

# Comunicación organizacional: análisis de las tendencias de su investigación mediante indicadores de producción en Scopus

## *Organizational communication: Analysis of research trends through production indicators in Scopus*

Pablo César Cadenas Calderón<sup>1,\*</sup>, Luis Alberto Baldeos Ardían<sup>1</sup>,  
Hemerson Rostay Paredes Jiménez<sup>1</sup>, Jorge Luis Junco Romero<sup>1</sup>,  
Carmen Luz Berrios Vega<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Universidad Nacional José Faustino Sánchez Carrión, Perú.

\* Autor correspondiente

Email: pcadenas@unjfsc.edu.pe. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7488-967X>.

### RESUMEN

**Objetivo.** El estudio aborda la investigación concerniente a la comunicación institucional, examinando su presencia en la base de datos Scopus. En este sentido, se describe y analiza la actividad científica registrada en dicha base de datos, identificando las principales tendencias y patrones que definen su contribución al campo.

**Diseño/Metodología/Enfoque.** El procedimiento metodológico, fundamentado en un enfoque cuantitativo, implica la recuperación de la literatura pertinente almacenada en la base de datos Scopus. No se establece un marco temporal definido, sino que se procede a la extracción de toda la información científica relacionada con el concepto de comunicación institucional. Se implementa una metodología y técnicas bibliométricas para el procesamiento y cálculo de indicadores que reflejen las características principales de la investigación en este ámbito.

**Resultados/Discusión.** La evolución de la producción científica ha experimentado un incremento notable y progresivo a lo largo del tiempo. A pesar de la contribución de numerosos autores, el autor que más produce en todo el período no supera los 26 artículos. El estudio aborda temáticas de la comunicación organizacional desde diversas perspectivas, incluyendo la Constitución Comunicativa de las Organizaciones, la Ventriloquia y Agencia Distribuida, la Comunicación y el Poder en las Organizaciones, la Cultura Organizacional y las Narrativas, la Tecnología y la Comunicación Digital, y la Comunicación y el Cambio. Asimismo, se incluyen temáticas como la comunicación organizacional en contextos globales y transculturales, la ética y la comunicación organizacional, la comunicación y las emociones en el trabajo, la comunicación en sectores específicos y la comunicación y sostenibilidad.

**Recibido:** 12-12-2024. **Aceptado:** 21-03-2025. **Publicado:** 11-03-2025 .

**Cómo citar:** Calderón, P. C. C., Ardían, L. A. B., Jiménez, H. R. P., Romero, J. L. J., & Vega, C. L. B. (2025). Comunicación organizacional: análisis de las tendencias de su investigación mediante indicadores de producción en Scopus. *Iberoamerican Journal of Science Measurement and Communication*; 5(X), 1-12. DOI: 10.47909/ijsmc.177

**Copyright:** © 2025 The author(s). This is an open access article distributed under the terms of the CC BY-NC 4.0 license which permits copying and redistributing the material in any medium or format, adapting, transforming, and building upon the material as long as the license terms are followed.

**Conclusiones.** El estudio en cuestión ofrece una perspectiva integral sobre la adaptación de la comunicación organizacional a los cambios tecnológicos, sociales y económicos. Esta adaptación se aborda desde una perspectiva bibliométrica y mediante un exhaustivo análisis de la literatura registrada en Scopus. A modo ilustrativo, cabe señalar que temas como la ciberseguridad, el análisis de sentimientos, el teletrabajo y el uso de las redes sociales están adquiriendo una relevancia creciente en la literatura científica, lo que refleja las necesidades actuales de las organizaciones.

**Palabras clave:** organizational communication; bibliometric study; research trends; authorship patterns; thematic analysis.

## ABSTRACT

**Objective.** This study investigates institutional communication research, focusing on its representation in the Scopus database. It outlines and analyzes the scientific activities recorded in this database, identifying key trends and patterns that characterize its contribution to the field.

**Design/Methodology/Approach.** The methodological procedure, grounded in a quantitative approach, entails the retrieval of relevant literature stored in the Scopus database. While a specific time frame is not established, we proceed with the extraction of all scientific information related to the concept of institutional communication. A bibliometric methodology and various techniques are employed for the processing and calculation of indicators that reflect the main characteristics of research in this field.

**Results/Discussion.** The evolution of scientific production has experienced a notable and progressive increase over time. Despite the contributions of numerous authors, the author with the highest output during the entire period has not exceeded 26 articles. This study addresses organizational communication issues from various perspectives, including the Communicative Constitution of Organizations, Ventriloquism and Distributed Agency, Communication and Power in Organizations, Organizational Culture and Narratives, Technology and Digital Communication, and Communication and Change. It also covers topics such as organizational communication in global and cross-cultural contexts, ethics in organizational communication, communication and emotions in the workplace, communication in specific sectors, and communication and sustainability.

**Conclusions.** The study in question provides a comprehensive perspective on how organizational communication adapts to technological, social, and economic changes. This adaptation is examined from a bibliometric viewpoint and through a thorough analysis of the literature indexed in Scopus. For example, it is important to note that topics such as cybersecurity, sentiment analysis, teleworking, and the use of social networks are becoming increasingly significant in scientific literature, reflecting the current needs of organizations.

**Keywords:** organizational communication; bibliometric study; research trends; authorship patterns; thematic analysis.

## 1. INTRODUCCIÓN

LA COMUNICACIÓN institucional constituye un ámbito estratégico que aborda la gestión de la imagen, la identidad y las relaciones de una organización con sus públicos internos y externos. De acuerdo con Capriotti (2013), la comunicación institucional se define como el proceso mediante el cual una organización transmite información, ideas y valores a sus diversos públicos, con el propósito de construir, consolidar o potenciar su imagen y reputación. Este tipo de comunicación no solo busca informar, sino también generar confianza y legitimidad ante la sociedad.

De acuerdo con Zerfass *et al.* (2020), la comunicación institucional constituye un proceso holístico que articula la gestión de la identidad corporativa, la planificación estratégica de la comunicación y el vínculo con los grupos de interés, con el propósito de alcanzar las metas organizacionales. Este enfoque subraya la relevancia de alinear la comunicación con los valores y la misión de la organización, especialmente en un entorno digital y globalizado. En el contexto actual, donde las organizaciones operan en entornos altamente competitivos y mediáticos, la comunicación institucional se ha convertido en una herramienta esencial para la

gestión estratégica. Según lo expuesto por Costa (2012), la comunicación ha dejado de ser un aspecto secundario para convertirse en un recurso esencial que garantiza la supervivencia y el éxito de las organizaciones. En consecuencia, se evidencia la necesidad imperante de que las instituciones planifiquen y ejecuten acciones comunicativas que no solo refuercen su identidad corporativa, sino que también fomenten relaciones positivas y constructivas con sus partes interesadas.

En el contexto contemporáneo, marcado por la predominancia de la era digital, la comunicación institucional ha experimentado una notable evolución, adaptándose a las cambiantes dinámicas de la interacción social. Según lo expuesto por Valentini (2021), la proliferación de las redes sociales y las plataformas digitales ha ocasionado una transformación significativa en la forma en que las organizaciones interactúan con sus audiencias, estableciendo nuevos imperativos en términos de transparencia, celeridad y autenticidad en la comunicación. En consecuencia, las instituciones se ven en la necesidad imperante de adoptar estrategias multicanal y hacer uso de herramientas digitales para la gestión de su reputación y la construcción de relaciones sólidas con sus audiencias. Uno de los pilares fundamentales en el ámbito de la comunicación institucional es la construcción de una identidad corporativa coherente y consistente. Van Riel (1995) describe la identidad corporativa como el conjunto de rasgos distintivos que confieren singularidad a una organización y la diferencian de las demás. Esta identidad se manifiesta a través de diversos canales, como la comunicación visual, verbal y comportamental, y debe estar alineada con los valores y la misión de la organización.

Uno de los aspectos fundamentales de la comunicación institucional radica en la gestión de la reputación corporativa. De acuerdo con Einwiller *et al.* (2022), la reputación constituye un recurso intangible que se construye mediante la congruencia entre los mensajes comunicados por una organización y las acciones llevadas a cabo por esta. En este sentido, la comunicación institucional no se limita a la transmisión de información, sino que también busca generar confianza y credibilidad entre los actores relevantes. Asimismo, se destaca el papel crucial que desempeña la comunicación institucional en la gestión de crisis.

Fearn-Banks (2017) expone que una crisis es una situación que, de no gestionarse adecuadamente, puede ocasionar un impacto negativo en la reputación de una organización. En tales circunstancias, la comunicación efectiva y transparente se erige como un componente esencial para mitigar los efectos adversos y restaurar la confianza del público. Por otra parte, Coombs (2021) sostiene que, en contextos de crisis, una comunicación eficaz y oportuna resulta esencial para mitigar el impacto negativo en la reputación y recuperar la confianza del público. Esto requiere la implementación de planes de contingencia bien estructurados y una capacidad de respuesta rápida y transparente.

## 2. LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL EN CONTEXTOS DESAFIANTES

En los últimos años, la comunicación organizacional ha adquirido una relevancia particular en diversos contextos desafiantes, tales como la pandemia del Covid-19 y la transformación digital. Asimismo, se ha observado un incremento en la demanda de inclusión y diversidad en los entornos laborales. Los artículos revisados en este estudio ofrecen una visión integral de cómo las organizaciones han adaptado sus estrategias de comunicación para enfrentar estos desafíos, destacando la importancia de la transparencia, la adaptabilidad y la gestión del conocimiento.

En el periodo de la pandemia, Ahillan *et al.* (2023) examinaron cómo el Covid-19 afectó a la población sin hogar, identificando una mayor prevalencia del virus en dicho grupo y una significativa vacilación hacia la vacunación. Este estudio subraya la necesidad de políticas públicas y estrategias de comunicación específicas para abordar las necesidades de poblaciones vulnerables. Por otra parte, Battams y Martini (2024) analizaron el impacto del Covid-19 en el personal de residencias de la tercera edad, con especial atención a los trabajadores de diversos orígenes culturales y lingüísticos. Los resultados de este estudio revelaron desafíos como la sobrecarga laboral y la falta de recursos, lo que subraya la importancia de implementar estrategias de comunicación culturalmente sensibles y proporcionar apoyo adecuado a dichos trabajadores.

En el ámbito de la comunicación organizacional y la tecnología, Browning *et al.* (2022) desarrollaron una teoría fundamentada sobre la adaptación de las estrategias de comunicación y tecnología por parte de las organizaciones durante la pandemia. Mediante el uso de etnografías, los autores evidenciaron que la flexibilidad y la innovación en la comunicación resultaron fundamentales para mantener la operatividad y la moral del personal. De manera complementaria, Cidade y Oliveira (2024) exploraron la interacción entre la comunicación organizacional y la gestión del conocimiento, concluyendo que una comunicación efectiva facilita la transferencia y creación de conocimiento, lo que es esencial para la resiliencia organizacional.

En la literatura científica reciente, la cultura organizacional y el comportamiento en el trabajo se han convertido en ejes fundamentales de análisis. Diversos estudios, como los de Bujang *et al.* (2024), han identificado que factores como el liderazgo y la ética ejercen una influencia significativa en el comportamiento laboral. Por su parte, los trabajos de Freedman *et al.* (2024) han puesto de manifiesto los efectos negativos de la incivildad en el ámbito hospitalario, tanto en la cultura de seguridad como en la calidad de la atención al paciente. En síntesis, ambos estudios subrayan la importancia de promover entornos laborales positivos y comunicativos.

En lo que respecta a la inclusión y diversidad, Wilhoit Larson *et al.* (2022) formularon una propuesta de agenda de investigación cuyo propósito era explorar de qué manera la comunicación organizacional puede fomentar la inclusión. Por otro lado, Lambertz-Berndt (2024) abogó por un enfoque más equitativo en las previsiones realistas del trabajo, sugiriendo que el lenguaje utilizado debe ser inclusivo y culturalmente sensible. Estos trabajos subrayan la relevancia de adaptar las prácticas comunicativas para fomentar la diversidad y la equidad.

En el campo de la salud pública, diversos autores han explorado la relevancia de la comunicación en la integración de sistemas sanitarios y la utilización de redes sociales para optimizar la calidad de los servicios (Neill *et al.*, 2023; Walsh *et al.*, 2022). Estos estudios convergen en la importancia de una comunicación efectiva y la participación de los actores relevantes para lograr mejoras significativas en el ámbito de la salud pública.

En resumen, la literatura reciente pone de manifiesto que la comunicación organizacional constituye un pilar esencial para hacer frente a los desafíos contemporáneos, abarcando desde crisis sanitarias hasta la transformación digital y la inclusión. Las organizaciones que otorgan prioridad a una comunicación transparente, inclusiva y adaptativa se hallan en una posición privilegiada para edificar resiliencia y éxito a largo plazo. En virtud de la relevancia que posee para la gestión organizacional una comunicación institucional efectiva, se ha llevado a cabo un análisis bibliométrico de la temática en la base de datos Scopus.

### 3. METODOLOGÍA

En el presente estudio se aborda el análisis de la investigación publicada sobre comunicación institucional en la base de datos Scopus. Se destaca la coincidencia entre la población y la muestra, dado que se obtuvo la totalidad de los documentos registrados en dicha base de datos. Las investigaciones sobre comunicación organizacional datan de 1966. Hasta el año 2024 se recuperaron un total de 3290 trabajos, distribuidos en 1466 publicaciones, que incluyen artículos de revista, artículos de revisión, capítulos de libros, ponencias de eventos y revisiones presentadas en eventos.

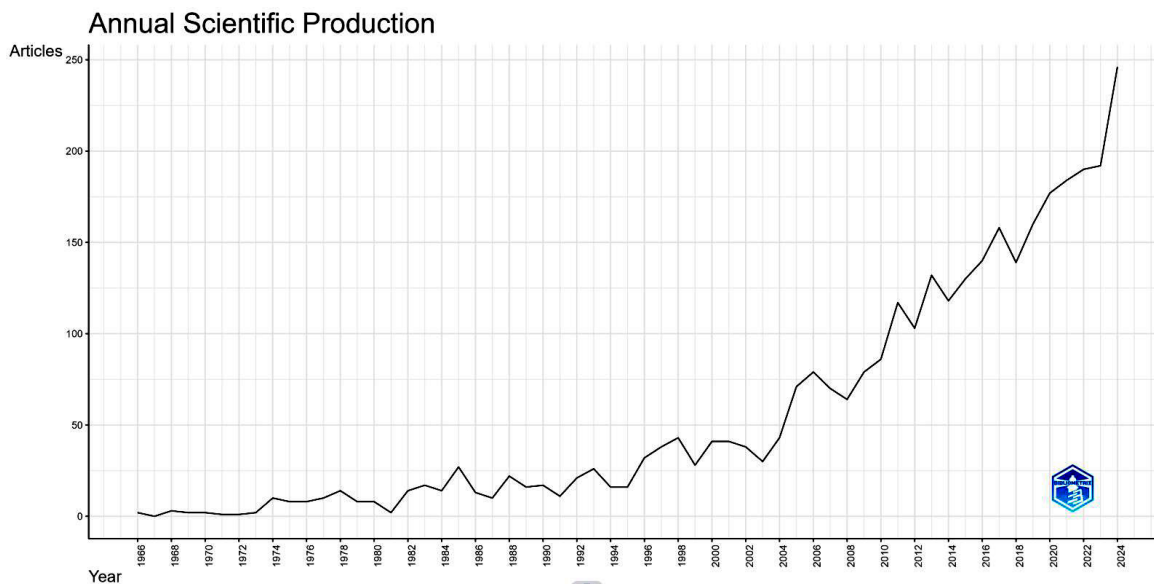
Al utilizar Scopus como fuente de información se utiliza el código de búsqueda ajustado a la recuperación de una temática, en este caso la comunicación organizacional. La recuperación de los registros se realizó mediante la ecuación: *TITLE-ABS-KEY (“organizational communication”) OR TITLE-ABS-KEY (“organisational communication”)* AND *PUBYEAR > 1965 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (DOCTYPE, “ar”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE, “cp”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE, “ch”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE, “re”) OR LIMIT-TO (DOCTYPE, “cr”)*. Se obtuvieron los ficheros CSV y RIS para el trabajo con herramientas tecnológicas que abiertas como Bibliometrix y Vosviewer.

Para la presente investigación, se examinaron indicadores fundamentales para caracterizar la literatura publicada y las representaciones de mapas y redes, que facilitaron la evaluación de los niveles de colaboración de instituciones y países en el ámbito de la investigación sobre comunicación organizacional y sus principales tendencias temáticas.

#### 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La investigación sobre comunicación organizacional en Scopus, un reconocido indexador de literatura científica, está registrada desde 1966. Los datos generales de la literatura publicada se obtuvieron mediante la herramienta Bibliometrix, que informa que el crecimiento anual de la producción científica es de 8,65 %. Además, la citación recibida como promedio es alta, al obtenerse 20,5 citas por documento. Otro elemento de interés para la comunidad científica es la longevidad de la literatura, ya que los

documentos envejecen aproximadamente a los 13 años de su publicación. Los resultados publicados muestran un incremento sostenido a lo largo de los años, lo que indica el crecimiento de la literatura (Figura 1). Este fenómeno ocurre principalmente a partir del año 2004. Puede afirmarse que, como regularidad, el crecimiento de la literatura sobre este tema se mantuvo con un crecimiento sistemático y discreto hasta los inicios de los años 2000, donde comienza a manifestarse un mayor crecimiento y, con ello, un mayor desarrollo de la temática en la literatura científica.



**Figura 1.** Productividad científica sobre comunicación organizacional en Scopus (1996-2024).

En lo que respecta a la autoría, se observa la presencia de diversas características. A pesar de que se registraron 6196 autores en el período completo, no se identificaron grandes productores en el ámbito de la comunicación organizacional. En su lugar, los autores que exhiben una mayor productividad publican un total de 26 trabajos (tabla 1). Mientras que los artículos de Buzzanell y sus colaboradores abarcan una amplia gama de temas relacionados con la comunicación organizacional, el género, el trabajo significativo y la identidad en diversos contextos culturales y laborales. Desde el análisis del trabajo significativo y las vocaciones en empleados brasileños (Barreto *et al.*, 2023) hasta las tensiones y promesas de las carreras profesionales (Berkelaar & Buzzanell, 2015),

estos estudios exploran cómo las personas construyen significados en sus trabajos y cómo las dinámicas organizacionales influyen en sus identidades.

En el ámbito de la comunicación organizacional, se han explorado temas relacionados con el género y el feminismo (Buzzanell, 1994, 2021). Asimismo, se ha investigado la intersección entre el trabajo, la familia y la paternidad (Duckworth & Buzzanell, 2009). Asimismo, se exploran las narrativas de niños chinos sobre el trabajo sucio (Berkelaar *et al.*, 2012) y las vivencias de trabajadores chinos de la generación Post-80 (Long *et al.*, 2016, 2021). Otras investigaciones abordan temas como la sostenibilidad ambiental en ONG brasileñas (Marchiori & Buzzanell,

2017), la diversidad en entornos educativos (Martínez *et al.*, 2018) y la adaptación al trabajo remoto durante la pandemia (Vomacka & Buzzanell, 2024). En conjunto, estos estudios

reflejan una preocupación por la justicia social, la equidad de género y la construcción de significados en contextos laborales y organizacionales diversos y cambiantes.

<b>Autores</b>	<b># de documentos</b>	<b>% de 3290</b>	<b>Afiliación</b>
BUZZANELL PM	26	0.79	Universidad Estatal de Michigan, EEUU
COOREN F	26	0.79	Universidad de Montreal, Canadá
TRACY SJ	17	0.52	Universidad Estatal de Arizona, EEUU
BISEL RS	15	0.46	Universidad de Oklahoma, EEUU
SCHOENEBORN D	12	0.36	Escuela de Negocios de Copenhague, Dinamarca
SCOTT CR	12	0.36	La Universidad de Texas, EEUU
STEPHENS KK	12	0.36	La Universidad de Texas, EEUU
STOHL C	12	0.36	Universidad de California, EEUU
TREEM JW	12	0.36	La Universidad de Texas, EEUU
BRUMMANS BHJM	11	0.33	Universidad de Montreal, Canadá
<b>Total de documentos</b>	<b>3290</b>	<b>100.00</b>	

François Cooren y colaboradores abordan la investigación de la comunicación organizacional desde una perspectiva que enfatiza la constitución comunicativa de las organizaciones (CCO, por sus siglas en inglés). En este sentido, se explora cómo las interacciones, los discursos y las prácticas comunicativas dan forma y mantienen las organizaciones. Su metodología se centra en conceptos como la ventriloquia (la forma en que los actores humanos y no humanos «hablan» a través de otros), la materialidad (el papel de los objetos y artefactos en la comunicación) y la co-productividad (la manera en que múltiples voces y agentes contribuyen a la creación de significado). En su investigación, Cooren y sus colegas examinan la manera en que las organizaciones se construyen y transforman a través de la comunicación, analizando casos concretos como organizaciones humanitarias (Médicos Sin Fronteras), partidos políticos y estrategias organizacionales. Asimismo, exploran temas como la cultura organizacional (entendida como un proceso de cultivo comunicativo), la identificación organizacional y la integración de individuos en situaciones límite. Su enfoque interdisciplinario vincula la comunicación organizacional con teorías provenientes de la sociología, la filosofía y los estudios de medios, enfatizando la relevancia de las tensiones, los discursos y las prácticas en la conformación de las dinámicas organizacionales. En suma, Cooren y su equipo se centran

en la comprensión de cómo la comunicación no solo refleja, sino que constituye las organizaciones, abordando cuestiones teóricas y metodológicas que desafían las visiones tradicionales de la gestión y la comunicación.

En el ámbito de la investigación en comunicación organizacional en la Universidad de Texas, se observa una diversidad temática que abarca desde teorías fundamentales, tales como la Constitución Comunicativa de las Organizaciones (CCO) y la ventriloquia, hasta aplicaciones prácticas en áreas como la tecnología, el género, la sostenibilidad y la globalización. Esta amplia gama de intereses de investigación refleja la riqueza y el impacto de las contribuciones al campo. Los académicos de la Universidad de Texas investigan una amplia gama de temas en comunicación organizacional, destacándose por su contribución a la Constitución Comunicativa de las Organizaciones (CCO), que explora cómo las organizaciones se forman y transforman a través de prácticas comunicativas. También estudian la ventriloquia y la agencia distribuida, analizando cómo actores humanos y no humanos (como tecnologías y documentos) influyen en las dinámicas organizacionales. Asimismo, se abordan temáticas fundamentales como el poder y la resistencia en las organizaciones, la cultura organizacional y las narrativas, el impacto de la tecnología y la comunicación digital, y los procesos de cambio organizacional. Se analizan cuestiones de

género, diversidad e inclusión, ética, emociones en el trabajo y comunicación en contextos globales y transculturales. La investigación se centra en sectores específicos como salud, educación y ONG, así como en la comunicación de sostenibilidad y responsabilidad social. En conjunto, estos temas reflejan un enfoque interdisciplinario y aplicado que combina teoría y práctica para entender y mejorar la comunicación en las organizaciones.

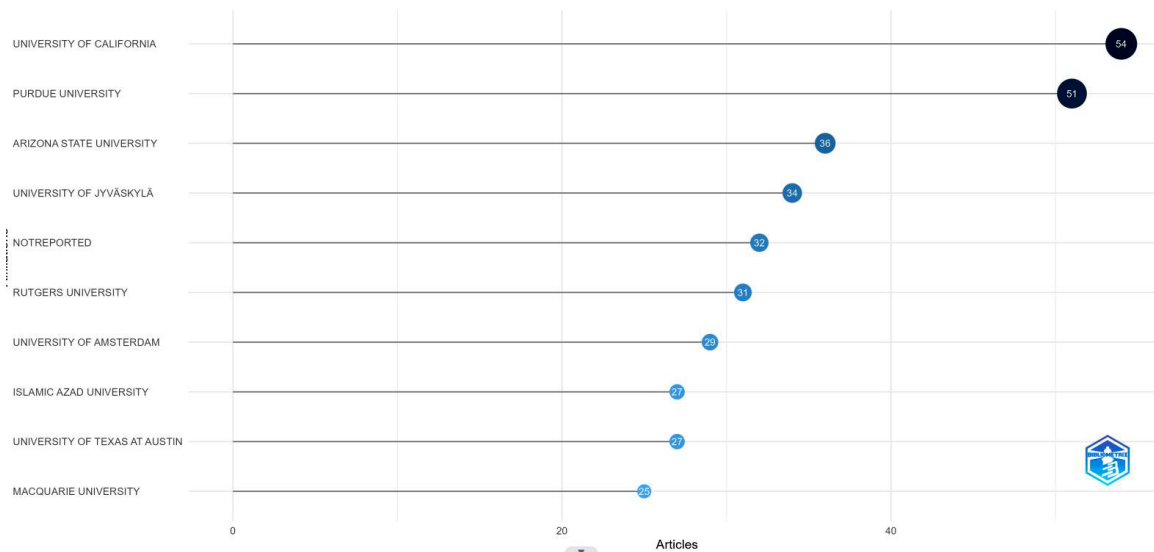
El presente estudio examina la distribución de Lotka (Tabla 2) como un enfoque analítico para ilustrar el fenómeno de la productividad de los autores. Se observa que la baja especialización o, en contraste, la alta transitoriedad de los autores se manifiesta en el alto porcentaje de autores que publican únicamente un documento (5436), lo que representa el 88 %.

En contraste con el anterior análisis, las instituciones de mayor productividad exhiben una dinámica distinta (Figura 2). Si bien las universidades de California y Arizona ocupan las primeras posiciones, la Universidad de Purdue en

Indiana, así como otras instituciones ubicadas en Finlandia, Holanda, Irán y Australia, también destacan en el ámbito académico.

Número de documentos	Número de autores
1	5436
2	491
3	126
4	49
5	38
6	21
7	12
8	5
9	2
10	4
11	3
12	5
15	1
17	1
26	2

**Tabla 2.** Productividad de autores según la distribución de Lotka.

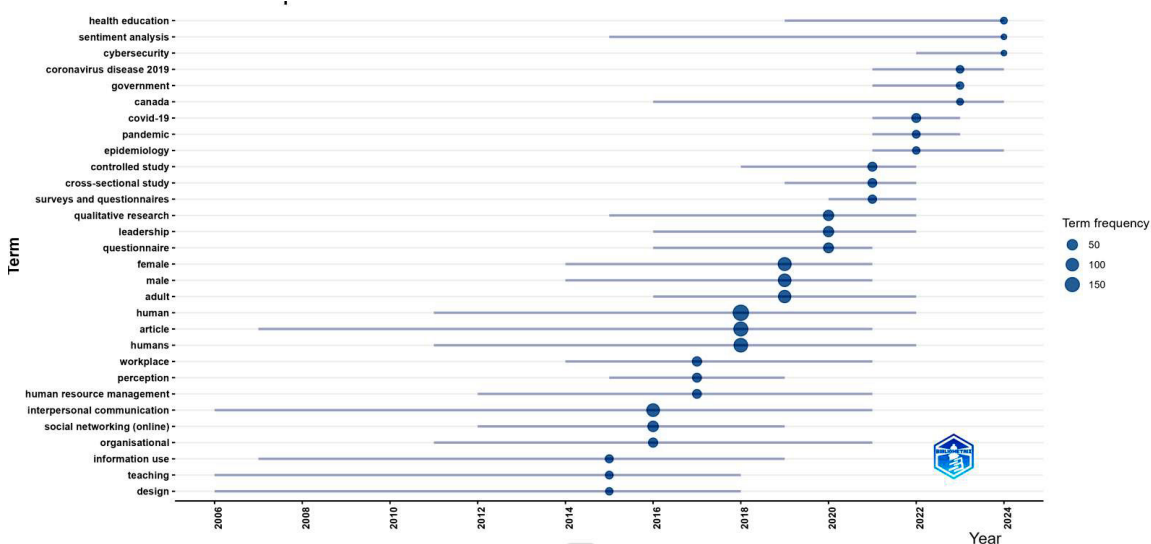


**Figura 2.** Instituciones más representativas (1996-2004).

Como se evidencia en la figura 3, las tendencias de investigación más recientes se centran en temáticas relativas a la salud educacional. En este sentido, los artículos más recientes abordan tópicos fundamentales, tales como el impacto de la pandemia en la esfera de la salud y la educación. En este contexto, se subraya la relevancia de la comunicación organizacional en diversos contextos de salud y educación,

enfaticando su impacto en el bienestar laboral, la calidad de la atención y la eficiencia en la gestión de crisis.

En los trabajos recientes publicados se abordan diversos aspectos de la comunicación organizacional en el ámbito de la salud, destacando su impacto en la eficiencia, el bienestar y la calidad de los servicios (Andargie *et al.*, 2024). Asimismo, Andargie *et al.* (2024) exploran las



**Figura 3.** Temáticas en tendencia en los últimos 10 años sobre comunicación organizacional en Scopus.

prácticas de liderazgo en atención primaria en Etiopía, identificando factores clave que influyen en la gestión efectiva de los servicios de salud. Por su parte, Darcho *et al.* (2024) analizan las habilidades de comunicación organizacional entre proveedores de salud en Etiopía, subrayando la importancia de una comunicación clara y efectiva para mejorar la calidad del cuidado. Por su parte, Fullaondo *et al.* (2024) examinan cómo la pandemia del Covid-19 impulsó transformaciones en los sistemas de salud en el País Vasco, destacando la necesidad de adaptar la comunicación y la organización para hacer frente a crisis sanitarias (Fullaondo *et al.*, 2024). Estos estudios resaltan la relevancia de la comunicación interna y externa en la optimización de los servicios de salud (Darcho *et al.*, 2024).

En el ámbito de la comunicación y el bienestar, diversos artículos abordan desafíos específicos en este campo. Hernández-Torres *et al.* (2024) investigan las dificultades en la comunicación entre profesores y estudiantes durante las residencias médicas, mientras que Ihm *et al.* (2024) exploran cómo el teletrabajo afecta el bienestar de los empleados, revelando brechas digitales que influyen en la satisfacción laboral. Sokol-Hessner *et al.* (2024) examinan el impacto emocional prolongado en pacientes afectados por errores médicos, relacionándolo con la calidad de la comunicación organizacional. Finalmente, estudios como los de Lucas *et*

*al.* (2024) y Ye *et al.* (2024) examinan el uso de las redes sociales y la comunicación en salud integrada, respectivamente, destacando su potencial para mejorar el acceso y la eficiencia en la atención médica. En conjunto, estos trabajos enfatizan la necesidad imperante de estrategias de comunicación efectivas y adaptativas en el sector salud para promover un mejor desempeño organizacional y bienestar tanto de profesionales como de pacientes.

El análisis de sentimientos constituye un tópico en auge en el ámbito de la comunicación organizacional (figura 3). Los artículos recopilados abordan este fenómeno desde múltiples perspectivas, subrayando su importancia para la comprensión de las dinámicas sociales, culturales y laborales. Fantinelli y Sivilli (2015) implementan metodologías de inteligencia de código abierto para el análisis de la comunicación organizacional, destacando cómo el análisis de sentimientos puede revelar patrones emocionales y optimizar la toma de decisiones. Por su parte, McGuire y Kampf (2015) exploran el uso del análisis de sentimientos en redes sociales como una habilidad emergente para los comunicadores técnicos, permitiendo una mejor comprensión de las percepciones y emociones de las audiencias. Obembe *et al.* (2021) examinan el impacto de la comunicación en redes sociales durante la pandemia de la enfermedad por el virus del Covid-19 en el sector turístico, evidenciando cómo el análisis de sentimientos



puede identificar tendencias emocionales y orientar tácticas de comunicación eficaces. Estos estudios ponen de manifiesto la utilidad del análisis de sentimientos para mejorar la comprensión de las interacciones y emociones en contextos organizacionales.

Otras investigaciones se han centrado en aspectos teóricos y técnicos del análisis de sentimientos, como en el estudio de Dinh *et al.* (2022), que proponen mejoras en la teoría del equilibrio estructural para el análisis de redes sociales, lo que permite una interpretación más precisa de las dinámicas emocionales en grupos. Por otra parte, Hofstede (1998) examina cómo las actitudes y valores culturales influyen en la comunicación organizacional, proporcionando un marco para entender las diferencias emocionales en contextos multiculturales. Asimismo, Shukla *et al.* (2024) utilizan técnicas de aprendizaje profundo para analizar y mejorar la comunicación en el lugar de trabajo, destacando el potencial de la inteligencia artificial para identificar y gestionar emociones en entornos laborales. Finalmente, Xue *et al.* (2024) presentan una tipología del uso de las redes sociales por organizaciones sin ánimo de lucro, enfatizando cómo el análisis de sentimientos puede optimizar la comunicación y el compromiso con las audiencias. En conjunto, estos artículos evidencian la importancia del análisis de sentimientos como herramienta clave para entender y mejorar la comunicación organizacional en diversos contextos.

En la literatura científica sobre comunicación, la ciberseguridad emerge como un tema de interés reciente. Este campo se centra en la relevancia de salvaguardar la información y preservar la confianza de los stakeholders o beneficiarios, enfatizando la necesidad de estrategias integrales para mitigar los riesgos cibernéticos. En este contexto, Cram *et al.* (2024) examinan la gestión de la comunicación corporativa en situaciones de crisis, específicamente en el caso de ataques de *ransomware*, analizando si las organizaciones optan por ocultar o divulgar información a las partes interesadas. Este estudio subraya la tensión entre la transparencia y la protección de la reputación en situaciones de crisis. Por otro lado, Gaidarski y Chehlarova (2024) exploran enfoques de gestión y áreas de aplicación de la seguridad de la información en organizaciones, enfatizando la

necesidad de estrategias integrales para mitigar riesgos cibernéticos. Hytönen *et al.* (2022) realizan una revisión sistemática de la literatura sobre los impactos sociales de la ciberseguridad, destacando cómo los desafíos cibernéticos afectan no solo a las organizaciones, sino también a la sociedad en general. Estos trabajos resaltan la importancia de una comunicación efectiva y estrategias proactivas para enfrentar las amenazas cibernéticas. En conjunto, estos estudios evidencian la necesidad de combinar enfoques técnicos, comunicativos y organizacionales para fortalecer la ciberseguridad y proteger los activos digitales en un mundo cada vez más interconectado.

## 5. CONCLUSIONES

Un análisis bibliométrico sobre comunicación organizacional resulta esencial para comprender la evolución, tendencias y áreas de oportunidad en este campo interdisciplinario. Este tipo de análisis posibilita la identificación de los autores, instituciones y publicaciones más influyentes, así como los temas emergentes que están configurando el futuro de la comunicación en las organizaciones. Además, al cuantificar y analizar la producción científica, se pueden detectar vacíos en la investigación y priorizar áreas que requieren mayor atención, como la comunicación en entornos digitales, la gestión de crisis o la influencia de la cultura organizacional en la eficacia comunicativa. En un mundo donde la comunicación es clave para el éxito organizacional, un estudio bibliométrico proporciona una base sólida para orientar futuras investigaciones y prácticas profesionales.

En segundo lugar, este tipo de estudio también ofrece una visión global de cómo la comunicación organizacional se adapta a los cambios tecnológicos, sociales y económicos. Por ejemplo, temas como la ciberseguridad, el análisis de sentimientos, el teletrabajo y el uso de redes sociales están adquiriendo relevancia en la literatura científica, lo que refleja las necesidades actuales de las organizaciones. Un análisis bibliométrico, por tanto, no solo ayuda a sintetizar el conocimiento existente, sino que también fomenta la innovación al conectar ideas dispersas y promover la colaboración entre disciplinas. En conclusión, un estudio bibliométrico sobre comunicación organizacional no solo es

una herramienta académica valiosa, sino también un recurso estratégico para mejorar la eficacia y resiliencia de las organizaciones en un entorno cada vez más complejo y dinámico.

### Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses.

### Declaración de contribución

Conceptualización, redacción del borrador original, revisión y edición: Luis Alberto Baldeos Ardían, Jorge Luis Junco Romero

Análisis formal, curación de datos, validación: Pablo César Cadenas Calderón, Carmen Luz Berrios Vega.

Metodología, software: Hemerson Rostay Paredes Jiménez.

### Declaración de consentimiento de datos

Los datos generados durante el desarrollo de este estudio se han incluido en el manuscrito. ●

## REFERENCIAS

- AHILLAN, T., EMMERSON, M., SWIFT, B., GOLAMGOUSE, H., SONG, K., ROXAS, A., ... SULTAN, B. (2023). COVID-19 in the homeless population: A scoping review and meta-analysis examining differences in prevalence, presentation, vaccine hesitancy and government response in the first year of the pandemic. *BMC Infectious Diseases*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12879-023-08037-x>
- ANDARGIE, E. M., NEGASH, W. D., GETO, A. K., & ATNAFU, A. (2024). Healthcare leadership practice and associated factors among primary healthcare managers in East Gojam Zone, Northwest Ethiopia: A mixed method study. *BMC Health Services Research*, 24 (1). <https://doi.org/10.1186/s12913-024-11712-7>
- BATTAMS, S., & MARTINI, A. (2024). Impact of COVID-19 on the Residential Aged Care Workforce, and Workers From Culturally and Linguistically Diverse Backgrounds: A Rapid Literature Review. *Ageing International*, 49(4), 836-871. <https://doi.org/10.1007/s12126-023-09546-5>
- BROWNING, L. D., SØRNES, J. O., & SVENKERUD, P. J. (2022). Review: A Grounded Theory of Organizational Communication and Technology (OCT) of COVID-19 Before Delta and the Vaccine. En *Organizational Communication and Technology in the Time of Coronavirus: Ethnographies from the First Year of the Pandemic* (pp. 395-419). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-94814-6\\_21](https://doi.org/10.1007/978-3-030-94814-6_21)
- CAPRIOTTI, P. (2013). *Planificación estratégica de la imagen corporativa*. Editorial Ariel.
- CIDADE, D. F., & OLIVEIRA, M. (2024). The interaction between organizational communication and knowledge management: A systematic literature review. *Knowledge and Process Management*, 31(2), 157-168. <https://doi.org/10.1002/kpm.1770>
- COOMBS, W. T. (2021). *Ongoing Crisis Communication: Planning, Managing, and Responding*. SAGE Publications.
- COSTA, J. (2012). *La comunicación en acción: Informe sobre la nueva cultura de la gestión*. Paidós.
- CRAM, W. A., CHAN, A., YUAN, J., & JOO, D. (2024). Conceal or Communicate? Organizational Notifications to Stakeholders Following Ransomware Attacks. *Proceedings of the Annual Hawaii International Conference on System Sciences*.
- DARCHO, S. D., AYELE, B. H., DEMENA, M., FIRDISA, D., SHAWEL, S., & BERHANU, A. (2024). Organizational Communication Skills and Its Associated Factors Among Healthcare Providers Working at Wolaita Sodo Health Facilities, Southern Ethiopia: A Cross-Sectional Study. *Risk Management and Healthcare Policy*, 17, 79-88. <https://doi.org/10.2147/RMHP.S445682>
- DINH, L., REZAPOUR, R., JIANG, L., & DIENER, J. (2022). Enhancing structural balance theory and measurement to analyze signed digraphs of real-world social networks. *Frontiers in Human Dynamics*, 4. <https://doi.org/10.3389/fhumd.2022.1028393>
- EINWILLER, S., RUPPEL, C., & SCHNAUBER, A. (2022). Reputation management in the digital age: A systematic review of recent literature. *Corporate Communications: An International Journal*, 27(1), 76-92. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-03-2021-0032>

- FANTINELLI, S., & SIVILLI, D. F. (2015). Open source intelligence's methodology applied to organizational communication. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 6(2), 233-239. <https://doi.org/10.5901/mjss.2015.v6n2p233>
- FEARN-BANKS, K. (2017). *Crisis Communications: A Casebook Approach*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315684857>
- FREEDMAN, B., LI, W. W., LIANG, Z., HARTIN, P., & BIEDERMANN, N. (2024). The prevalence of incivility in hospitals and the effects of incivility on patient safety culture and outcomes: A systematic review and meta-analysis. *Journal of Advanced Nursing*. <https://doi.org/10.1111/jan.16111>
- GAIDARSKI, I., & CHEHLAROVA, N. (2024). Management approaches and application areas of information security in organizations. Vide. *Tehnologija. Resursi - Environment, Technology, Resources*. <https://doi.org/10.17770/etr2024vol2.8062>
- HERNÁNDEZ-TORRES, I., PONS-ÁLVAREZ, O. N., ROMERO-HENRÍQUEZ, L. F., & LÓPEZ-ORTIZ, G. (2024). Challenges in teacher-student communication during family medicine residency: A qualitative study. *PLoS ONE*, 19(9). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0310455>
- HOFSTEDE, G. (1998). Attitudes, values and organizational culture: Disentangling the concepts. *Organization Studies*, 19(3), 477-492. <https://doi.org/10.1177/017084069801900305>
- HYTÖNEN, E., TRENT, A., & RUOSLAHTI, H. (2022). Societal Impacts of Cyber Security in Academic Literature: Systematic Literature Review. *European Conference on Information Warfare and Security, ECCWS*.
- IHM, J., KIM, Y., & LEE, C. J. (2024). Whom Does Remote Work Make Happy? The Digital Divide in Remote Workers' Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 27(8), 550-561. <https://doi.org/10.1089/cyber.2023.0744>
- LAMBERTZ-BERNDT, M. (2024). Reinventing the realistic job preview: A needed pivot toward equity-based language. *Communication Teacher*, 38(2), 111-118. <https://doi.org/10.1080/17404622.2024.2320806>
- LUCAS, B. D., LAMAI, O. M., SHALGAN, L. M., LAGUMA, J., & DEM, M. N. (2024). Assessing the Adoption and Use of Social Media for Health Practice among Healthcare Professionals in Jos, Plateau State, Nigeria. *Ianna Journal of Interdisciplinary Studies*, 6(2), 225-244. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12683314>
- MCGUIRE, M., & KAMPF, C. (2015). Using social media sentiment analysis to understand audiences: A new skill for technical communicators? *IEEE International Professional Communication Conference*. <https://doi.org/10.1109/IPCC.2015.7235801>
- NEILL, R., ZIA, N., ASHRAF, L., KHAN, Z., PRYOR, W., & BACHANI, A. M. (2023). Integration measurement and its applications in low- and middle-income country health systems: A scoping review. *BMC Public Health*, 23(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-023-16724-2>
- OBEMBE, D., KOLADE, O., OBEMBE, F., OWOSANI, A., & MAFIMISEBI, O. (2021). Covid-19 and the tourism industry: An early stage sentiment analysis of the impact of social media and stakeholder communication. *International Journal of Information Management Data Insights*, 1(2). <https://doi.org/10.1016/j.jjimei.2021.100040>
- SHUKLA, A., KHAIRE, R., NETI, M., & SINGH, B. (2024). Deep Learning for Workplace Communication Analysis and Improvement. *Proceedings - International Conference on Computing, Power, and Communication Technologies, IC2PCT 2024*. <https://doi.org/10.1109/IC2PCT60090.2024.10486770>
- SOKOL-HESSNER, L., DECHEN, T., FOLCARELLI, P., MCGAFFIGAN, P., STEVENS, J. P., THOMAS, E. J., & BELL, S. (2024). Associations Between Organizational Communication and Patients' Experience of Prolonged Emotional Impact Following Medical Errors. *Joint Commission Journal on Quality and Patient Safety*, 50(9), 620-629. <https://doi.org/10.1016/j.jcjq.2024.03.002>
- VALENTINI, C. (2021). Digital communication in the institutional context: Challenges and opportunities. *Journal of Communication Management*, 25(2), 44-59. <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2020-0096>
- VAN RIEL, C. B. M. (1995). *Principles of Corporate Communication*. Prentice Hall.
- WALSH, L., HYETT, N., JUNIPER, N., LI, C., & HILL, S. (2022). The experiences of stakeholders using social media as a tool for health service design and quality improvement: A scoping review. *International Journal of Environmental Research and Public*

- Health*, 19(22). <https://doi.org/10.3390/ijerph192214851>
- WILHOIT LARSON, E., LINABARY, J. R., & LONG, Z. (2022). Communicating inclusion: A review and research agenda on inclusion research in organizational communication. *Annals of the International Communication Association*, 46(2), 63-90. <https://doi.org/10.1080/23808985.2022.2069045>
- XUE, J., SHIER, M. L., CHEN, J., WANG, Y., ZHENG, C., & CHEN, C. (2024). A Typology of Social Media Use by Human Service Nonprofits: Mixed Methods Study. *Journal of Medical Internet Research*, 26. <https://doi.org/10.2196/51698>
- YE, R., ZOU, Y., YAN, J., LONG, J., LI, Y., DAN, G., ... WANG, Y. (2024). Association between health communication on integrated healthcare and primary healthcare visits among rehabilitation outpatients: A multicenter cross-sectional study in China. *Clinical Epidemiology and Global Health*, 30. <https://doi.org/10.1016/j.cegh.2024.101813>
- ZERFASS, A., VERČIČ, D., & VOLK, S. C. (2020). Strategic communication: Defining the field and its contribution to research and practice. *International Journal of Strategic Communication*, 14(4), 1-12. <https://doi.org/10.1080/1553118X.2020.1814759>

