

# Asociaciones gremiales de comunicación y ética profesional en el continente americano

## Trade associations for communication and professional ethics in the American continent

GUILLEN, Griselda <sup>1</sup>  
MONTROYA, María J.<sup>2</sup>

### Resumen

Las asociaciones son espacios donde convergen profesionales y fortalece la ética. En el campo de la comunicación en el continente americano, se han creado asociaciones de profesionistas. El objetivo de este documento, es analizar la contribución social de las asociaciones, en comunicación. Con base información de sus páginas de internet, se realiza el análisis de objetivos, acciones, publicaciones y estatutos o códigos éticos. Finalmente se identifica avances respecto a la ética y la necesidad de continuar investigando.

**Palabras clave:** asociaciones, comunicación, ética profesional.

### Abstract

Associations are where professionals meet and strengthen ethics. In field of communication in American continent, many professional associations have been created. The aim of this paper is to analyze the social contribution of communication associations. With information about its internet pages, the analysis of objectives, actions, publications be laws and ethical codes. Finally, advances regarding ethics and the need to continue investigating are identified.

**Key words:** associations, communication, professional etc.

---

## 1. Introducción

Cuando el ser humano decide formar parte de un gremio, debe tener presente que su bienestar es el resultado del bien común. Un comportamiento ético contribuye a dicho bien común y a la permanencia social. Las asociaciones gremiales en donde se agrupan los profesionales, tiene el objetivo de buscar el bien común, pero sobre todo el bien para la sociedad. En este camino, el aspecto ético es un elemento que no debe faltar tanto en las acciones como en sus reglamentos, de tal manera que se combine el decir y el hacer en beneficio de la sociedad.

La comunicación como ciencia, es de reciente creación. En América, han sido múltiples las asociaciones que han surgido y tienen como objetivo fortalecer la comunicación tener claro quiénes son, delimitar la profesión y generar bienestar a sus miembros y la sociedad, aspectos apegados a la función y ética de toda profesión. El

---

<sup>1</sup> Profesora investigadora. Facultad de Ingeniería y Negocios, Guadalupe Victoria. Universidad Autónoma de Baja California griseldaguillen@uabc.edu.mx.

<sup>2</sup> Profesora investigadora. Facultad de Humanidades y Ciencias Sociales. Universidad Autónoma de Baja California montroya@uabc.edu.mx.

objetivo de este documento, es analizar la contribución social de las asociaciones, en el ámbito de la comunicación, comunicación organizacional y sus aportaciones para la ética profesional.

Se aborda primeramente un marco conceptual respecto a la ética profesional y sus implicaciones en asociaciones, haciendo un recorrido por autores que establecen qué es y cuál es su función. Se continúa con el análisis de asociaciones desde algunas investigaciones realizadas y su relación con la ética profesional. Posteriormente se realiza un análisis de asociaciones en comunicación y comunicación organizacional a partir del estudio de sus páginas de internet, sus objetivos, acciones académicas, publicaciones y estatutos o códigos de ética. Finalmente se agregan algunas discusiones referentes al trabajo elaborado.

### **1.1. Ética profesional**

Para Ramón (2015, pp. 22) la ética profesional es “la ciencia del deber, que ejercita los valores, principios, reglas morales, convicciones, y regula las actividades propias de la profesión con la finalidad de ejercer los deberes y obligaciones de forma honesta, responsable, humanista, en beneficio de la sociedad”, por tanto, la ética establece los lineamientos que los profesionales deben seguir en la búsqueda de su fin último el beneficio de la sociedad.

Por su parte Hirsch (2003) señala que además de brindar justicia y bien social, la ética se impregna en nuestro ámbito personal, lo que se hace en la profesión finalmente es parte de nuestro ser. Entonces, toda profesión debe estar conscientes de que su objetivo es ofrecer un servicio a la sociedad, si bien con el tiempo los procedimientos y tipos de servicios de los profesionales cambian (por ejemplo, con las nuevas tecnologías o emergencias sanitarias), el servicio siempre se debe prestar de forma que sea acorde a una conciencia moral además el beneficiario del servicio es lo prioritario (Hirsch, 2002; Martínez, 2006).

“La función de la ética profesional es hacer que el profesional adquiera conciencia ética y moral, asuma su compromiso con la profesión, ejerza sus deberes y derechos protegiendo el patrimonio corporativo y social, más no su propio beneficio y con la satisfacción de que su accionar ético como profesional trasciende por el aporte que hace a la sociedad” (Ramón, 2015).

Para lograr lo anterior hay una búsqueda del reconocimiento profesional en la sociedad especialmente las nuevas profesiones con límites difuminados con aquellas que le dieron origen. Las asociaciones contribuyen formando colectivos que dan identidad a los miembros y establecen códigos y normas para el ejercicio profesional que generan, forman, orientan y generan control de la conducta. De tal forma que a través de las asociaciones se crea el compromiso de ejercer bien su profesión, con principios y valores, a través de procesos de socialización como lo son conferencias, seminarios, talleres, acuerdos, publicaciones, investigaciones, pero sobre todo el reconocimiento y respeto de las diferencias culturales e ideológicas. De esta forma, es posible apoyar el fortalecimiento de la sociedad civil, proporcionando espacios y marcos reflexivos que lo lleve a diseñar valores, principio y procedimientos que se materialicen en actos concretos (Martínez, 2006). Por tanto, la formación ética es una necesidad indispensable para las profesionales, las asociaciones son los caminos para impulsarla haciendo comunidad, formando, orientando y regulando el proceder (Hirsch, 2003).

### **1.2. Funciones de las asociaciones**

Las asociaciones de profesionistas surgieron en la época medieval, cuando quienes se dedicaban a distintas actividades, se agruparon entendiendo que tenían mayores ventajas en conjunto que en lo individual, pues permitía brindar mejores productos, servicios y precios (Suárez, 2011; Guillén, Padilla y Espinosa, 2017). En aquellos tiempos, se crearon con el objetivo de interactuar con quienes realizaban el mismo trabajo, compartiendo temas de discusión, protección de los intereses de miembros y desarrollando soluciones colectivas para los problemas comunes. Pronto se enfocaron en el aprendizaje de los miembros, a través del cual se

transmite conocimiento y cultura, lo que propicia cambio en la percepción, hábitos y valores o comportamiento, permitiendo que se desarrollen habilidades, compromisos y potencializando el conocimiento (Rusaw, 1995).

La clasificación, función, y actividades de las asociaciones han sido poco estudiadas. Algunas de las investigaciones las exponemos en este apartado. Para Suárez (2011), las asociaciones están formadas por un conjunto de personas con el objetivo de que el ejercicio profesional se realice en términos éticos, para beneficio de la sociedad. Esta postura es una de las que más se visualizan en el análisis de las asociaciones, en la que destaca que su función elemental es la aportación que hagan a la sociedad desde su profesión. Señala que estas asociaciones, buscan proveer y promover la educación continua mediante la organización de eventos tales como congresos, sesiones, cursos, etc., todos ellos a mantener actualizados los conocimientos mínimos que se requieren para un ejercicio profesional de calidad. Así también, otra de sus funciones es la social promoviendo la convivencia y las relaciones humanas entre sus asociados. El autor además propone una tipología de estas organizaciones en base a sus funciones afirmando que

“las asociaciones proveen la enseñanza y mantiene la unidad mediante lo social. El Consejo sólo certifica y recertifica para mantener la vigencia y actualización de los especialistas. El Colegio se encarga de la vigilancia del ejercicio profesional desde el punto de vista legal” (pp.2).

Aunque por un lado este esquema aclara el panorama de las diferencias entre asociaciones, colegios y consejos, actualmente existen otras figuras dentro de estas organizaciones como sociedades, redes o federaciones, que participan desde las distintas disciplinas u organizaciones a las cuales pertenecen muchos de los profesionistas. Entonces se refleja la necesidad de analizar el trabajo realizado por este tipo de organizaciones, las condiciones sociales, económicas incluso culturales en las que están inmersos y que los ha llevado a donde están, ello podrá acercarnos a establecer tipologías de asociaciones. Además, es necesario determinar las responsabilidades legales que adquieren en sus contextos, por ejemplo, en México las asociaciones se registran ante la ley y están obligadas a prestar Servicio Social a la comunidad.

Otra investigación respecto a las asociaciones, la hacen los autores Delicado, Rego, Palma, Pereira y Junqueira (2014), quienes han elaborado estudios en Portugal en relación a las asociaciones de este país. En su análisis las conceptualizan como “organizaciones privadas sin fines de lucro en ciencia que no se dedican (únicamente) a la investigación asume diferentes designaciones: sociedades científicas, sociedades científicas, académicas sociedades, asociaciones científicas, asociaciones académicas” (pp. 440) Además, identifican cinco roles que desempeñan: investigación y promoción de la misma y su divulgación, comunicación entre pares, representación de profesionales e intereses y asesoramiento sobre políticas. La aportación de los autores es valiosa, al definir a las asociaciones como grupos de personas que pueden tener distintos nombres, pero además que concentren sus esfuerzos no solo en investigación, sino en promoción y divulgación con la sociedad, además de concentrarse en fortalecerse como miembros, conformar el gremio y representarse como tales ante la comunidad.

Rusaw (1995), explica que actualmente a nivel internacional existen tantas asociaciones como profesiones, que posee misión, objetivos, estructura, y se buscan el desarrollo de sus miembros, los cuales son voluntarios y están situados en un contexto o campo específico de conocimiento, prácticas, clientes y valores. Esta autora, destaca beneficio que les da a los profesionales el estar agremiados, pero además involucran a los clientes que son receptores de los beneficios del área en que se desarrollan y los valores que deben tener, esto es, introduce el enfoque del beneficio para los usuarios del servicio que da la disciplina, con un nivel de valores éticos.

Las asociaciones de profesionistas son catalizadores del cambio en tres sentidos: opinión de los miembros gremiales, opinión de los externos y un cambio en la sociedad al tener una disciplina aún más fuerte que brinda mayor apoyo social, económico y político a la sociedad, (Rusaw, 1995).

Respecto a la opinión de los miembros gremiales los miembros de las asociaciones de profesionales, son voluntarios y tienen el interés de interactuar socialmente para compartir, discutir, protegerse y desarrollar soluciones colectivas a problemas comunes. Se presume que, al agremiarse, está de acuerdo con el objetivo general de la organización, que es apoyar el desarrollo social, económico y cultural de la sociedad en la que se encuentra inmersa.

Los miembros entran en un proceso de socialización a través de actividades como congresos, seminarios, talleres, publicaciones de libros y/o artículos todos con el objetivo de dialogar en torno al campo disciplinar, las formas de fortalecerse y apoyar a la sociedad; respecto a las cuales cada asociación de profesionistas genera sus dinámicas de interacción con distinta periodicidad.

Otro complemento de las actividades que realizan sus miembros, para guiarlos en el aprendizaje y moldeamiento de conducta, son la creación de normas de conducta para los mismos miembros, como los códigos éticos para el ejercicio de las profesiones, que dan certeza a los miembros de los parámetros de lo que es correcto o incorrecto para su profesión.

Estas acciones organizadas para la reflexión sobre las disciplinas, propician el fortalecimiento del campo, pero además según Brummans (2015) quien analiza a Pierre Bourdieu y la reflexibilidad sobre el propio campo, afirma que es común dejar de lado el análisis de las propias prácticas, aspectos que otorgan a los agremiados la legitimidad como profesionistas y definen la identidad de los mismos. Sin embargo, son las asociaciones, espacios en los que se permite reflexionar y autoreflexionar sobre dichas prácticas, además del conocimiento y generar acuerdos que permiten dar a los miembros identidad, (Brummans, 2015).

En relación a la opinión de los externos a las asociaciones sobre la disciplina en cuestión, las asociaciones les permiten a los agremiados, desarrollar habilidades que refuerzan su trabajo y su imagen ante los clientes o grupos de interés externos. De igual forma, la producción de conocimiento generada a partir de investigaciones, eventos y la difusión de sus publicaciones, eleva el estatus del campo de conocimiento, protegiendo los campos, así como las prácticas del campo y las relaciones éticas, ante otras disciplinas.

Respecto al cambio en la sociedad, la función sustantiva de toda asociación, es velar por el cumplimiento de una buena labor profesional, donde la práctica ética del trabajo se constituye como uno de los principios comunes (Rusaw, 1995). Al contribuir las asociaciones a tener una disciplina más dinámica, brinda mayor apoyo social, económico y político a la sociedad.

Por su parte Delgado R., Blanco G. y Revilla M. (2020), realizaron un estudio respecto a las asociaciones y sus códigos éticos. Entre lo que encontraron es que las disciplinas entre más años tienen, mayores regulaciones y estructura tienen en sus códigos, incluso están mucho más actualizadas con temas como las tecnologías y el lenguaje incluyente, aspectos importantes de nuestra actualidad. Esto hace que nos preguntemos ¿qué sucede con la disciplina de la comunicación en términos de ética?

Este breve recorrido por algunas de las investigaciones en torno a las asociaciones, nos brinda el panorama de los estudios que hay al respecto, pero además la necesidad que existe de investigarlos. Además, es posible afirmar que las asociaciones son indicadores del nivel de desarrollo de la disciplina, puesto que para que se formen, es necesario que existan miembros interesados, que tengan temas por abordar, que se reúnan periódicamente y que realicen actividades conforme a la disciplina. Aunado a ello, la diversidad de objetivos que pueden tener las actividades que realicen en cantidad, calidad, participantes, resultados, efectos en la sociedad como profesión y la inclusión de la ética profesional en todo ello, es un indicador del desarrollo de la disciplina. Todo lo anterior dibuja un panorama que ha sido poco estudiada en el área de Comunicación y particularmente en el de comunicación organizacional.

En América, se han creado múltiples asociaciones de profesionistas, en la búsqueda de impulsar la disciplina en comunicación. El vasto esfuerzo por formar estos espacios de discusión, reproducción de conocimientos, acuerdos para el crecimiento de la disciplina y apoyo a la sociedad, aspecto último que se refleja en las acciones de ética. Pero ¿cuáles son estas asociaciones de profesionistas que han surgido en torno a la comunicación y en específico a la comunicación organizacional?; ¿qué acciones han generado? ¿cuáles de estas acciones promueven la ética profesional? Por ello en este artículo el objetivo es analizar a las asociaciones, del ámbito de la comunicación, la comunicación organizacional y sus aportaciones para la ética profesional.

---

## **2. Metodología**

A través de investigación de sus páginas de internet, se analizan 12 asociaciones en comunicación y comunicación organizacional, tomando en cuenta los siguientes criterios: que tengan páginas de internet, tener un documento emitido referente a su constitución, que sean generadas en el continente americano, que tengan carácter nacionales o internacionales dependiendo de los países donde se encuentren. Los indicadores que se analizaron fueron objetivos, grupos de trabajo o de investigación, actividades académicas que organizan, publicaciones generadas, y acciones de ética que establecen para sus miembros.

---

## **3. Resultados**

Con el paso de los años la comunicación como disciplina, ha evolucionado ampliándose las temáticas y analizando a la comunicación desde perspectivas funcionalistas, estructuralistas, críticos y más recientemente desde los enfoques culturales (Espinoza y Guillén, 2014). En estos tiempos, se han creado múltiples asociaciones que brindan espacios de discusión para el fortalecimiento de la disciplina. En este apartado se exponen los resultados del análisis de las distintas asociaciones de comunicación y comunicación organizacional, así como sus acciones y su relación con la ética profesional. En el Cuadro 1, se presentan las características generales de las asociaciones en América en torno a la comunicación y comunicación organizacional, desde el año de su fundación, país donde surgen, actividades y gestiones que realizan.

### **3.1. Hacia dónde se dirigen sus objetivos**

Diez de las 12 asociaciones analizadas resaltan el fortalecimiento de los miembros a través de distintas actividades como actualización, capacitación, entre otros. En segundo término, el factor investigación fue el que más se nombró dentro de los objetivos de las asociaciones, segundo del beneficio a la sociedad, aspecto que se relaciona estrechamente con la ética. El término vinculación, es el siguiente empleado en seis de las 12 asociaciones en el cual se mencionan a organizaciones tanto nacionales como internacionales para hacer acuerdos que beneficien a ambos. La difusión es un elemento que no puede faltar dentro de los objetivos de las asociaciones, sin embargo, se identificó en cinco de las 12 asociaciones. Seguido de ello la enseñanza y generación de conocimiento son los dos elementos que se encuentran en cuatro asociaciones. Finalmente, el aspecto de incluir a profesionistas, egresados y analizar sistemas de evaluación de comunicación, son factores encontrados en una asociación. Coincidentemente con Rusaw (1995), Suarez (2011) y Delicado Rego Palma Pereira y Junqueira (2014), podemos afirmar que las asociaciones de comunicación buscan, fortalecer a sus miembros los cuales lleva a mejor representación con la sociedad, la investigación la divulgación y los beneficios a la sociedad. Sin embargo, se identifican otros elementos como lo son vinculación con otras instituciones, impulsar la enseñanza, esto lo mencionan los colegios, generar conocimiento, incluir a profesionales, egresados y evaluar sistemas de comunicación.

### **3.2. Grupos temáticos que conforman**

Los grupos temáticos son elementales para desarrollar especializaciones en el gremio a través de diálogo y crecimiento de las temáticas. No todas las asociaciones los tienen, esto depende de los objetivos que posea y los

años de cada asociación. Es así como el ICA ofrece 22 grupos temáticos a sus agremiado, entre ellos la División de Comunicación Organizacional con más de 300 miembros alrededor del mundo; ALAIC tiene 19 grupos de investigación y de trabajo y ASIBERCOM con 13, proyectan una gran diversidad de temas de interés de Latinoamérica y coinciden en muchos, cada uno de estos conforma un grupo que aborda el tema de comunicación organizacional; AMIC, en México cuenta con 17 grupos de trabajo e investigación entre ellos el de Comunicación integral para las organizaciones; así mismo ABRAPCOR que se concentra en comunicación organizacional y relaciones públicas trabaja con siete grupos temáticos.

La variedad de grupos es amplia, sin embargo, existen temas en los que coincide cada asociación. De esta forma ICA, ALAIC, AMIC, ASIBERCOM y APBRAPCORPI, han conformado grupos relacionados con tecnología y comunicación; se han establecido grupos de comunicación intercultural, comunicación organizacional, comunicación política y estudios de periodismo, en ICA, ALAIC, AMIC y ABRAPCORP; así también comunicación y educación, teorías y metodologías, comunicación y ciudadanía e historia de la comunicación, son los temas de grupos temáticos que ofrecen ALAIC, AMIC y ABRAPCORP, los grupos temáticos de jóvenes y medios y estudios de género son abordados en ICA y AMIC; así también ALAIC y AMIC aborda estudios de recepción; comunicación y ciudadanía son grupos de ALAIC y ABRAPCORP; y los grupos de discurso y comunicación lo ofrece ALAIC y ASIBERCOM.

Estas similitudes y contrastes, proyectan los intereses de las distintas asociaciones y sus miembros, así como un panorama general de los temas que en materia de comunicación y comunicación organizacional se están abordando a nivel nacional, en Latinoamérica y en el ámbito internacional.

### **3.3. Eventos académicos, de investigación, capacitación y actualización**

Cada una de las asociaciones asume de diferente manera el compromiso con la formación de profesionales, en el marco de la ética implica para los miembros la posibilidad de aprender, de mejorar su calidad de vida y de sentir un mayor arraigo o pertenencia hacia ella, por ello las actividades que desarrollan, seminarios, foros, congresos, encuentros debe implicar para ellos asumir responsabilidades, cumplir o apoyar las expectativas de sus pares profesionales o académicos. El cuadro 2, muestra los principales eventos de las diferentes asociaciones.

### **3.4. Publicaciones**

Coincidentemente con el enfoque científico y académico, las asociaciones analizadas producen más revistas, las cuales en total se identificaron nueve revistas, además de siete libros, algunos de ellos son anuarios, además se incluyeron memorias de congresos, manifiestos y boletines. Las publicaciones son indicadores sobre el desarrollo de las asociaciones, lo cual habla del índice de capacidad de investigación y producción que tienen cada una. Sin embargo, se encuentran pocos elementos de divulgación, lo cual son factores que llegan más hacia la sociedad en la búsqueda de hacerles llegar el conocimiento.

### **3.5. Manifiesto de la ética en las asociaciones**

Las asociaciones, al igual que sus miembros, llevan a cabo diversas actividades las cuales deben ser guiadas no sólo por la formación del profesional sino por lo que ellas esperan de sus miembros, asociados o colaboradores, desde evitar el plagio en sus investigaciones hasta mostrarse sensibles ante los demás y los problemas que sus acciones pueden ocasionar a los ecosistemas. Afiliarse a una organización es una manifestación de compromiso hasta ella y las futuras generaciones.

Por su parte la ICA y sus miembros se comprometen con los siguientes principios éticos: integridad académica y científica, la protección de los derechos de los participantes de la investigación, asociados y patrocinadores, plagio y crédito de autoría, publicación de métodos y hallazgos, divulgación de posibles conflictos de intereses, evaluación académica, crítica y debate, no discriminación y respeto por la diversidad humana, y responsabilidad

social. Aunque le resulta difícil elaborar un Código de ética dada la interdisciplinariedad de las temáticas que desarrolla y la diversidad de países a la que pertenecen sus miembros. Además, establece tres niveles de regiones para cubrir las cuotas con un descuento del 25% al 50% para los países que reportan al Banco Mundial productos internos brutos o ingresos nacionales brutos bajos (ICA, 2018).

En Latinoamérica la ALAIC, además de cuidar las normas en la recepción de trabajos para ponencias o artículos, promueve valores que considera base para sus miembros: la libertad de pensamiento y de expresión, compromiso social, la libertad de investigación, derecho a conocer, pluralismo teórico y metodológico y espíritu de colaboración. Estos giran en torno a los derechos del investigador y su comportamiento ético (ALAIC, 2018).

En México, aunque no lo menciona de forma explícita la AMIC, en su Estatuto y como parte de sus objetivos contempla acciones de ética como lo son: promover la cultura en áreas de las Ciencias de la Comunicación; contribuir a la resolución de problemas que se presentan en las sociedades dependientes, a partir de políticas de comunicación social; promover el intercambio cultural entre sus miembros; y finalmente, contribuir al desarrollo y progreso de la enseñanza, investigación y formación de profesionales en comunicación, entre otros. Como parte de los objetivos del CONEICC se encuentran acciones concernientes a la ética: propiciar la comunicación, investigación y enseñanza entre los profesores, investigadores e instituciones de enseñanza e investigación de las ciencias de la comunicación, con el propósito de solucionar problemas sociales. A su vez implica acciones entorno a la formación de los jóvenes y a atender las inquietudes de los estudiantes, al dialogar sobre la comunicación con sus miembros (AMIC, 2018; CONEICC, 2018).

Entre la propuesta de la RIICC se encuentra el trabajo colaborativo internacional; concretar acciones para resolver problemas de la sociedad, propone a partir del trabajo colaborativo gestionar estrategias y programas para transformar la realidad social. Además, una propuesta relevante es la generación del conocimiento, solución de problemas y mejorar la sociedad, cultura, empresas e instituciones (RIICC, 2018).

Como parte de los propósitos de ABRAPCORP señala en el marco de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Comisión de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Tecnología, las demandas, fomentando el diálogo con la comunidad académica y científica con la intención de desarrollar acciones conjuntas destinadas a la búsqueda de la excelencia de la enseñanza superior y de la investigación en Comunicación en el país. En el caso de RedLaco, por lo que trabaja en definir su jerarquía de valores y su código de ética. Sin embargo, el fortalecimiento de académicos e investigadores, quienes, desde su contexto latinoamericano, profundizan en la generación de conocimiento de la comunicación organizacional (ABRAPCORP, 2018; y Vásquez, et al 2018).

Por otra parte, la IABC observa en su filosofía representar al profesional, fomentar la diversidad, enfocarse en ideas, resultados y su código ético. Ese documento “sirve como guía para tomar decisiones consistentes, responsables, éticas y legales por parte de todos los comunicadores”. Sostiene las siguientes declaraciones: soy honesto, comunico, obedezco leyes y políticas públicas, protejo, apoyo, soy sensible, doy crédito, no uso información, no acepto regalos por servicios profesionales, no garantizo resultados que estén más allá de mi alcance o creencias. Estas acciones se dan con el objetivo de que sus miembros tengan la posibilidad de conducirse con responsabilidad social ante su profesión en las distintas situaciones que se les presentan. Aun cuando reconoce la asociación que le falta profundizar el tema de la ética, se encuentra en boletines, en apoyos económicos para la investigación en comunicación y ética y a través de cátedras y seminarios sobre el tema (IABC, 2018).

Respecto AMCO que tiene un enfoque de la comunicación corporativa aborda temas de ética, reputación corporativa y entre sus dinámicas promueve el trabajo colaborativo, aun cuando estos no forman parte de su visión, misión o de un código ético (AMCO, 2018).

Por último, la AMIPCO con la finalidad de promover el adecuado ejercicio de la comunicación organizacional como disciplina y como actividad profesional, realizó una serie de talleres con expertos para diseñar el Código de ética que permitirá cumplir con el objetivo anterior y que sea una fuente de consulta y guía para el Ejercicio Profesional de la Comunicación Organizacional. El código, busca “proporcionar a sus miembros los criterios de conducta que deben guiar su labor profesional, así como la confianza que ofrecen y garantizar la calidad de su trabajo a sus usuarios y clientes potenciales, del mismo modo que proporcionar a los usuarios de la CO los parámetros de que delimitan el ejercicio de esta profesión” (AMIPCO, 2016, párr 4).

---

#### 4. Reflexiones finales

Como resultado del presente análisis se puede afirmar que los beneficios éticos de las asociaciones de comunicación son: a) fomentan equidad, entre los miembros, b) investigaciones con rigor científico, c) reconocen al profesional de la comunicación y/o comunicación organizacional, d) actualizan y forman investigadores y profesionales en comunicación, e) mejora de procesos educativos derivados de asesorías a programas escolares del campo, f) dan crédito de investigación y g) creación a sus miembros y los reconoce como referentes en diversos temas de la comunicación en las organizaciones, h) combinan esfuerzos para una mayor comprensión de los temas, metodologías y herramientas que se desarrollan en el campo de la comunicación, i) proporcionan respeto a los miembros y otros investigadores del campo de la comunicación; j) colaboran en la actualización, formación y difusión entre los miembros, instituciones, gobierno, asociaciones y universidades y k) desarrollan temas de investigación con impacto social.

El número de asociaciones ha crecido con el paso del tiempo y los objetivos que en un inicio ilustran Rusaw (1995), Suarez (2011) y Delicado Rego Palma Pereira y Juniqueira (2014), han crecido, y aunque se le puede llamar a todas asociaciones en general hay más nombres que los que propone Suarez (2011). La ética profesional siguiendo a Ramón (2015, pp. 22) es “conciencia del deber que ejerce los valores...en beneficio de la sociedad”, y se hace evidente en las asociaciones de comunicación al plasmarlo en sus objetivos. Sin embargo, al analizar los eventos, poco o nulas son las actividades de divulgación con la sociedad, no así con algunos temas de investigación aplicada, pero con impacto local. Por lo que, se hace evidente la necesidad de que, empleando metodología adecuada, se analice el efecto de estas asociaciones en el mundo contemporáneo. Y se propicie la colaboración entre sus miembros en investigaciones con mayor impacto social.

En estos tiempos de movimientos sociales, crisis económica, migraciones masivas y crisis sanitarias, la sociedad necesita más que nada de sus profesionales apegados a la ética. El autorreflexión siguiendo a Brummans (2015), es por donde debemos iniciar para saber en dónde estamos y hacia donde debemos dirigirnos en el deber ser. Si bien se ha avanzado, es necesario generar espacios en las asociaciones, de reflexión sobre la ética en el área que nos lleven a las acciones para el beneficio de la sociedad. Durante los años de las asociaciones, se ha llevado a generar acciones como congresos, mesas de trabajo, publicaciones, que llevan a consolidar el campo. No obstante, es importante analizando de acuerdo al contexto y condición de las asociaciones, profundizar en qué tanto los eventos abordan la ética después de años, en su mayoría de implementación.

Fue evidente al momento de realizar literatura del tema asociaciones, que hay una escasez de información e investigaciones en torno al tema, si bien se ha escrito sobre ética en las áreas, poco hay sobre las tipologías de las asociaciones.

Como muchas investigaciones, este no es un trabajo acabado, es apenas un esbozo del trabajo de las asociaciones referente a la comunicación y comunicación organizacional. A partir de esto nos genera más interrogantes respecto al papel de las asociaciones, entre las cuales tenemos, ¿qué tanto se ha profundizado en la ética en los eventos que realizan?, ¿cuáles han sido los factores sociales, políticos, económicos incluso culturales que les ha llevado a tomar el rumbo actual? y, sobre todo, ¿cuál ha sido el impacto que han tenido en el contexto actual?



Esto implica entonces ampliar la investigación e incluir enfoques cuantitativos y cualitativos que nos lleven a no solo tener la información o descripción sino comprender porqué de las decisiones y condiciones.

---

## Referencias bibliográficas

- Asociación Brasileña de Investigadores de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas (s.f.). Asociación Brasileña de Investigadores de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas. Recuperado el 7 de noviembre de 2018 de <http://portal.abrapcorp.org.br/estatuto/>
- Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (s.f.). Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Recuperado el 30 de mayo de 2018 de <https://www.alaic.org/site/associacao/>
- Asociación Mexicana de Comunicadores (s.f.). Asociación Mexicana de Comunicadores. Recuperado el 29 de mayo de 2018 de <http://amco.com.mx/category/quienes-somos/>
- Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (sf). Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación. Recuperado 25 mayo 2018 de <https://www1.amic.mx/>
- Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional. (s.f.). Estatuto General de la Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de <http://amipco.org/DOCS/ESTATUTOS%20AMIPCO%202016.pdf>
- Asociación Mexicana de Investigadores y Profesionales en Comunicación Organizacional (2016). Código Ético para el Ejercicio Profesional de la Comunicación Organizacional. Recuperado el 21 de mayo de 2020 <http://amipco.org/DOCS/CODIGO%20ETICO%20PARA%20EL%20EJERCICIO%20PROFESIONAL%20CO%209-28-18.pdf>
- Asociación Iberoamericana de Comunicación. (s.f.). Asociación Iberoamericana de Comunicación. Recuperado el 28 de mayo de 2018 de [https://www.assibercom.org/index.php?option=com\\_content&view=article&id=109&Itemid=816](https://www.assibercom.org/index.php?option=com_content&view=article&id=109&Itemid=816)
- Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (s.f.). Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación. Recuperado el 20 de mayo de 2018 de <https://coneicc.org.mx/coneicc/mision/>
- Delicado A., Rego R., Palma C. Pereira I. y Junqueira L. (2014). What Roles for Scientific Associations in Contemporary Science? *Minerva*. pp. 439-465.
- Delgado R., Blanco G. y Revilla M. (2020). Códigos deontológicos: el rol de los colegios profesionales y las profesiones reguladas. *Revista Espacios*. Volumen 41 (39) pp. 231- 249. Recuperado de <https://www.revistaespacios.com/a20v41n39/a20v41n39p17.pdf>
- Guillén, G., Padilla A. y Espinoza S. (2017). Fortalecimiento del gremio en Comunicación Organizacional. *La Comunicación en las Organizaciones en México: evolución, teoría y práctica* Coord. Rebeca Arevalo y Guillén G. México: TiranLoblash.
- Guillén, G. y Martínez N. (agosto 2018). Construcción del Código Ético del Comunicólogo Organizacional en México: AMIPCO. XIV Congreso de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación.

- Guillen Ojeda, Griselda, & Espinosa Velázquez, Susana (2014). En busca del desenredos de la comunicación organizacional. *Razón y Palabra*, (87). Fecha de consulta 25 de octubre de 2020. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=1995/199531505011>
- Hirsch A. (2003). Elementos Significativos de la ética profesional. *Reencuentro*(38), 8-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003802>
- Hirsch A. (2002). Consideraciones éticas acerca de la ética profesional. En R. López Zavala, *Educación y cultura global. Valores y nuevos enfoques en una sociedad compleja* (págs. 165-182). Sinaloa: Secretaria de Educación Pública. Cultura de Sinaloa. Universidad Autónoma de Sinaloa.
- International Association of Business Communicators. (s.f.). International Association of Business Communicators. Recuperado el 25 de mayo de 2018 de <http://www.iabc.com/>
- International Communication Association (s.f). International Communication Association. Recuperado el 30 de mayo de 2018 de <https://www.icahdq.org/>
- Marroquín L., Guillén G. y Vásquez (2018). Red de Investigadores Latinoamericanos de la Comunicación Organizacional. *Escuchando nuestras voces. Perspectivas Latinoamericanas de Comunicación Organizacional*, San José, Costa Rica.
- Ramón D. (2015). *Ética profesional en Ciencias Empresariales*. Universidad Técnica se Machala, Ecuador.
- Rebeil, M. A. (2012). Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación. México: RIICC. Presentación RICC
- Rusaw, C. (1995). Learning by association; professional associations as learning agents. *Human Resources Development Quarterly*, 215-226.
- Suarez Menéndez, F. (enero-abril de 2011). Los colegios de profesionistas, quéson y para qué sirven. *Cirugía plástica*, 21(1), 4-5.
- Vásquez, C., Marroquin, L., y Guillén, G. (2018). Red de Investigadores latinoamericanos en Comunicación Organizacional. Costa Rica: No publicado: archivo de RedLAcO.

# Anexos

**Cuadro 1**  
**Características generales de las asociaciones de comunicación.**

Pais fundador	Año de fundación	Asociación o gremio	Temática general	Publicaciones	Tipo de afiliación	Pago de cuotas	Página web
Estados Unidos	1950	<i>International Communication Association (ICA)</i>	Comunicación	Revistas: <i>Human Communication Research, Journal of Communication, Communication Theory, Journal of Computer Mediated Communication, Communication, Culture and Critique</i> y <i>Annals of the International Communication Association. Boletín para miembros, Publicidad o Anuncios clasificados, Libro-anuario.</i>	Individual, grupos e institucional. Estudiantes, académicos, profesionales e investigadores.	Membresías por familia, Institucional, Asociaciones e individual, aplica para membresía institucional gratuita en países del nivel B y C de acuerdo a su clasificación. Por país de origen y de acuerdo a su Producto o Ingreso interno bruto.	<a href="https://www.icahdq.org/">https://www.icahdq.org/</a>
Caracas, Venezuela	1978	Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC)	Comunicación	Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación y <i>Journal of Latin American Communication Research, Memoria de Encuentro ALAIIC, libros</i>	Individual, Institucional o Centros de investigación. Estudiantes de pre y posgrado, académicos, profesionales e investigadores, de comunicación o las ciencias sociales.	Institución, Centro de Investigación o Asociación. Cuota anual.	<a href="https://www.alaic.org/">https://www.alaic.org/</a>
Sao Pablo, Brasil	1986	Asociación Iberoamericana de Comunicación (ASSIBERCOM)	Comunicación	Libros del Congreso, memoria o libro de actas. Cuenta con un pequeño repositorio de artículos o libros publicados por otras asociaciones, instituciones o revistas.	No hay información disponible, sólo se hace referencia al Congreso IBERCOM.	Pago de inscripción individual para asistir al Congreso IBERCOM.	<a href="https://www.assibercom.org/">https://www.assibercom.org/</a>
México	1979	Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC)	Comunicación	Libros colectivos y memorias de Encuentro Nacional.	Individual, académicos e investigadores del área de la comunicación. Por recomendación de miembros y curriculum.	Socios o miembros	<a href="http://amic.mx/">http://amic.mx/</a>
México	1974-1976	Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC)	Comunicación	Anuario: Revista electrónica	Instituciones de educación superior, participan académicos, profesionales y estudiantes.	Miembros por Universidad donde se imparten programas educativos de comunicación. Cuota anual por Universidad, Facultad o Escuela.	<a href="https://www.coneicc.org.mx/">https://www.coneicc.org.mx/</a>
México	2008	Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC)	Comunicación	Publicación de libros como producto de la investigación conjunta.	Centros e institutos de investigación, Cuerpos académicos de investigación, grupos e individuos.	No solicita cuotas	<a href="https://www.anahuac.mx/mexico/files/investigacion/2012/sep-ocv/831.pdf">https://www.anahuac.mx/mexico/files/investigacion/2012/sep-ocv/831.pdf</a>
São Paulo, Brasil	2006	Asociación Brasileña de Investigadores de Comunicación Organizacional y Relaciones Públicas (ABRAPCORP)	Comunicación Organizacional y las Relaciones Públicas	Anuarios	Asociados con nivel educativo superior, otros públicos e interlocutores sociales.	Individual-Anual	<a href="http://portal.abrapcorp.org.br/">http://portal.abrapcorp.org.br/</a>
Costa Rica	2018	Red Latinoamericana de Investigadores en Comunicación Organizacional (RedL.Aco)	Comunicación organizacional	Promueve número en revista ORGANICOM	Individual, académicos e investigadores.	No cobra cuotas por ser de reciente creación.	No disponible
Caracas, Venezuela	1981	Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELAFACS)	Comunicación	Revista Diálogos de Comunicación	Escuelas y Facultades de Comunicación	Miembros por Universidad donde se imparten programas educativos de comunicación. Cuota anual por Universidad, Facultad o Escuela.	<a href="http://www.felafacs.org/">http://www.felafacs.org/</a>
San Francisco, CA, Estados Unidos.	1970	International Association of Business Communicators (IABC)	Comunicación empresarial	Artículos, libros, videos, seminarios web y podcasts	Membresía individual para profesional, paquete corporativo (5 o más personas), estudiante y para jubilado.	La cuota se paga, con descuento, según el país de destino.	<a href="https://www.iabc.com/">https://www.iabc.com/</a>
México	1973	Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO)	Comunicación corporativa	Publica resultados de sondeos rápidos sobre temas de interés inherentes a la comunicación corporativa, ofrece servicios profesionales entre los miembros, bolsa de trabajo y cursos y talleres.	Socios corporativos y profesionales independientes. Incluye: estrategas, investigadores, docentes y estudiantes, consultores, asesores y comunicadores independientes, diseñadores, productores y proveedores.	Se cubre la cuota como profesional independiente o corporativa con un número de socios limitado.	<a href="http://amco.com.mx/">http://amco.com.mx/</a>
México	2015-2016	Asociación Mexicana de Investigadores y Profesional en Comunicación Organizacional (AMIPCO)	Comunicación organizacional	Publica libros, capítulos de libro y artículos en revistas.	Membresía individual. Académicos, Investigadores y Profesionales de la Comunicación organizacional.	Cuota anual	<a href="http://amipco.org/">http://amipco.org/</a>

Fuente: Elaboración propia con datos de las páginas de internet de las asociaciones.

**Cuadro 2**  
Asociaciones y sus principales eventos académicos,  
de investigación, capacitación y actualización.

Núm.	Asociación	Evento académico
1	International Communication Association (ICA)	Annual Conference
		Regional and Affiliated Conference
2	Asociación Latinoamericana de Investigadores en Comunicación (ALAIIC)	Congreso ALAIIC
		Seminario ALAIIC
		Escuela de verano ALAIIC
3	Asociación Iberoamericana de Comunicación (ASSIBERCOM)	Congreso IBERCOM
		Seminario de epistemología en comunicación
4	Asociación Mexicana de Investigadores en Comunicación (AMIC)	Encuentro Nacional de Investigadores de la Comunicación
		Webinars AMIPC
		Encuentros regionales
5	Consejo Nacional para la Enseñanza e Investigación en Ciencias de la Comunicación (CONEICC)	Encuentro Nacional CONEICC
		Encuentros regionales CONEICC
		Premio Nacional de trabajos recepcionales
6	Red Internacional de Investigación y Consultoría en Comunicación (RIICC)	Encuentro Internacional de Investigación y Consultoría
7	Asociación Brasileña de Investigadores de Comunicación Organizacional y	Congreso Anual ABRAPCORP
8	Red Latinoamericanos de Investigadores en Comunicación Organizacional (RedLAco)	Encuentro Escuchando Nuestras Voces
9	Federación Latinoamericana de Facultades de Comunicación Social (FELACACS)	Premio FELAFACS a la Excelencia Latinoamericana en Televisión
		Encuentros Latinoamericanos
		Certamen Tesis de Comunicación
		II Festival Iberoamericano de Creación Audiovisual Universitaria
10	International Association of Business Communicators (IABC)	Capacitación y certificación
		Programa de premios
		Seminarios web
		Revista en línea
		Conferencias a nivel internacional
11	Asociación Mexicana de Comunicadores (AMCO)	Foro Mejores Prácticas de Comunicación, Charlando entre comunicadores
		Conferencias-desayuno
		Talleres y seminarios
12	Asociación Mexicana de Investigadores y Profesional en Comunicación Organizacional (AMIPCO)	Seminario Mexicano de Comunicación Organizacional
		Congreso Internacional en Comunicación Organizacional

Fuente: Elaboración propia con datos de las páginas de internet de las asociaciones.

Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons  
Atribución-NoCommercial 4.0 International

