o personas interesadas que puedan tener un punto de encuentro para compartir sus conocimientos con libertad absoluta para añadir nuevas entradas.
- Los **blogs** buscan la reacción. A nivel empresarial los blogs están cada día más extendidos pues son una fórmula muy interesante para mantener informada a la comunidad de forma directa. Por establecer una diferencia fundamental con el foro, en el blog es el autor el que puede añadir artículos, el lector sólo puede comentar. En los foros pasa justo lo contrario, el moderador no suele crear hilos en el foro.
- Las **Wikis** buscan colaboración. Empresarialmente cada día aparecen más Webs que incluyen una sección Wiki donde el lector encontrará bien organizada y accesible gran cantidad de información. Las wikis pueden aglutinar desde las FAQ o preguntas frecuentes a tutoriales, manuales, etc. En las Wikis de Webs de empresas la mayoría de las páginas no son modificables por los lectores o miembros de la comunidad.
- Las **redes sociales** buscan el contacto individual. Lo que denominamos red social entre internautas es en realidad un grupo de individuos como indica la definición. Se trata de eso de que individuos que comparten “algo” estén en contacto y puedan compartir sus experiencias, conocimientos, opiniones, etc. A nivel empresarial esto no ha hecho más que comenzar.

En el caso particular de los blogs, la publicación *Los blogs en la comunicación empresarial* (Arribas Urrutia) se destaca el uso como medio de diálogo con los diferentes públicos:

Los blogs de empresa les permiten expresarse con un lenguaje más cercano y no tan distante como el corporativo. Son muy útiles en momentos de crisis, donde los presidentes de compañías los utilizan para dirigirse a empleados y clientes.

También suponen otra manera de vender productos e imagen, de ganar clientes y de fidelizarlos. Además, gracias a los comentarios, los visitantes pueden expresar sus opiniones, algo de suma relevancia para cualquier empresa ya que les puede ahorrar mucho tiempo y trabajo en consultas.

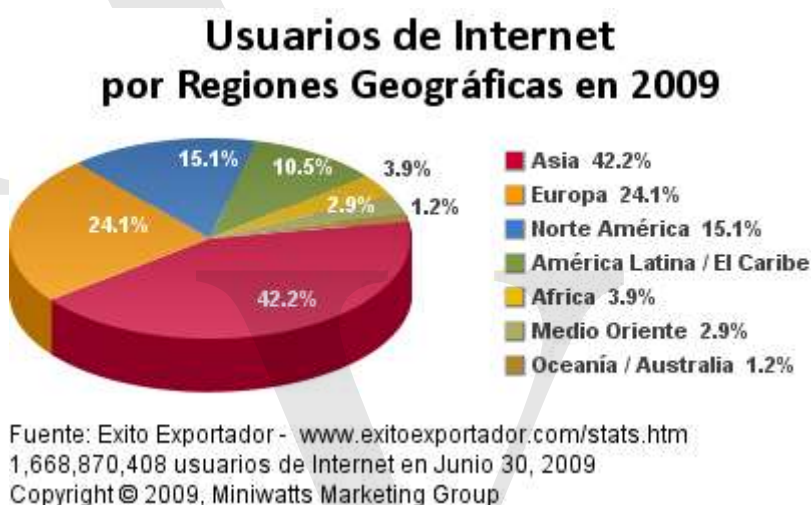
Sobre los Wikis, Christian Soronellas presenta un *Análisis de una Wiki como herramienta de comunicación empresarial* (Abril 4, 2008), “Hasta ahora el modelo base de comunicación ampliamente aceptado y usado por empresas se basaba en el envío y recepción indiscriminado de correo electrónico entre los componentes internos de un grupo, empresa”. Añade que las wikis, como herramientas colaborativas, tienen una serie de características idóneas para tareas colaborativas y comunicativas.

Asimismo, el uso de los wikis como medio de comunicación colaborativa se ha documentado en diversos medios, tales como la entrada de Manuel Gross *Cómo usar una Wiki en la empresa* publicada en el blog Pensamiento Imaginativo quien ofrece las siguientes sugerencias en torno a las funciones que desempeñan(2009, Febrero 18):

- **Colaboración:** de forma horizontal y vertical entre los miembros de la empresa.
- **Información sobre productos:** actualizando la información sobre los productos desde distintas fuentes, y de esta forma evitar el envío de mails y reportes con nuevas versiones de los documentos sobre los productos.
- **Ejecución de proyectos:** lugar simple para el aporte de miembros que se ubican en distintos lugares o áreas.
- **Brainstorming:** lluvia de ideas que permite el aporte de cualquier persona en cualquier tema de forma muy dinámica.
- **Nuevos empleados:** para facilitar procesos de inducción.
- **Nuevos productos:** los mismos miembros de la empresa pueden aportar sus opiniones sobre nuevos productos antes de ser lanzados.
- **Organización de reuniones:** conocer las agendas de distintas personas en forma colaborativa y rápida.
- **Atención al cliente:** los encargados de la atención al cliente pueden aportar sus experiencias simplificando así la de otros.
- **Tendencias de tu sector:** todos los miembros de la organización pueden aportar datos útiles e interesantes que detecten sobre el sector.

El impacto del mundo digital se hace evidente mediante los estudios realizados en torno al uso de Internet y de las redes sociales. Así, por ejemplo el blog de Ricardo Alcocer publicó una entrada titulada *Más de un millón de usuarios de Internet en Puerto Rico* (2010, Mayo 17) en el cual recoge los resultados de un estudio realizado por la Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadeo (SME por sus siglas en inglés) y la firma de investigación en mercadeo Estudios Técnicos. Dicho estudio reveló que el 45% de la población de Puerto Rico está conectada a Internet.

Desde un punto de vista global, Éxito Exportador (2011, Junio1), en su página Web, ofrece Estadísticas mundiales de Internet:



Internet como canal de distribución de productos y servicios a consumidores siguió creciendo pese al colapso de las cifras económicas en todo el planeta. Según un estudio realizado por **AméricaEconomíaIntelligence** (2010), por encargo de la firma de medios de pago Visa, el comercio electrónico a consumidores (o B2C como es conocido en la jerga especializada) creció en 39,2% durante 2009, lo que le permitió llegar a la suma de US\$ 21.775 millones en toda América Latina y El Caribe. Y en 2010, tal como estaban las cosas al primer trimestre del año, podría tener otro salto de 27%, lo que permitiría cerrar con US\$ 28.000 millones en B2C.

Metodología

Para la elaboración de la *Guía Temática de Comunicación Empresarial* se tomaron en cuenta los siguientes criterios de selección: recursos en español, afines a materias vinculadas a la Comunicación Empresarial, dirigidos a un conocimiento básico de la materia. Se examinaron (2009 – 2011) los recursos y se fueron incorporando en la guía. Este proceso de recuperación permite prestar atención a aquellos medios que se iniciaron en la Web 2.0 y que han ido aumentando paulatinamente; como es el caso particular de los **wikis**. Los recursos se clasificaron, de acuerdo con su contenido, según las distintas disciplinas afines a la Comunicación Empresarial (se excluyó la Comunicación Política por considerar que dicho campo se ubica dentro del área de Comunicación Social): Comunicación, Comunicación Corporativa, Comunicación Digital, Comunicación Empresarial, Comunicación Escrita, Comunicación Estratégica, Comunicación Interpersonal, Comunicación No Verbal, Comunicación Oral, Comunicación Organizacional, Comunicación Persuasiva, Protocolo. Cabe destacar que si bien hubo la intención de incluir el campo de Comunicación Internacional, se corroboró la ausencia de recursos de contenido en dicha área y que este hallazgo invita a reflexionar sobre la creación de dichos contenidos.

Para la selección de las revistas, se incluyeron aquellas recogidas en los índices de revistas académicas científicas: Cienciared Comunicación, Revistas Españolas de Comunicación (REC), Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura. Se incluyó, aunque no figura entre los índices mencionados, Pangea, revista digital, académica/científica, de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación.

Una vez recopilados los recursos, se procedió a contabilizarlos manualmente y a clasificarlos según el medio utilizado para comunicar el contenido, ya que el propósito principal es constatar cómo la evolución de la Web se refleja en el desarrollo de la disciplina.

Análisis de los recursos

Según se recoge en la Tabla que se presenta a continuación, los blogs constituyen indudablemente la mayor aportación tecnológica a la disciplina; sin embargo la inclusión de los wikis en este espacio revela que su uso se va extendiendo, tanto a nivel individual como institucional.

Portales, sitios Web	Blogs	Wikis	Redes Sociales
26	89	7	16
Total: 122 recursos			

Fuente: Guía Temática de Comunicación Empresarial (2011)

Un total de **16** recursos cuenta con presencia directa en las **redes sociales** (se excluyeron las páginas personales y los grupos que requieren admisión), tales como: Delicious, Facebook, LinkedIn, Twitter, Youtube. Esto revela que si bien los usuarios se sirven de las redes sociales, no emplean a cabalidad el potencial de las redes para desarrollar un diálogo con los diferentes públicos, difundir contenidos y promocionar. Así, por ejemplo, La Comunidad de Emprendedores recomienda en su entrada *Posicionamiento SEO: el link building como estrategia clave para el posicionamiento SEO* (Octubre 2, 2011):

El link building es la característica más importante para poder escalar posiciones en **posicionamiento web SEO**. El link building no es otra cosa que crear contenido de calidad, contenido que los usuarios quieran compartir. Si no crea contenido que valga la pena compartir, no conseguirá generar una campaña de **link building eficaz**.

A continuación se presenta una **Tabla** sobre los índices de revistas académicas/científicas:

Revistas académicas/ científicas	Total de revistas	
<u>Cienciarred Comunicación</u>	110	+17
<u>REC</u>	07	

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura	93
Total de revistas mencionadas en índices	210

Fuente: Guía Temática de Comunicación Empresarial (2011)

Se constata, al analizar los índices de revistas académicas/científicas, que si bien hay repetición en los índices, hay una innegable contribución de la región Latinoamericana en el campo de la Comunicación. Cabe destacar que a distinción de las revistas publicadas en Estados Unidos, tales como *Business Communication Quarterly*, en España y Latinoamérica se recogen la Comunicación Corporativa, la Comunicación Empresarial y la Comunicación Organizacional como disciplinas dentro del área de **Comunicación**.

El análisis del contenido

Como se indicó anteriormente, un objetivo principal al elaborar la guía es la reflexión en torno a su impacto tecnológico en las distintas disciplinas que conforman el ámbito de la Comunicación Empresarial. Dicho impacto se refleja en la configuración y el desarrollo de dichas disciplinas.

Se parte, para la elaboración del análisis, del contexto de la Comunicación Corporativa. La Web Mi espacio, en su sección de **Glosario**, define el término **Comunicación Corporativa** de la siguiente manera:

Término que cubre todo tipo de comunicaciones de una empresa, tanto públicos externos como internos. Comunicación que tiene por finalidad dar a conocer la identidad corporativa y reforzar la imagen de una organización.

Partiendo del análisis de contenido, la **Comunicación Organizacional** brinda información entre los miembros de una empresa, que al transmitir un mensaje promueve la comunicación. Así se refleja en el Blog colaborativo *Comunicación Organizacional*. (Cosberg, D., 2006).

Según el blog *Nuestro Léxico. Glosario de Términos Lenguaje y Comunicación* (2009), la Comunicación Organizacional consiste en el proceso de emisión y recepción de

mensajes dentro de una compleja organización. Es aquella que instauran las instituciones y forman parte de sus culturas y de sus normas:

- **Comunicación Organizacional Formal:** esta la establece la propia empresa, es estructurada en función de organización y de sus metas. Es controlada y sujeta a reglas.
- **Comunicación Organizacional Informal:** surge entre la interacción social entre los miembros de desarrollo del afecto o amistad entre las personas.

La **Comunicación Organizacional** coincide con la **Comunicación Corporativa** en la práctica del proceso comunicacional: proceso que puede ser interno, es decir, basado en relaciones dentro de la organización, o externo (por ejemplo, entre organizaciones). Según Gestiópolis.com, comunidad latina de estudiantes de Negocios, la **Comunicación Organizacional** se entiende como “el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y su medio”, también se entiende como: “Un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”. (Rodríguez Guerra, I., 02-05).

La **Comunicación Gerencial** está presente como un componente de la Comunicación Organizacional como expresa Moraima Romero Silva en la entrada titulada *Reflexiones gerenciales sobre comunicación organizacional compleja* al indicar que los gerentes deberán concebir a la comunicación organizacional como una forma efectiva, de convergencia, evaluación y relación tanto de las actividades, como de los procesos considerados como filosofía organizacional, en la búsqueda de una alianza estratégica exitosa entre las organizaciones ciudadanas y su entorno. (Romero Silva, 2010).

El Blog Universo DirCom, de Felicísimo Valbuena comenta en su entrada (2009, Julio 23) *Comunicación empresarial: ¿realmente sabemos qué es comunicación empresarial?*

En primer lugar, conviene definir, brevemente, que la comunicación empresarial o corporativa es la comunicación que proviene de una empresa, ONG, organización o instituto y se dirige a sus distintos públicos-meta. Éstos podrán ser internos y externos, y variarán según el tipo de institución o empresa: clientes, gobiernos, medios de comunicación, agrupaciones empresariales, universidades, accionistas, empleados, público en general etc. Comunicación empresarial, por tanto, nos sirve de enlace entre una empresa u organización y sus públicos. Pero ¿para qué sirve? será útil y fundamental para ofrecer un servicio o producto con eficacia, construir una buena imagen y mantener una excelente reputación. Hay quienes sostienen que la comunicación empresarial es hoy día un arte y una ciencia para gestionar percepciones.

Asimismo, a través del contenido se presenta que la Comunicación Empresarial se inserta en el contexto de la Comunicación Corporativa y la Comunicación Organizacional. Se establece una distinción a base de su finalidad, su función pragmática:

La **Comunicación Empresarial** es el conjunto total de mensajes, que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre esta y su medio. Es decir, dichos mensajes se intercambian entre los miembros de la organización y su medio; estos mensajes se pueden transmitir en diferentes niveles y de diversas maneras. Contiene una **gran cantidad de elementos**, internos como externos, que ayudan a la proyección de una imagen corporativa eficiente. (Publicitado.com).

La página Web de Best Publicity.Net, *Comunicación Empresarial. Una mirada corporativa*, distingue tres aspectos que sustentan la mirada corporativa de la Comunicación Empresarial: pragmático, social, cultural y tres corrientes basadas en dichos aspectos:

Corrientes:

- Americana (norteamericana): considera que la comunicación debe tener una orientación final, el aspecto comercial, utilitario y rentabilidad.
- Europea: su sentido de la comunicación es predominantemente sociológico e incluso antropológico.
- iberoamericana: recoge lo mejor de las dos anteriores; al hombre y en efecto a la sociedad “sólo lo ético es rentable”.

La *Revista de Comunicación.es* propone en *Comunicación Empresarial 2.0* la transformación del modelo de comunicación. Según dicha Revista, el posicionamiento Web de la empresa, la aplicación de wikis, el auge del *podcast*, la irrupción de las redes sociales, los contenidos RSS, la presencia virtual de marcas en *SecondLife* o el uso empresarial de *Twitter* son activos de comunicación que la mayoría de las empresas españolas aún no aplican y, sin embargo, su rotundo éxito las obligará a incorporarlas antes o después para seguir en la brecha. La comunicación ha dejado de ser unidireccional para convertirse portavoz tanto del productor como del cliente y aquellas empresas que recelen o se retrasen perderán la batalla.

Cabe destacar el desarrollo de una disciplina que permite establecer pautas comunicacionales en los distintos contextos: corporativo, empresarial y organizacional: el **Protocolo**. Concebida mayormente como una disciplina social (protocolo social), se evidencia el desarrollo hacia otros aspectos tales como el protocolo corporativo y el protocolo empresarial. Esta visión del protocolo como un conjunto de normas y procedimientos útiles para la transmisión de información se hace palpable en la definición ofrecida por Protocolo.org:

En consonancia con la visión, Protocolo.org nos ofrece la siguiente definición de Protocolo (Alta el 10/10/2003, modificado el 02/09/2011 Contenido ID 00992)

El término protocolo, **procede del latín "protocollum"**, que a su vez procede del griego (en griego deviene de protos, primero y kollom, pegar, y refiere a la primera hoja pegada con engrudo). En su significado original, venía a decir que "protocollum" era la primera hoja de un escrito. La primera hoja en la que se marcan unas determinadas instrucciones. Esta definición marca el inicio de lo que más tarde será el verdadero significado del término protocolo.

Asimismo, la influencia de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) se hace evidente al constar la cantidad recursos identificados (14) relacionados con la **Comunicación Digital** y la diversidad de dichos recursos: ciberescritura, comunidades virtuales, cultura e identidad digital, noticias TIC, periodismo electrónico, redes sociales, Web 2.0.

Se revela también la presencia de recursos que van conformando el desarrollo de disciplinas que ofrecen nuevas perspectivas en torno al panorama de la Comunicación Empresarial: Comunicación Interpersonal, Comunicación No verbal, Comunicación Oral y Comunicación Persuasiva.

La Web de La Iniciativa de Comunicación en su publicación titulada *Los Estudios de la Comunicación Intercultural* (Rodrigo Alsina, J., 2003, Junio 25) propone una visión integradora de dicha disciplina para abarcar un ámbito de estudios relacionados con la comunicación interpersonal y la comunicación de masas:

Las teorías, como los objetos de estudio, suelen construirse a partir de la necesidad de su existencia. Hasta después de la Segunda Guerra Mundial no se dieron las condiciones idóneas para que se desarrollaran los estudios de la comunicación intercultural. Aunque en la actualidad hay una notable producción internacional en este campo, no puede decirse que sea un área de estudio definitivamente consolidada. En vistas al futuro sería necesario construir un ámbito de estudio que relacionara la comunicación interpersonal y la comunicación de masas.

Lamentablemente, se constató la ausencia de recursos en Comunicación Internacional, comparto con Lozano (1997) quien en la publicación *Dimensiones Internacionales de la Comunicación* expresa en su análisis que una de las razones es la dispersión teórica metodológica de los estudios de los procesos internacionales de la comunicación:

En la literatura existente se encuentran múltiples referencias y abordajes de aspectos internacionales de la comunicación (nuevas tecnologías, globalización de medios y mensajes, identidad nacional, imperialismo cultural, etc.), pero por lo general aparecen descontextualizados o subyacentes al enfoque teórico global de los autores. Así, encontramos múltiples referencias sobre el impacto del

Tratado de Libre Comercio en nuestros sistemas de comunicación y en la identidad cultural, sobre el desarrollo de las nuevas tecnologías y su impacto social, sobre los procesos de apropiación, negociación y rediseño de mensajes transnacionales por las audiencias. Sin embargo, la dispersión teórico-metodológica de estos estudios y el carácter ensayístico de una gran parte de los trabajos al respecto, han propiciado visiones incompletas, inconsistentes y a menudo poco confiables de los procesos internacionales de comunicación

Conclusiones

Como se indica al inicio, la elaboración de una guía temática, partiendo desde la perspectiva docente, permite que además de evaluar y recopilar recursos se pueda aportar una reflexión sobre estos. Desde ese punto de vista, aporta un valor añadido.

Es también necesario destacar otro valor agregado al elaborar una guía temática en español: la generación de conocimiento y el desarrollo de la competencia comunicativa, pues el desarrollo del conocimiento en una lengua determinada se adquiere, en gran medida, por exposición al texto.

Cabe señalar que si bien como criterio metodológico se parte de la selección de recursos en **español**, es innegable la aportación que en el campo de la Comunicación Empresarial realiza Brasil, país que cuenta con el primer Portal de Comunicación Empresarial patrocinado por Aberje, la Asociación Brasileña de Comunicación Empresarial. Dicha Asociación, junto la Escuela de Ingeniería y Gestión (ESEG), lanzaron el **MBA en Comunicación Empresarial** para el 2011.

Uno de los hallazgos esperados, al evaluar los recursos de la **Web 2.0** es la enorme contribución que aportan los **blogs**. La agilidad y versatilidad de este recurso tecnológico facilitan su empleo para crear y gestionar contenido. Asimismo, se constata una presencia, aunque limitada, de **wikis**. También es limitada la presencia de las redes sociales y entre ellas, **Facebook** es la más empleada para establecer enlaces (*link building*). Tal vez, la razón por la cual la evolución y acogida de las redes sociales, como medio de enlace entre las empresas y sus diferentes públicos, presente un proceso

más lento debido al origen de las redes: su origen y dispersión ha seguido un proceso inverso al de la red de Internet, cuyo origen se remonta a ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network - Red de la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada) y que, desde el punto de vista de la dirección de la comunicación, siguió una dirección descendente. Las redes sociales, en cambio, han seguido una dirección ascendente: originadas entre los propios usuarios.

Desde el punto de vista **geográfico**, se destaca la contribución de Latinoamérica en el campo de la gestión del conocimiento. Su aportación es visible tanto en los índices de revistas como en la creación y divulgación de blogs. Es lamentable señalar la escasez de recursos dentro de la región del Caribe hispanohablante.

Una guía temática es siempre un proyecto en construcción, que requiere coordinar los esfuerzos para evaluar e incorporar recursos. Si se carece de la debida coordinación para dar continuidad el proyecto, se pierde pertinencia y se debilita su objetivo principal: la gestión del conocimiento.

Si bien para la elaboración de esta guía se tomaron en cuenta sitios Web, es necesario explorar, en un futuro, otros recursos: documentos, presentaciones y vídeos disponibles en línea.

Referencias

América Economía. (2010). *Estudio del comercio electrónico en América Latina*. [En línea, Web]. Disponible en: http://especiales.americaeconomia.com/2010/comercio_electronico/estudio.php

Arboleya, J. (2007, Agosto 31). Los 4 fantásticos de la comunicación: Blogs, foros, wikis y redes sociales. *Lógica mente*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://jarboleya.com/2007/08/31/los-4-fantasticos-de-la-comunicacion-blogs-foros-wikis-y-redes-sociales>

Best Publicity.Net. (s. f.). *Comunicación Empresarial. Una mirada corporativa*. [En línea, blog]. Disponible en: http://www.bestpublicity.net/index.php?option=com_content&view=article&id=551:comunicacion-empresarial-una-mirada-corporativa-&catid=66:comunicacion&Itemid=11

Celaya, J. y Herrera, P. (2008, Abril). Comunicación empresarial 2.0: la transformación del modelo de comunicación. *Revista de Comunicación*, N. ° 4, Año I, pág. 48, Editorial ESPECIAL DIRECTIVOS. [En línea, blog]. Disponible en: http://revistadecomunicacion.wke.es/noticias_base/comunicaci%C3%B3n-empresarial-20-la-transformaci%C3%B3n-del-modelo-de-comunicaci%C3%B3n

Cosberg, D. (2006, Marzo 7). ¿Qué es la comunicación Organizacional? *Comunicación Organizacional*. [En línea, blog}.

Domínguez Aroca, M. I. y Pérez Carrillo, S. (s. f.). *Elaboración de las guías temáticas mediante un sistema mixto, web institucional y wiki. La experiencia de la Universidad de Alcalá*. [En línea, pdf]. Disponible en: http://www.aab.es/pdfs/jba15/15-Elaboracion_y_gestion_de_guias_tematicas.pdf

Éxito Exportador. (2011, Junio1). *Usuarios de Internet por regiones geográficas en 2009*. [En línea, Web]. Disponible en: <http://www.exitoexportador.com/stats.htm>

Gross, M. (2009, Febrero 18). Cómo usar una wiki en la empresa. *Pensamiento Imaginativo*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://manuelgross.bligoo.com/content/view/450740/Como-Usar-un-Wiki-en-la-Empresa.html#content-top>

Loozano, J. C. (Junio – agosto 1979). Dimensiones Internacionales de la Comunicación. La investigación sobre la comunicación internacional en México. *Razón y Palabra*, Número 7, Año 2. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n7/lozano.htm>

Malodando, S., Natera, J., Pacheco, R., Palacios, Y. y Blanco, N. (2009, Abril 6). Glosario de Términos. Lenguaje y Comunicación. *Nuestro Léxico*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://nuestrolexico.blogspot.com/2009/04/glosario-de-terminos-lenguaje-y.html>

Marcomunika. (2011, Octubre2). Posicionamiento SEO: el link building como estrategia clave para el posicionamiento SEO. *Comunidad de emprendedores*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://negociosyemprendimiento.com/posicionamiento-web-seo-link-building-como-estrategia-clave-de-posicionamiento-web-seo>

Más de un millón de usuarios de Internet en Puerto Rico. *Tecnología Libre*. (2010, mayo 17). [En línea, blog]. Disponible en: <http://ricardoalcocer.com/blog/articulos/mas-de-millon-y-medio-de-usuarios-de-internet-en-puerto-rico>

Mi espacio. Glosario de Términos de Mercadotecnia. [En línea, Web]. Disponible en: <http://www.infosol.com.mx/espacio/cont/glosario/menu.html>

Protocolo.org. (Alta el 10/10/2003 Modificado el 02/09/2011 Contenido ID 00992). *Origen del término Protocolo. Definición de Protocolo*. [En línea, blog]. Disponible en: http://www.protocolo.org/social/protocolo_y_etiqueta_social/origen_del_termino_protocolo_definicion_de_protocolo.html

Publicitado.com. (s. f.). Comunicación empresarial. [En línea, blog]. Disponible en: <http://publicitado.com/comunicacion-empresarial>

Ribas Urrutia, A. (2007). Los blogs en la comunicación empresarial. *Diálogos de la comunicación*. FELAFACS. [En línea, pdf]. Disponible en: <http://www.dialogosfelafacs.net/76/articulos/pdf/76AmaiaArribas.pdf>

Rodríguez Guerra, I. (02 – 05). Comunicación Organizacional: Teorías y Puntos de Vista. *Gestiópolis.com*. [En línea, Web]. Disponible en: <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>

Rodrigo Alsina. M. (2003, Junio 25). Los Estudios de la Comunicación Intercultural. *La Iniciativa de Comunicación*. [En línea, Web]. Disponible en: <http://www.comminit.com/la/node/150506>

Romero Silva, M. (2010, abril). *Reflexiones gerenciales sobre comunicación organizacional compleja*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://moraimaromero.wordpress.com/ponencias/reflexiones-gerenciales-sobre-comunicacion-organizacional-compleja-y-responsabilidad-social-corporativa-en-el-contexto-de-las-empresas-ciudadanas>

Soronellas, C. (2008, Abril 4). *Análisis de una wiki como herramienta de comunicación empresarial*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://blog.sistemas-cayman.es/aplicaciones-web/analisis-de-una-wiki-como-herramienta-de-comunicacion-empresarial>

Valbuena, F. (2009, Julio 23). Comunicación empresarial: ¿realmente sabemos qué es comunicación empresarial? *Universo DirCom*. [En línea, blog]. Disponible en: <http://www.master-comunicacion.es/blogcomunicacion/comunicacion-empresarial/comunicacion-empresarial-%C2%BFrealmente-sabemos-que-es-la-comunicacion-empresarial>

Apéndices:

GUÍA TEMÁTICA DE COMUNICACIÓN EMPRESARIAL

Introducción

Las guías temáticas o guías por materias presentan una serie de recursos de información clasificados temáticamente. Esta guía temática recopila recursos en línea (blogs, páginas web, portales) relacionados con la comunicación corporativa, la comunicación empresarial, y la comunicación organizacional, destinados a los docentes y a los estudiantes. Se han seleccionado los recursos representativos de la diversidad académica y cultural del mundo hispanohablante.

Una guía temática cumple un doble propósito: la generación de conocimiento y el desarrollo de la competencia comunicativa, pues el desarrollo del conocimiento en una lengua determinada se adquiere, en gran medida, por exposición al texto.

I. Portales, sitios Web que incluyen temas sobre Comunicación

Apuntes sobre comunicación – Portal de Relaciones Públicas RRPP.net

Comunicación y Marketing - Navactiva, Portal de las Empresas de Navarra. Ofrece información relacionada con la Comunicación Empresarial

De Gerencia.com - Portal y buscador sobre temas de gerencia.

Gestiópolis.com - Comunidad latina para estudiantes de negocios– Ofrece información sobre temas relacionados con Administración de Empresas y Comunicación Empresarial

Ilustrados.com. Portal que cuenta con más de 50 mil monografías, trabajos de investigación, tesis, presentaciones en PowerPoint y recursos afines. Incluye publicaciones sobre comunicación.

Ser Humano y Trabajo – Portal con información sobre temas relacionados con la comunicación interpersonal.

Liderazgo y Mercadeo – Portal que incluye temas relacionados con la comunicación.

Microsoft, Centro para Empresas y Profesionales – Incluye publicaciones relacionadas con la comunicación, la imagen profesional, el protocolo empresarial

Mi esp@cio, Desde La Investigación - Espacio creado para los docentes e investigadores de RRPP, Mercadotecnia, Publicidad, Comunicación o áreas afines

Recursos humanos .es – Portal que incluye publicaciones relacionadas con la comunicación en la empresa.

RRP.Net. Portal de relaciones públicas - Contiene información sobre comunicación, crisis y responsabilidad social.

Técnicas de Estudio -Página en español con contenido sobre aprendizaje y técnicas de estudio; incluye comunicación e inteligencia emocional.

Revistas

Cienciarred Comunicación - Programa del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (**FISEC**) destinado a integrar revistas en línea sobre el tema de la Comunicación que se ubiquen dentro de la categoría académicas/científicas/técnicas. (110 revistas)

Pangea - Revista académica científica de la Red Académica Iberoamericana de Comunicación. [No figura recogida en los índices].

REC - Revistas Científicas Españolas de Comunicación. (7 revistas)

Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura – Tiene como objetivo reunir y potenciar el trabajo realizado por instituciones que se dedican a investigar, enseñar y dar a conocer sus aportes a esta disciplina. (93 revistas)

II. Sitios Web destinados a la Comunicación

Comunicación

@ula - Blog colombiano de Joanna Prieto sobre la actualidad del mundo vista desde un enfoque comunicativo. Trata temas sobre: comunicación y marketing, nuevas

tecnologías (social media), educación (e-learning), planeación estratégica, gestión humana, habilidades gerenciales, gestión del conocimiento, entre otros. Incluye comentaremos sobre libros, noticias, reflexiones, páginas web, vídeos relacionados con el mundo de la organización del siglo XXI.

CIESPAL -Página del Centro Internacional de Estudios Superiores en Comunicación para la América Latina (**CIESPAL**). Contiene una biblioteca digital.

Comunicación se llama el juego - Blog de Pablo Herreras que trata sobre medios en línea y la Web 2.0. Cuenta con un enlace a la red social Twitter.

Comunicación y otras disciplinas - Blog de la empresa consultora MCS (Media Consulting Services).

¿Comunicación? – Blog colombiano de Víctor Solano para compartir experiencias acerca de la Comunicación. Incluye un Directorio blogs y sitios sobre Comunicación. Cuenta con espacios en las redes sociales Facebook, Twitter y Youtube.

Comunicarnos - Artículos de interés para desarrollar y fortalecer la comunicación en el ámbito personal, familiar, social y organizacional.

Dirección de Comunicación - Espacio de la revista del grupo Dirección de Comunicación. Incluye las siguientes secciones: Comunicación Corporativa, Comunicación Interna, Comunicación externa, Comunicación política. Cuenta con espacios en la red social Facebook (Grupo DirCom) y Twitter.

Iván Ríos Hernández – Blog de comunicación cuyo autor es Doctor en Comunicación Social por la Universidad Pompeu Fabra de Barcelona, España.

La Iniciativa de Comunicación – Portal que trata sobre Comunicación y medios para el desarrollo sostenible de América Latina y el Caribe.

Nuestro Léxico. Glosario de Términos Lenguaje y Comunicación -Blog creado por Sindy Maldonado, Johana Natera, Ricardo Pacheco, Yuleyka Palacios y Nazareth Blanco, estudiantes de Contaduría en el Colegio Universitario Francisco de Miranda.

Pensar la Comunicación - Blog de Raúl López Lara.

Portal comunicación.com -Portal de los estudios de comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona. Cuenta con una página en Facebook (Portal de la Comunicación Incom-UAB).

Portal de Comunicación de Wikipedia- Portal destinado a todos aquellos interesados en la información mediática y la comunicación social: el periodismo, la comunicación audiovisual o la publicidad.

Publicitado- Blog sobre Publicidad, Marketing y Comunicación.

Recursos en Internet para Comunicación - Sitio Web de la Universidad de Navarra.

Revista de Comunicación.es – Portal del grupo editorial WoltersKluwer en España. Incluye noticias, publicaciones y recursos relacionados con la comunicación (empresarial, corporativa y organizacional). Cuenta con espacios en las redes sociales Facebook, LinkedIn, Twitter y Youtube.

Teoría de la Comunicación - Página que presenta información relacionada con la comunicación.

Podemos hablar – Blog de Ignacio Duero Van Deusen quien cuenta con un Máster en Comunicación de las Organizaciones por la Universidad Austral, Argentina. Presenta noticias y reflexiones en torno a la comunicación.

Comunicación Corporativa

Blog-0-corp – Blog de Cristina Arced, periodista especializada en comunicación corporativa y social media. Cuenta con espacios en las redes sociales Twitter, Facebook y LinkedIn.

Blogs corporativos- Blog chileno de Roberto Arancibia, profesor de la Cátedra Eventos Corporativos, relacionado con la capacitación a empresas, diseño, asesoría a, gestión de contenidos y administración de blogs de empresas e instituciones. /

Blog de Benito Castro - Blog sobre acercamiento al mundo de la empresa y las organizaciones desde la óptica de las nuevas formas de comunicación vía web.

Comunicación Corporativa - Blog de Joaquín Mouriz Costasobre conceptos de comunicación corporativa.

Comunicación Corporativa- Blog divulgativo sobre conceptos de comunicación corporativa

Comunicación Corporativa -Blog de Juan Pedro Molina Cañabate, profesor de la Universidad Carlos III de Madrid. Contiene un Glosario sobre Comunicación Corporativa.

Comucor – Blog de Luis Fernando Ramos Fernández dedicado a temas de comunicación corporativa

Iván Pino - Blog de comunicación corporativa.

Relationhumana's Blog- Trata temas relacionados con la comunicación corporativa, la comunicación empresarial y la comunicación y la empresa

Todo significa. Comunicación corporativa y todo lo que deja la marca. Blog de Alejandro Formanchuk dedicado a analizar el mundo de la comunicación corporativa y las relaciones humanas en las organizaciones. Cuenta con espacios en las redes sociales: Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter.

Comunicación Digital

Activos intangibles - Comunicación, PR, branding y Social Media - Blog de la Red social de los profesionales de la comunicación sobre la utilización de la Web 2.0 para la gestión de la comunicación corporativa, las RR.PP (relaciones públicas) y el mercadeo.

Clic Corporativo – Blog de Esperanza Hernández Mantilla, periodista especializada en medios digitales; ofrece pistas y tendencias sobre comunicación digital, comunicación corporativa y desarrollo organizacional.

Comunicante – Blog colombiano de Marta Lucía Gómez de Arango, Comunicadora Social Periodista, especializada en Periodismo Electrónico. Presenta temas relacionados con la digitalización, las comunidades virtuales y las redes sociales.

Comunicación Digital.Net - Blog que incluye información sobre ciberescritura y estrategias de comunicación.

Comunicación Digital - Blog de Fotonostura que incluye temas, tales como: blogs, chats, e-mail, páginas Web, redes sociales.

Comunicación Digital, PR Digital, Social Media y Publicidad – Blog de Maru Chatlani, consultor senior en agencias de comunicación. Presenta temas sobre comunicación digital, redes sociales, mercadeo, incluye presentaciones relacionadas con los temas.

Comunicación positiva –Blog de César Alfonso Peña sobre comunicación digital, marketing on-line y Web 2.0. Incluye presentaciones relacionadas con los temas. Incluye un enlace a la red LinkedIn.

Comunicación profesional para Web 2.0 – Blog de María Ripoll Cera, incluye un *Manual de Comunicación 2.0*

Comunicación audiovisual, mediática y digital – Blog que contiene publicaciones y recursos (wiki) relacionados con la comunicación digital.

Instituto de Comunicación Digital - Ofrece cursos, descargas gratuitas, tutoriales y vídeos relacionados con la comunicación digital.

itCOEMEX.com –Blog colaborativo que presenta un proyecto exploratorio de **reflexión sobre la influencia de la comunicación extendida tecnológicamente mediada sobre el ser humano**, desde un punto de vista de Antropología y Sociología, así como de Ciencias de Computación.

La Taberna del Grumete - Comunidad de aspirantes a internautas. Incluye información sobre seguridad en Internet, ciberetiqueta.

Proyecto Internet - Blog mexicano de Octavio Islas, Director de la revista Razón y Palabra y del Proyecto Internet; incluye noticias TIC.

Por Forcept - Blog de Rosario Lozana que tiene como objetivo la exploración para de los temas que cambian el sentido común desde la comunicación.

Tíscar.Com - Blog de Tíscar Lara que trata sobre temas relacionados con la alfabetización digital, blogging, cultura digital e identidad digital.

Comunicación Escrita

Blog de Redacción - Blog peruano de María Elizabeth Tavera Peña. Incluye modelos de textos y evaluaciones en línea.

Comunicar bien - Blog de expresión escrita, oral, audiovisual.

Enredaccion2 - Blog de la Cátedra Redacción 2. Escuela de Comunicación Social. Facultad de Ciencias Políticas y Relaciones Internacionales. UNR

Eres lo que escribes eres como escribes – Blog colaborativo sobre asesoría sobre la comunicación escrita de los blogs.

Escritura digital – Blog de Jairo Alberto Galindo sobre comunicación, tecnología y lenguajes. Cuenta con espacios en las redes Delicious, LinkedIn y Twitter.

Lenguaje administrativo - Contra el lenguaje oscuro. Contra el lenguaje recargado y espeso. Por un lenguaje claro. Blog que tiene por objetivo la **modernización** del lenguaje administrativo.

El e-mail en el trabajo. Blog que presenta ideas y reflexiones sobre la productividad y la eficiencia utilizando el correo electrónico como un canal de comunicaciones de negocio.

Ideas y Palabras – Blog De Sofía Rodríguez, periodista del diario El Comercio, Perú, sobre edición de textos y redacción.

Redacción Corporativa. Blog de Silvia Scheiner para presentar temas sobre escritura, nuevos medios, lengua, y todo lo relacionado con la palabra escrita. Cuenta con una página en la red social Facebook.

Redacción &SEO.com (SearchEngineOptimization)- Blog que trata sobre el arte de escribir en digital. Presenta una guía rápida de redacción Web.

Secretariado: Redacción y Aplicación Informática 3°C – Blog que presenta documentos sobre comunicación comercial.

Comunicación Empresarial

Comunikando- Blog panameño que presenta noticias y temas de actualidad sobre comunicación empresarial

Comunicación empresarial- Blog centrado en el uso de la Comunicación como herramienta estratégica de gestión empresarial: Comunicación Interna, Comunicación Externa y Comunicación Interpersonal.

Comunicación Empresarial – Blog español que nace como espacio de discusión entre personas interesadas en la comunicación y en el impacto de las nuevas tecnologías.

Comunicación Empresarial 2.0 -Blog del grupo BPMO, España que trata sobre la función de las nuevas tecnologías en la estrategia de comunicación empresarial.

Comunicación Empresarial - Blog de Milton CalopiñaÁvalo, incluye entradas sobre Cómo comunicar con empatía, Cómo enfrentar una crisis y Comunicación corporativa 2.0.

Comunicación Empresarial Estratégica- Blog mexicano de la comunicóloga Patty García que trata sobre cómo aprender a comunicar.

Empresas y personas – Gestión empresarial, recursos humanos y comunicación. Trata diversos temas relacionados con la comunicación empresarial y la comunicación en situaciones de crisis.

Relaciones públicas- Blog chileno sobre los temas de comunicación empresarial y las relaciones públicas

Comunicación Estratégica

Comunicación estratégica - Blog peruano que presenta temas sobre la comunicación estratégica. Cuenta con una página en la red social Facebook (Comunicación Perú).

Estrategia de Comunicación – Blog de Antonio Monerris, Socio y primer Presidente de la Junta constitutiva de la APG Spain (Asociación Española de Planificadores Estratégicos; Vice-presidente de la actual Junta de la APG España. Presenta un espacio para compartir y discutir acerca de la planificación estratégica de la comunicación

Estrategar - Blog de Rafael Alberto Pérez, Profesor de la Universidad Complutense de Madrid, sobre comunicación estratégica de tendencias 21.

Estrategicomunicaciones – Blog sobre comunicación estratégica; presenta casos relacionados con la disciplina.

Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación (FISEC) - Portal que incluye referencias bibliográficas y una lista de revistas digitales sobre comunicación.

Comunicación Interna

Comunicación Interna en Chile - Blog de José Miguel Arriagda Herrera y Jorge Ulsen Rivas.

Comunicación Interna. Blog de la Asociación Peruana de Profesionales en Comunicación Interna.

Cultura Comunicativa - Comunicación interna y algo más. Blog de Maximiliano Bilella para compartir información, conocimientos y experiencias del ámbito de la comunicación en las organizaciones, con especial énfasis en la comunicación interna.

Insidecom Comunicación interna en Chile – Blog chileno de José Miguel Arriagada Herrera y Jorge Ulsen Rivas, especialistas en Comunicación Interna Estratégica, con postgrado en Comunicación Corporativa.

Internnalcomms. Comunicación interna, creatividad y cultura organizacional - Blog de Martín Fernández que trata sobre la Comunicación en el trabajo, los avances tecnológicos que transforman la Cultura Organizacional y las ideas que impactan en el Clima Interno. Cuenta con espacios en las redes sociales Facebook, LinkedIn y Twitter.

Observatorio de Comunicación Interna e Identidad Corporativa - Creado por Inforpress, la revista Capital Humano y el IE Business School en el año 2003.

Responsabilidad social interna – Blog de Comunicación interna aplicada a la responsabilidad social empresarial.

Comunicación Interpersonal

Capital Emocional- Portal dedicado a la investigación e información sobre inteligencia emocional y habilidades sociales como soporte y desarrollo personal y profesional.

Edithruizmora's blog - Discute temas relacionados con la comunicación interpersonal.

Inteligencia Emocional - Portal sobre inteligencia emocional.

La inteligencia de las emociones. Liderar, confiar, motivar – Blog de Josep Julian, consultor de Recursos Humanos, de Barcelona, España. Trata temas relacionados con la inteligencia emocional.

Pensamiento Imaginativo - Blog de Manuel GrossOsses que busca difundir la creatividad y la innovación para la gestión de organizaciones sociales, emprendimientos y Pymes. Trata temas relacionados con la comunicación interpersonal, liderazgo e inteligencia emocional. Cuenta con una página (Imaginativo) en la red social Facebook.

Comunicación Intercultural

Aula Intercultural - Portal de la comunicación intercultural.

Comunicación cultural - Blog de Dosdoce.com. Cuenta con una página en la red social Facebook (Dosdoce).

Comunicación Intercultural - Blog sobre temas relacionados con la comunicación intercultural.

Comunicación Intercultural: Fundamentos y Sugerencias - Versión del artículo de Tomás Austin Millán.

Cuaderno Intercultural - Blog sobre recursos para la interculturalidad y la educación intercultural. Cuenta con una página en la red social Facebook.

Comunicación no verbal

Club de lenguaje no verbal - Blog dedicado a la comunicación no verbal. Incluye videos y documentos descargables. Cuenta con una página en la red social Facebook.

Comunicación no verbal en el aula - Un gesto vale más que mil palabras. Espacio Web dedicado a la comunicación no verbal en la sala de clases.

Diccionario de términos de expresión corporal - Blog de Rafa Torcidos

Teorías de la comunicación no verbal - Blog sobre comunicación no verbal.

Comunicación Oral

Cómo hablar en público - Técnicas de presentación en público – Artículos y comentarios publicados en el blog Mynima. Cuenta con una página (Mynima) en la red social Facebook.

Comunicación en público - Blog que trata sobre las presentaciones orales y comunicación pública.

Hablar bien en público - Blog sobre comunicación oral.

Muletillas - Blog de Miguel Ángel Mendo sobre la expresión oral.

PresentArte - Blog sobre ideas para elaborar presentaciones 2.0

Oratorianet.com - Sitio Web relacionado con la comunicación verbal y no verbal en las presentaciones orales.

Recursos para una eficiente expresión oral - Página de Galeón.com

Comunicación Persuasiva

Argumentación- Blog sobre el texto argumentativo.

Falacias Lógicas - Página creada por la Sociedad para el Avance del Pensamiento Crítico.

Racionalismo - Página que incluye información relacionada con la argumentación, los tipos de juicios y grados de certeza.

Uso de la razón. El arte de razonar, persuadir, refutar - Programa integral de iniciación a la lógica. Incluye Diccionario de falacias. Página Web de Ricardo García Damborenea.

Comunicación Organizacional

Comunicación integral en las organizaciones - blog especializado en la investigación en: Comunicación organizacional, publicidad, relaciones públicas, mercadotecnia integral, administración, comunicación empresarial, institucional y del Tercer Sector. Blog administrado por la Dra. María Antonieta Rebeil Corella, Grupo de investigación de la comunicación integral en las organizaciones

Comunicación Organizacional.com - Comunicación para la credibilidad y competitividad personal y corporativa.

Comunicación Organizacional - Blog colaborativo enfocado a la Comunicación y sus diversas ramas. Elaborado por profesores y estudiantes de la Universidad Iberoamericana de la Ciudad de México.

Comunicación Organizacional, RP y Medios Sociales - Blog de Marta Lucía Gómez de Arango sobre comunicación, relaciones públicas en las organizaciones. medios sociales. Cuenta con bibliografía, documentos (Historia de la comunicación en las organizaciones,) Directorio de blogs y herramientas.

Jorge Aguilera - Blog colombiano sobre comunicación organizacional.

Organiza - Portal mexicano de Comunicación organizacional y recursos humanos.

Protocolo

Comunicación Global, Imagen y Protocolo – Blog de Luis Fernando Ramos Fernández sobre comunicación corporativa, comunicación institucional y protocolo corporativo.

Cuestión de Protocolo - Blog de Blanca Otamendi Ozores sobre protocolo social.

Evento y Gestión - Blog sobre protocolo empresarial. Social e institucional.

Noticias Protocolo - Blog de actualidad sobre protocolo y organización de eventos. Cuenta con espacios en las redes sociales Facebook y Twitter.

Protocolo.org - Blog sobre Protocolo y Etiqueta. Cuenta con espacios en las redes sociales Facebook y Twitter.

Protocolo Municipal - Blog que Pretende ser un canal de colaboración entre profesionales del mundo del protocolo, la comunicación y las relaciones públicas y los profesionales de instituciones municipales.

Protocolo y Comunicación - Blog sobre protocolo y comunicación.

Red Protocolo.com - Blog de la red de protocolo. Incluye artículos y una recopilación de blogs sobre protocolo. Cuenta con una página en la red social Facebook.

Todo es comunicación - Blog de Olga Casal sobre protocolo. Organización de eventos e imagen personal.

Protocolo, Imagen y Comunicación - Visión del Protocolo como herramienta persuasiva de Marketing y Comunicación Empresarial y Política.

Comunicación de crisis

Empresas y personas – Blog de Gestión empresarial, Recursos humanos, Comunicación, Marketing.

La comunicación en crisis corporativas y tiempos de recesión – Blog experto del Grupo de Reputación Corporativa.

Wikis sobre Comunicación

Comuniwiki - Primera Wiki especializada en el sector de la Comunicación y el Marketing, cuyo objetivo es recopilar la mayor cantidad de información relativa a profesionales, agencias, medios y organizaciones sectoriales.

e-konsulta - Wiki dirigida o todas aquellas empresas que quieran ampliar sus conocimientos en todo lo relacionado con las **tecnologías de la información y las comunicaciones**.

La Comunicación – Wiki de RET (Relaciones en el Entorno del Trabajo) de Lourdes Barroso. Incluye Aspectos generales, Procesos de comunicación, Comunicación en la Empresa.

Social Media Wiki – Wiki de ejemplos sobre el uso corporativo de los Social Media (redes sociales).

Wiki Reputación Corporativa – Wiki de la disciplina profesional especializada en optimizar el **conocimiento y valoración de una organización** mediante la **gestión de sus interacciones informativas** con los **interlocutores** de su entorno.

WikisF.com – Sistema de enciclopedias de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla, España. Este wiki es herramienta en línea creada por el Servicio de Medios e Innovación Docente para el establecimiento de enciclopedias y contextopedias colaborativas en torno a la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.

Wikhris- Las Wikis como herramienta colaborativa en el mundo empresarial y educativo – Wiki que incluye E-commerce y una lista de referencias.

¹ Catedrática, Departamento de Comunicación Empresarial
Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras
ilia.lopez1@upr.edu, ieclopez@yahoo.com

² Se incluye como Apéndice.