

Recibido: 06/11/2024

Aceptado: 19/11/2024

LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LAS RELACIONES PÚBLICAS DE PANAMÁ: UN ANÁLISIS DESDE LA FENOMENOLOGÍA DE MOUSTAKAS

Knowledge management in public relations in Panama: An analysis from Moustakas' phenomenology

Berta Ayala

Universidad de Panamá

bertha1316bam@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1175-3759>

Panamá

RESUMEN

Este estudio fundamentado en la fenomenología de Moustakas, indaga en la experiencia subjetiva de los profesionales de las relaciones públicas en Panamá en torno a la gestión del conocimiento. A través de entrevistas semiestructuradas a una muestra intencional, se identificó que la colaboración es un pilar fundamental en sus prácticas, aunque la formalización de este conocimiento representa un desafío significativo. Se evidencia la necesidad de implementar estrategias para documentar y compartir el conocimiento tácito, así como desarrollar sistemas de gestión del conocimiento más robustos. Los resultados no solo enriquecen la comprensión de la gestión del conocimiento en un contexto como Panamá, sino también ofrecen valiosas implicaciones para la práctica profesional y la investigación futura. Al identificar las brechas existentes y las oportunidades de mejora, este estudio sienta las bases para el diseño de intervenciones y políticas orientadas a fortalecer la gestión del conocimiento en las organizaciones de relaciones públicas, promoviendo así la innovación, la adaptación al cambio y la mejora continua en la prestación de servicios.

Palabras clave: Gestión de conocimiento, fenomenología de Moustkas, relaciones públicas.

ABSTRACT

This study, based on Moustakas' phenomenology, investigates the subjective experience of public relations professionals in Panama regarding knowledge management. Through semi-structured interviews with a purposive sample, it was identified that collaboration is a fundamental pillar in their practices, although the formalization of this knowledge represents a significant challenge. The need to implement strategies to document and share tacit knowledge, as well as to develop more robust knowledge management systems, is

evident. The results not only enrich the understanding of knowledge management in a context such as Panama, but also offer valuable implications for professional practice and future research. By identifying existing gaps and opportunities for improvement, this study lays the foundation for the design of interventions and policies aimed at strengthening knowledge management in public relations organizations, thus promoting innovation, adaptation to change, and continuous improvement in service delivery.

Keywords: Knowledge management, Moustkas' phenomenology, public relations.

INTRODUCCIÓN

En la era digital, la gestión del conocimiento se ha convertido en un activo estratégico para las organizaciones, especialmente en el ámbito de las relaciones públicas. La capacidad de capturar, compartir y aplicar el conocimiento de manera efectiva es fundamental para construir y mantener relaciones sólidas con los públicos internos y externos. Sin embargo, a pesar de su importancia, la gestión del conocimiento en las relaciones públicas sigue siendo un campo relativamente inexplorado, especialmente en contextos específicos como Panamá.

Este estudio se propone llenar este vacío en la literatura al analizar las perspectivas actuales de la gestión del conocimiento desde la mirada de los profesionales de las relaciones públicas en Panamá. Para ello, se asume un enfoque fenomenológico basado en la metodología de Clark Moustakas, la cual permite adentrarse en la experiencia vivida de los participantes y comprender en profundidad los significados que atribuyen a la gestión del conocimiento en su práctica diaria.

La fenomenología de Moustakas se destaca por su capacidad para capturar la esencia de las experiencias humanas. Al centrarse en las vivencias de los profesionales de las relaciones públicas, es posible identificar los desafíos, oportunidades y mejores prácticas que caracterizan la gestión del conocimiento en este contexto particular. Además, al analizar los datos a través de los lentes de la fenomenología, se busca trascender las explicaciones superficiales y revelar los significados más profundos que subyacen en las prácticas de gestión del conocimiento.

En este sentido, el objetivo principal de este estudio era comprender cómo los profesionales de las relaciones públicas en Panamá experimentan y viven la gestión del conocimiento en su día a día. Para ello, fueron planteadas las siguientes preguntas de investigación: ¿Cómo perciben los profesionales de las relaciones públicas en Panamá, la

importancia de la gestión del conocimiento en su trabajo?. ¿Qué prácticas concretas implementan para gestionar el conocimiento en sus organizaciones?. ¿Cuáles son los principales desafíos que enfrentan al llevar a cabo estas prácticas?. Y, finalmente, ¿cómo valoran la contribución de la gestión del conocimiento al logro de los objetivos organizacionales?.

Al responder a estas interrogantes, se buscaba generar conocimiento original y relevante que contribuyera a enriquecer el debate académico y a ofrecer insumos prácticos para la mejora de las prácticas profesionales.

Al responder a estas preguntas, se esperaba contribuir al cuerpo teórico sobre la gestión del conocimiento en las relaciones públicas y ofrecer recomendaciones prácticas para mejorar las prácticas actuales en este campo. En este sentido, en un mundo cada vez más interconectado y competitivo, la gestión del conocimiento se ha erigido como un pilar fundamental para el éxito organizacional. Las relaciones públicas, como disciplina encargada de construir y mantener relaciones sólidas con los diversos públicos, no escapan a esta realidad.

Sin embargo, a pesar de su importancia estratégica, la gestión del conocimiento en este campo ha sido objeto de escaso estudio, especialmente en contextos específicos como el panameño. Este vacío en la literatura resulta particularmente relevante si es considerado el dinamismo y la complejidad del entorno comunicacional actual, donde la capacidad de generar, compartir y aplicar conocimiento de manera oportuna y efectiva se ha vuelto esencial para lograr los objetivos organizacionales.

En tal sentido, para abordar esta problemática, el presente estudio adopta un enfoque fenomenológico basado en la metodología de Clark Moustakas. Esta elección metodológica se fundamenta en la necesidad de comprender en profundidad la experiencia vivida de los profesionales de las relaciones públicas panameños en relación con la gestión del conocimiento. Al centrarse en las vivencias subjetivas de los participantes, ha sido posible acceder a los significados que atribuyen a sus prácticas cotidianas, más allá de las explicaciones racionales y objetivas. De esta manera, son develadas las dimensiones más profundas y ricas de la gestión del conocimiento en este contexto particular.

Con la expectativa que los resultados de esta investigación aporten valiosas contribuciones tanto al ámbito teórico como al práctico. En primer lugar, se espera ampliar el cuerpo teórico existente sobre la gestión del conocimiento en las relaciones públicas, al ofrecer una visión más profunda y contextualizada de esta temática. En segundo lugar, identificar las mejores prácticas de gestión del conocimiento en el contexto panameño, lo cual permitirá a las organizaciones desarrollar estrategias más efectivas para aprovechar al máximo su capital intelectual. Finalmente, se espera generar recomendaciones prácticas para la formación de profesionales de las relaciones públicas, con el objetivo de fortalecer sus competencias en materia de gestión del conocimiento.

GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO: CONCEPTOS Y ENFOQUES

La gestión del conocimiento se define como un conjunto de prácticas y procesos orientados a crear, capturar, compartir y aplicar el conocimiento dentro de una organización con el fin de mejorar su desempeño y lograr una ventaja competitiva. Aunque es un concepto relativamente reciente, sus raíces se remontan a las antiguas civilizaciones, donde se transmitían conocimientos a través de historias, tradiciones y aprendizajes prácticos. Con el surgimiento de las organizaciones modernas, la gestión de conocimiento ha evolucionado, pasando de ser un proceso informal a una disciplina estructurada y estratégica.

En este orden de ideas, el conocimiento puede clasificarse en dos categorías principales: Tácito y explícito. El conocimiento tácito es aquel que se adquiere a través de la experiencia, es difícil de articular y se transmite principalmente a través de la interacción social. Por otro lado, el conocimiento explícito es aquel que se puede codificar y transmitir de forma formal, como en documentos, bases de datos o manuales. La gestión del conocimiento, busca aprovechar ambos tipos de conocimiento, a los fines de generar valor para la organización.

Al respecto, Weick (1995), sostenía que las organizaciones son sistemas de sentido en constante construcción. En este contexto, la gestión del conocimiento puede verse como un proceso de creación y negociación de significados compartidos. Los resultados del estudio sugieren que los profesionales de las relaciones públicas en Panamá construyen

activamente narrativas sobre su trabajo y comparten estas narrativas para dar sentido a sus experiencias y guiar sus acciones.

Por su parte, Nonaka & Takeuchi (1995), han explorado conceptos como el conocimiento tácito profundamente arraigado en la cultura organizacional, y la importancia de los líderes en la creación y difusión del conocimiento. Los autores enfatizan en la importancia de la cultura organizacional y el liderazgo en la creación y utilización del conocimiento.

Así mismo, Senge (1990), destaca la importancia de crear una cultura de aprendizaje en la que los empleados se sientan motivados a compartir conocimientos y a desarrollar nuevas habilidades. Su trabajo ha influido en muchas organizaciones que buscan mejorar su capacidad de aprendizaje y adaptación.

El proceso de Gestión de conocimiento implica una serie de etapas interrelacionadas: Creación, captura, almacenamiento, transferencia y aplicación del conocimiento. La creación de conocimiento surge de la interacción entre personas, ideas y experiencias. La captura implica transformación del conocimiento tácito en explícito a través de diferentes técnicas, como entrevistas, mapas conceptuales o comunidades de práctica. El almacenamiento se refiere a la organización y preservación del conocimiento en repositorios accesibles.

Por otra parte, la transferencia implica la difusión del conocimiento a través de diversos canales, como intranets, cursos de capacitación o mentoring. Finalmente, la aplicación del conocimiento se refiere a la utilización del conocimiento para resolver problemas, tomar decisiones y generar innovación.

En este sentido, Sveiby (2003), destaca la importancia de considerar el conocimiento como un activo intangible y propone métricas para medir su valor, lo que permite a las organizaciones tomar decisiones más informadas sobre la inversión en gestión del conocimiento. Por su parte, Davenport y Prusak (1998), señalan que la gestión del conocimiento no solo implica la captura y el almacenamiento de información, sino también la creación de una cultura organizacional que fomente el intercambio de conocimiento y la innovación.

Así mismo, Nonaka y Takeuchi (2001), han ampliado su modelo SECI para incluir la dimensión temporal del conocimiento y han enfatizado la importancia de las comunidades de práctica para la creación de conocimiento. Mientras que, Alavi y Leidner (2001), ofrecen un marco conceptual que integra diferentes perspectivas teóricas sobre la gestión del conocimiento, enfatizando la importancia de los procesos sociales y tecnológicos en la creación y difusión del conocimiento.

Todos estos autores se basan en investigaciones empíricas y estudios de caso para respaldar sus teorías. Sus trabajos han sido ampliamente citados y han influenciado la investigación y la práctica. La gestión del conocimiento es un campo multidisciplinario que combina elementos de la psicología, la sociología, la informática y la administración de empresas. Los autores mencionados ofrecen una visión integral de este complejo fenómeno, destacando la importancia de la creación, captura, almacenamiento, transferencia y aplicación del conocimiento en las organizaciones.

FENOMENOLOGÍA DE MOUSTAKAS: UNA PUERTA A LA EXPERIENCIA SUBJETIVA

La fenomenología de Moustakas se centra en la descripción y comprensión de las experiencias vividas tal como son experimentadas por los individuos. Al aplicar esta metodología a un estudio sobre la gestión del conocimiento en las relaciones públicas panameñas, es posible:

- Acceder a la esencia de la experiencia: Desvelar los significados profundos que los profesionales asignan a la gestión del conocimiento, más allá de las definiciones teóricas.
- Comprender las vivencias individuales: Reconocer la diversidad de experiencias y perspectivas, evitando generalizaciones simplistas.
- Identificar patrones y temas emergentes: A pesar de la individualidad de cada experiencia, identificar temas comunes que permitan construir una comprensión más amplia del fenómeno.
- Construir una narrativa rica y detallada: Crear una descripción vívida de las experiencias de los participantes, utilizando sus propias palabras y expresiones.
¿Por qué Moustakas?
- Énfasis en la experiencia directa: Moustakas pone el foco en la experiencia vivida como fuente primaria de conocimiento, lo cual es fundamental para comprender la gestión del conocimiento como una práctica concreta y cotidiana.

- Proceso de análisis riguroso: Su metodología proporciona un marco estructurado para analizar los datos cualitativos y extraer significados profundos.
- Adaptabilidad: La fenomenología de Moustakas es flexible y puede adaptarse a diversos contextos de investigación, lo que la convierte en una herramienta versátil.

Ahora bien, siguiendo el enfoque de Smith (2009), son analizadas las narrativas de los participantes para identificar los 'temas narrativos' recurrentes que dan forma a su comprensión de la gestión del conocimiento. Esto permitió comprender cómo construyen activamente su realidad social a través de sus historias. Así como también, Charmaz (2006), es una destacada teórica de la grounded theory construccionista. Sus trabajos sobre la construcción social de la realidad y la identidad ofrecen herramientas para analizar cómo las personas dan sentido a sus experiencias y cómo estas experiencias se transforman con el tiempo. Su enfoque en la construcción social de la realidad y en la transformación de la identidad es especialmente relevante para estudiar cómo los profesionales de las relaciones públicas construyen su comprensión de la gestión del conocimiento.

Aunque es más conocido por su trabajo en ética y filosofía política, MacIntyre (2009), ha hecho contribuciones significativas a la comprensión de la narrativa y la identidad. Su concepto de "práctica" puede ser útil para analizar cómo los profesionales de las relaciones públicas participan en una práctica social específica y cómo construyen su identidad dentro de esa práctica. Su enfoque en las prácticas sociales y la identidad puede enriquecer tu análisis de cómo los profesionales de las relaciones públicas dan sentido a su trabajo.

Por otra parte, la fenomenología de Moustakas, ofrece un marco conceptual ideal para explorar la gestión del conocimiento en las relaciones públicas panameñas, permitiendo adentrarse en las experiencias subjetivas de los profesionales. Al centrarse en la descripción detallada de las vivencias individuales, es posible trascender las generalizaciones y construir una comprensión profunda de los significados que los participantes atribuyen a sus prácticas. Esta metodología permite captar la complejidad y la riqueza de las experiencias, revelando tanto los aspectos positivos como los desafíos que enfrentan los profesionales en su día a día.

Además, al analizar las entrevistas a través de los lentes de la fenomenología, es posible identificar patrones y temas recurrentes que ayudan a construir una teoría

fundamentada en los datos. Al hacerlo, no solo se contribuye con la literatura existente sobre gestión del conocimiento, sino que también proporciona insights valiosos para la práctica profesional. La fenomenología de Moustakas permite comprender cómo los profesionales de las relaciones públicas en Panamá, experimentan y viven la gestión del conocimiento en su día a día, y cómo esta experiencia se ve influenciada por factores culturales, organizacionales y personales. De esta manera, se desarrollan recomendaciones prácticas para mejorar la gestión del conocimiento en este contexto específico.

Como señala Moustakas (1994), la fenomenología descriptiva busca comprender la esencia de la experiencia vivida. Al aplicar este enfoque a la gestión del conocimiento en las relaciones públicas panameñas, podemos acceder a los significados profundos que los profesionales asignan a sus prácticas. Por su parte, La fenomenología busca comprender el significado de la experiencia vivida tal como se presenta en la conciencia de los individuos, sin imponerle ninguna teoría preconcebida, (Giorgi, 2009). Mientras que, la fenomenología invita a entrar en el mundo del otro, a ver el mundo a través de sus ojos y a comprender su experiencia desde su propia perspectiva, (Casey, 2003).

CONTEXTO PANAMEÑO: CARACTERÍSTICAS Y DESAFÍOS DE LAS RELACIONES PÚBLICAS

El contexto panameño, marcado por su rica diversidad cultural, su creciente globalización y posición estratégica como centro logístico, presenta un escenario dinámico y complejo para la práctica de las relaciones públicas. Panamá, un crisol cultural en constante evolución, presenta un escenario dinámico y complejo para las relaciones públicas. Su población, rica en diversidad étnica y cultural, exige un enfoque comunicacional sensible y adaptado a las distintas identidades. La posición estratégica del país como hub logístico y financiero, lo ha insertado en un contexto globalizado, obligando a las organizaciones a comunicarse de manera efectiva con audiencias internacionales y a estar al tanto de las últimas tendencias en comunicación.

El crecimiento económico sostenido de Panamá ha generado nuevas oportunidades y desafíos para las relaciones públicas. Por un lado, ha impulsado la demanda de servicios de comunicación más sofisticados. Por otro, ha intensificado la competencia y la necesidad de construir y proteger la reputación de las marcas. Paralelamente, la rápida adopción de

tecnologías de la información y la comunicación ha transformado el panorama comunicacional, ofreciendo nuevas herramientas pero también nuevos desafíos.

La concentración del mercado de medios en Panamá representa un obstáculo adicional para las pequeñas y medianas empresas. El acceso a los medios tradicionales resulta más complejo y costoso, lo que obliga a las organizaciones a buscar alternativas como los medios digitales y las redes sociales para llegar a sus públicos objetivo. En este contexto, las relaciones públicas juegan un papel fundamental al ayudar a las organizaciones a construir relaciones sólidas con sus públicos, gestionar su reputación y adaptarse a un entorno comunicacional en constante cambio.

Por otro lado, Martín-Barbero (1987), destacado teórico de la comunicación latinoamericana, ha realizado importantes aportes al estudio de la recepción de los medios y de la construcción de sentidos en contextos culturales diversos. Las ideas de Martín-Barbero resultan especialmente pertinentes para analizar la diversidad cultural de Panamá y la forma en que los medios de comunicación contribuyen a construir identidades nacionales y locales. Su enfoque en la recepción de los mensajes permite comprender cómo las audiencias panameñas interpretan y resignifican los contenidos mediáticos.

De igual forma, Martín-Barbero y García, son dos autores fundamentales en los estudios culturales latinoamericanos y han realizado aportes significativos a la teoría de la comunicación. Sus obras, publicadas a lo largo de varias décadas, han influenciado a numerosas generaciones de investigadores. También Martín-Barbero (1992), analiza la relación entre los medios de comunicación y la cultura, poniendo énfasis en la recepción y los usos que hacen las audiencias de los mensajes mediáticos, además de; centrarse en el análisis del melodrama televisivo como un género que refleja y construye las identidades culturales de las audiencias.

Por otro lado, García (2004), reflexiona sobre la sociedad contemporánea, caracterizada por la proliferación de imágenes y la importancia de lo visual. Además, examina cómo los medios de comunicación contribuyen a la construcción de una cultura del espectáculo. Tanto Martín-Barbero como García Canclini ofrecen marcos teóricos fundamentales para comprender los procesos de comunicación y culturalización en la América Latina contemporánea. Ambos autores destacan la importancia de la cultura, la

identidad y los contextos locales en la construcción de significados. Además, ambos reconocen la hibridación cultural como una característica fundamental de las sociedades contemporáneas.

Desde esta perspectiva, la fenomenología de Moustakas invita a sumergirse en la experiencia viva de las relaciones públicas en Panamá. Al entrevistar a profesionales del sector, es posible comprender cómo experimentan la diversidad cultural en su día a día. Por ejemplo, un ejecutivo de una empresa multinacional podría describir cómo adapta sus mensajes a las diferentes comunidades indígenas de Panamá, mientras que un consultor de relaciones públicas de una pequeña empresa local, podría hablar de los desafíos de construir una marca en un mercado altamente competitivo. Al analizar estos relatos, se puede identificar patrones y temas recurrentes que permitan comprender mejor la naturaleza de las relaciones públicas en Panamá.

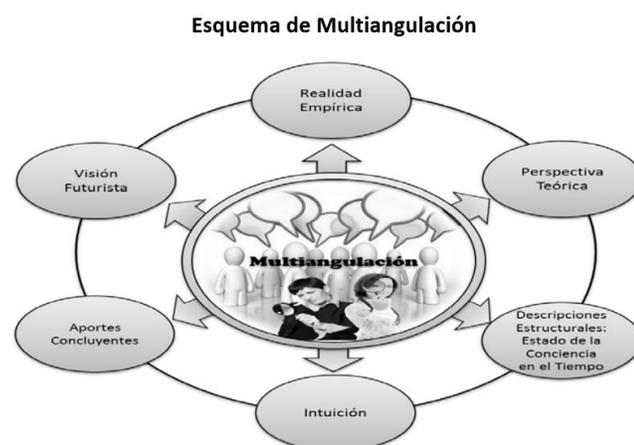
Un aspecto clave que surge al aplicar la fenomenología de Moustakas a este contexto es el papel del cuerpo y la emoción en la comunicación. En Panamá, donde la interacción social y las relaciones personales son fundamentales, la comunicación no se limita a la transmisión de información, sino que involucra todo el ser humano. Los profesionales de las relaciones públicas deben ser capaces de sintonizar con las emociones de sus públicos y utilizar un lenguaje corporal adecuado para transmitir confianza y credibilidad. Por ejemplo, en una campaña dirigida a una comunidad indígena, podría ser más efectivo utilizar imágenes y videos que muestren a personas sonriendo y compartiendo momentos de alegría, en lugar de enfocarse únicamente en datos estadísticos.

Asimismo, la dimensión espacial y temporal juega un papel fundamental en las relaciones públicas panameñas. Los eventos y las celebraciones culturales son momentos clave para fortalecer los vínculos con las comunidades y construir una imagen positiva de la marca. Al analizar cómo se utilizan los espacios públicos y virtuales en estas ocasiones, es posible comprender mejor cómo se construyen los significados y las identidades en Panamá. Por ejemplo, una empresa que organiza un evento comunitario en un barrio popular de la ciudad, podría estar buscando construir una imagen de cercanía y compromiso social. Sin embargo, si el evento no se adapta a las costumbres y tradiciones locales, genera una reacción negativa.

La fenomenología de Moustakas, ofrece un marco conceptual valioso para analizar la experiencia de las relaciones públicas en Panamá. Al centrarse en la experiencia viva de los profesionales y aspectos subjetivos de la comunicación, es posible comprender mejor cómo se construyen los significados y las relaciones en este contexto multicultural y dinámico. Esta perspectiva permite ir más allá de los enfoques tradicionales de las relaciones públicas y desarrollar estrategias de comunicación más auténticas y efectivas.

RECORRIDO METODOLÓGICO

Este estudio se realizó con el objetivo de comprender en profundidad cómo los profesionales de las relaciones públicas en Panamá, experimentaron y vivieron la gestión del conocimiento en su práctica diaria. A través de un enfoque fenomenológico basado en la metodología de Clark Moustakas, han sido identificados los aspectos más valorados de la gestión del conocimiento, las prácticas más utilizadas, los desafíos enfrentados y oportunidades para mejorar. Para ello, se realizaron entrevistas semiestructuradas a una muestra intencional de profesionales con al menos cinco años de experiencia en el sector. Los datos fueron analizados mediante una categorización temática y una triangulación de fuentes. Los resultados de esta investigación contribuyen a enriquecer el conocimiento sobre la gestión del conocimiento en el contexto panameño y son ofrecidas recomendaciones para mejorar las prácticas profesionales en este campo.



Nota: Figura 1. Multiangulación

La elección del enfoque fenomenológico se justificó por la necesidad de comprender la experiencia subjetiva de los profesionales y los significados que atribuían a la gestión del conocimiento en su contexto laboral específico. Al centrarse en las vivencias individuales, se buscó trascender las explicaciones teóricas y obtener una visión más profunda y rica de la realidad estudiada. Panamá, con su creciente dinamismo económico y su diversidad cultural, representa un contexto ideal para explorar cómo la gestión del conocimiento se adaptaba a las particularidades de un mercado emergente.

Si bien este estudio aportó valiosos conocimientos sobre la gestión del conocimiento en las relaciones públicas panameñas, es importante reconocer algunas limitaciones. La muestra, aunque intencional, pudo no ser representativa de todos los profesionales del sector. Además, el enfoque fenomenológico, al centrarse en la experiencia subjetiva, puede limitar la generalización de los resultados a otros contextos. Futuras investigaciones podrían ampliar este estudio mediante el uso de métodos mixtos, incluyendo encuestas cuantitativas para obtener datos más generalizables, y explorando la relación entre la gestión del conocimiento y el desempeño organizacional.

Para comprender en profundidad la experiencia vivida de los profesionales de las relaciones públicas, se optó por un enfoque fenomenológico basado en la metodología de Clark Moustakas (1994). Esta elección metodológica permitió acceder a los significados que los participantes atribuían a sus prácticas cotidianas. En este sentido, se encontró que los profesionales de las relaciones públicas en Panamá valoraban significativamente la colaboración como un aspecto fundamental en su práctica diaria.

Por otra parte, un hallazgo recurrente en el estudio fue la alta valoración que los participantes otorgaban a la colaboración como un factor clave para el éxito en su trabajo. La mayoría de los entrevistados mencionaron la importancia de compartir conocimientos y experiencias con sus colegas para encontrar soluciones creativas a los desafíos de la profesión.

CONSIDERACIONES FINALES

El presente estudio, enfocado en comprender la experiencia de los profesionales de las relaciones públicas en Panamá en relación con la gestión del conocimiento, ha revelado hallazgos significativos que enriquecen el conocimiento existente en este campo.

En primer lugar, se constató que la gestión del conocimiento es valorada como un aspecto fundamental para el éxito profesional en las relaciones públicas panameñas. Los participantes destacaron la importancia de compartir conocimientos, colaborar con colegas y aprender de las experiencias de otros. Estos hallazgos coinciden con la literatura existente, que enfatiza el papel de la colaboración y el aprendizaje continuo en la gestión del conocimiento.

Sin embargo, el estudio también identificó desafíos significativos. Los profesionales mencionaron dificultades para documentar el conocimiento tácito, la falta de sistemas formales de gestión del conocimiento y la escasez de tiempo para dedicarse a estas actividades. Estos desafíos reflejan la necesidad de desarrollar estrategias y herramientas más efectivas para gestionar el conocimiento en las organizaciones panameñas.

En cuanto a las prácticas de gestión del conocimiento, los participantes reportaron una variedad de enfoques, desde la creación de comunidades de práctica, hasta la utilización de herramientas tecnológicas. Sin embargo, se observó una tendencia hacia prácticas informales y basadas en la experiencia personal.

La aplicación del enfoque fenomenológico de Moustakas permitió acceder a las experiencias subjetivas de los profesionales y comprender los significados que atribuyen a la gestión del conocimiento. Esta perspectiva ha enriquecido la comprensión de cómo se vive y se experimenta la gestión del conocimiento en el contexto específico de Panamá.

Implicaciones y recomendaciones

Los resultados de este estudio tienen importantes implicaciones para la práctica profesional y la investigación futura. En primer lugar, se recomienda que las organizaciones de relaciones públicas en Panamá inviertan en el desarrollo de culturas organizacionales que fomenten el intercambio de conocimientos y la colaboración. Esto puede lograrse a través de la implementación de programas de formación, creación de comunidades de práctica y el uso de tecnologías de la información.

En segundo lugar, es necesario desarrollar herramientas y sistemas de gestión del conocimiento, adaptados a las necesidades específicas de las organizaciones panameñas.

Estos sistemas deben facilitar la captura, almacenamiento y difusión del conocimiento, tanto tácito como explícito.

Finalmente, se sugiere que futuras investigaciones exploren la relación entre la gestión del conocimiento y el desempeño organizacional en el contexto de las relaciones públicas. Además, sería interesante comparar los resultados de este estudio con otros contextos culturales y organizacionales para identificar patrones universales y particularidades locales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alavi, M., & Leidner, D. E. (2001). Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. *MIS Quarterly*, 25(1), 107-136.
- Casey, K. (2003). *The qualitative research experience: A phenomenological approach*. Sage Publications.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. Sage.
- Davenport, T. H., & Prusak, L. (1998). *Working knowledge: How organizations manage what they know*. Harvard Business Press.
- García Canclini, N. (2004). "Hybrid Cultures: Strategies for Entering and Leaving Modernity". University of Minnesota Press. (Versión en inglés de "Culturas híbridas")
- Giorgi, A. (2009). *The descriptive phenomenological method in psychology: A conceptual and methodological overview*. Duquesne University Press.
- Martín-Barbero, J. (1992). "De la comunicación a la filosofía y viceversa: nuevos mapas, nuevos retos", en M. Laverde y R. Reguillo (eds.), *Mapas nocturnos. Diálogos con la obra de Jesús Martín-Barbero*. Bogotá: Universidad Central DIUC.
- Moustakas, C. (1994). *Phenomenological research methods*. * Sage Publications.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (1995). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. (2001). *The knowledge-creating company: How Japanese companies create the dynamics of innovation*. Oxford University Press. (2nd ed.)
- Rudd, A. (2009). In defence of narrative. *European Journal of Philosophy*, 17(1), 60.
- Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.

- Smith, J. A. (2009). *Evocative inquiry: The art and practice of qualitative research*. Sage Publications.
- Sveiby, K.-E. (2003). *The New organizational wealth: Managing and measuring knowledge-based assets*. Berrett-Koehler Publishers.
- Van Manen, M. (1990). *Researching lived experience: Human science for an action sensitive pedagogy*. SUNY Press.
- Weick, K. E. (1995). *Sensemaking in organizations*. Sage Publications.