



Liderazgo y Pedagogía Emocional de la Comunicación Organizacional Interna Universitaria Proyectada Hacia la Virtualidad

Chang Yáñez Beatriz¹

beatriz.changy@ug.edu.ec

[https://orcid.org/0000-0002-](https://orcid.org/0000-0002-1020-4045)

[1020-4045](https://orcid.org/0000-0002-1020-4045)

Universidad de Guayaquil.

Ludovico Vizúete Negrete

Washington

washington.vizueten@ug.edu.ec

[https://orcid.org/0000-0002-7091-](https://orcid.org/0000-0002-7091-6095)

[6095](https://orcid.org/0000-0002-7091-6095)

Universidad de Guayaquil

RESUMEN.

La presente investigación, es una interpretación hermenéutica, sobre la importancia y representatividad que tiene la comunicación organizacional interna de los centros asociados a la educación universitaria, circunscribiendo áreas de la virtualidad. En la primera parte se hace un análisis de la influencia de la pedagogía emocional en el ámbito de la comunicación vertical descendente en lo relacionado al cumplimiento de las misiones y visiones institucionales. En la segunda parte se enfoca la vulnerabilidad universitaria desde la realidad del estudiante que vive en una zona geográfica diferente a su lugar habitual de residencia, que deben afrontar horarios rígidos en la que mediaría un sistema de *streaming* como una opción a la presentación progresiva y grabada de clases online, en la que medien no solamente los contenidos, sino la trama de la clase y la explicación docente a ser consultada en cualquier momento de la necesidad de que el evento sea consultado. En cuanto a la metodología se aplica un análisis bibliográfico con autores relevantes de revistas científicas, para luego aplicar un cuestionario a estudiantes de la Universidad Estatal de Guayaquil, sobre el trato recibido desde los niveles administrativos, hasta la imagen institucional.

Palabras claves: *liderazgo- pedagogía emocional- comunicación organizacional- streaming.*

¹ Autor principal

Leadership And Emotional Pedagogy Of Internal University Organizational Communication Projected Towards Virtuality

Abstract

The present investigation is a hermeneutic interpretation of the importance and representativeness of the internal organizational communication of the centers associated with university education, circumscribing virtual areas. In the first part an analysis is made of the influence of emotional pedagogy in the field of descending vertical communication in relation to the fulfillment of institutional missions and visions. In the second part, the university vulnerability is focused from the reality of the student who lives in a geographical area different from his usual place of residence, from those mothers and fathers who are single or who live alone and who must face rigid schedules in which they would mediate a streaming system as an option to the progressive and recorded presentation of online classes, in which not only the content mediates, but the plot of the class and the teaching explanation to be consulted at any time of the need for the event be consulted Regarding the methodology, a bibliographic analysis with relevant authors of scientific journals is applied, and then a questionnaire is applied to students of the State University of Guayaquil, about the treatment received from the administrative levels, to the institutional image.

Keywords: *leadership- emotional pedagogy- organizational communication- streaming*

Artículo recibido 29 Abril 2023

Aceptado para publicación: 29 Mayo 2023

INTRODUCCIÓN.

Una interpretación hermenéutica de la importancia de la calidad de la comunicación organizacional interna de los centros asociados a la educación como son las universidades y las empresas es necesaria al encontrar niveles de preocupación en la calidad del mensaje de las organizaciones, que se reciben a diario, tal y como lo presentan Bravo Alvarado, Rufina Narcisa (2021) en su Comunicación efectiva a través de la Virtualidad en la Formación Universitaria: donde demuestran que “La evolución constante de las tecnologías de la información y comunicación ha favorecido la creación de espacios donde las personas promueven nuevas formas de comunicarse, entre los que se encuentran los entornos virtuales de aprendizaje”. Sobre todo, por el impacto de las TIC y las redes sociales en la vida cotidiana de los clientes y trabajadores del siglo XXI. La pandemia de esta década, la covid 19, es una demostración del aporte histórico que a la humanidad le ha servido el conectivismo, como fenómeno social. El objetivo de la presente investigación es caracterizar la influencia de la pedagogía emocional en la comunicación vertical descendente analizando la misión del liderazgo para fortalecer la comunicación organizacional interna, circunscrita a las áreas de la virtualidad, que son “aspectos que favorecen los procesos de aprendizaje y la construcción de aprendizajes colaborativos en entornos virtuales: la comunicación y la interacción” (María del Socorro Pérez Alcalá).

Para enfocar todos los aspectos se realiza un análisis de la influencia de la pedagogía emocional en el ámbito de la comunicación vertical descendente, caracterizada como esa pedagogía emocional, que reconoce el impacto de las emociones bien manejadas en la calidad del mensaje que debe llegar a la conciencia sobre todo de los miembros más vulnerables como son los padres y madres, el personal que se incorpora de a poco y que necesita una tutoría adecuada para que los indicadores de desempeño sean de gran rendimiento. Se detalla las ventajas; de identificar los diferentes conceptos que explican cada uno de los procesos y elementos que intervienen en las relaciones socioeducativas, creando en entornos virtuales de aprendizaje (María del Socorro Pérez Alcalá), o del *streaming* como una opción de gran interés en las grabaciones de las clases como un registro documental. Se da paso a la libertad en la creatividad en la que se aplica una pedagogía híbrida para trabajadores jóvenes de gran rendimiento. El

objetivo general de la presente investigación es analizar la influencia de la pedagogía emocional relacionándolo con la comunicación interna para el cumplimiento de las misiones y visiones institucionales. Como objetivos específicos están los de relacionar la comunicación vertical descendente para una dirección competitiva de la pedagogía emocional por temas como la accesibilidad, por ejemplo, Revista Comunicación, No. 31 (2014): especifica que: La accesibilidad de un producto o sitio web es definida como la “posibilidad de que pueda ser accedido y usado por el mayor número posible de personas, indiferentemente de las limitaciones propias del individuo o de las derivadas del contexto de uso.

Y el segundo objetivo específico es caracterizar a la pedagogía emocional como un instrumento metodológico de la comunicación para establecer formas de convivencia directiva óptimas, con actualizaciones de tendencia: Actualización: “Es la capacidad de que los contenidos se renueven permanentemente y en forma simple y económica para el usuario, quien no tiene necesidad de adquirir un nuevo ejemplar de un medio para ver lo último, sino que basta con acceder al lugar donde esté ubicado en la red, para revisar la versión actual” (Franciny Espinosa Osorio).

La investigación argumenta la relevancia de la comunicación vertical descendente en lo relacionado al cumplimiento de las misiones y visiones institucionales, para dotar a los involucrados de recursos emotivos que garanticen el mejoramiento del sistema dialógico tan importante a nivel de dirección: “Donde el uso y apropiación de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) es cada vez mayor en las organizaciones y en el desarrollo de sus procesos de gestión de la comunicación interna”(Franciny Espinosa Osorio, 2014).

En la segunda parte se enfoca la vulnerabilidad universitaria desde la realidad del estudiante que vive en una zona geográfica diferente a su lugar habitual de residencia, ya que la gestión de su vida en la nueva zona de influencia no se toma en cuenta en la empresa privada ni pública, ni tampoco en las universidades, para los casos de comunicación interna de las Universidades, Instituciones en las que el Internet se ha convertido en una herramienta importante para sus

comunicaciones, por su inmediatez, agilidad y versatilidad, (Franciny Espinosa Osorio, 2014). Además del caso de aquellos alumnos que no reciben ninguna otra subvención del Estado, o que viven solos y deben afrontar las necesidades a diario, por lo que la institución debe tratar de ayudar con medios virtuales de comunicación interna de las Universidades administrados por el área de Comunicación Institucional, con el fin de determinar si cumplen o no con las características propias de los contenidos digitales fijados en la ley para aumentar su nivel de exigencia, a estos casos según Ángela Preciado-Hoyos¹ Cristina Etayo-Pérez (2014), han proliferado estudios sobre liderazgo transformacional convertido en mediador con carácter de liderazgo comunicacional: “Dado que tiene conciencia y control de su propio desempeño comunicativo, el líder carismático es un importante agente de la comunicación interna, que recibe el apoyo del área de comunicaciones para interpretar la visión y orientar la organización hacia el cambio. La labor del área consiste en apoyar al líder en la circulación de los nuevos lenguajes y símbolos que se van creando, en hacer eco de sus mensajes, pero también en hacer conocer las percepciones que los seguidores tienen sobre los contenidos que reciben”.

(Olivero Guidabono , 2018) (Cobos Sanchiz , López Meneses , Jaén Martínez , Martín Padilla , & Molina García , 2022); expresan que: “De esta forma, para lograr la madurez personal se debería efectuar una formación profesional y personal realizando una autoevaluación y reflexión teniendo en cuenta la forma de actuar y ser en el entorno escolar”. De tal manera que la inteligencia emocional hacia los docentes o trabajadores a cargo, logren desarrollar beneficios para la difícil tarea docente.

(Cobos Sanchiz , et al., 2022) considera que en el liderazgo del administrador o rector, deben primar los siguientes valores administrativos como parte de la pedagogía de la comunicación interna:

Los participantes del coaching tienen que compartir algunos valores como: aceptación, para cumplir con los objetivos institucionales y personales; acción, para salir de la zona de bienestar y servir con ánimo de ayuda; autenticidad, para ganar autoconfianza y ser lo que se es; coraje, para aceptar posibles riesgos y lograr el bienestar de los clientes; desapego, para conservar la objetividad, sin tener preferencia por ningún docente o trabajador; efectividad, para obtener resultados positivos; aprendizaje, para consolidar la

autonomía y reflexionar ; respeto, para asegurar la libertad de cada uno; y orientación al logro, para tener motivación hacia el bienestar . (p. 378)

Se plantea que, dentro de la comunicación interna, se medie un sistema de *streaming* como una opción a la presentación progresiva y grabada de clases online, y de las video cámaras ante realidades que la autoridad debe conocer de forma directa y objetiva; los contenidos que se desarrollan en ambientes digitales, siendo una de las principales la interacción, la cual según Franciny Espinosa Osorio (2014) es la relación con la capacidad de los espacios digitales para ser utilizados y modificados de acuerdo a las acciones que vaya realizando el propio usuario, a las que todos los estudiantes vulnerables como archivos que ellos puedan recuperar en la que medien no solamente los contenidos, sino la trama del problema.

Desarrollo

Antecedentes

(Pereda Pérez , López Guzmán , & González Santa Cruz , 2018) escribieron “ La Inteligencia emocional como habilidad directiva. Ese estudio considera que la inteligencia emocional es una habilidad directiva, que impacta sobre el desempeño de las personas, y a la realidad de las variables de las organizaciones. En su muestreo e interrogatorio como técnica, valoró a través de los empleados a las diferentes variables administrativas desde las habilidades que se deben tener.

Otro antecedente es el estudio realizado por (Gómez Chacón , 2022) sobre la importancia de la innovación en la vida institucional, con la finalidad de mejorar el servicio que la Universidad ofrece a la sociedad. La autora da prioridad a la “transferencia del conocimiento”. Pero también Gabriela Katia Papić Domínguez. (2019), le otorga supremacía a la trascendencia de la comunicación organizacional interna, al sostener que: por una parte, la comunicación organizacional interna representa una importante valoración en la entidad educativa porque posibilita a los integrantes el acceso a la información institucional que permite a los actores contribuir a su progreso y conservación. Asimismo, concibe a la comunicación en el área de la institución como un activo comunitario de la gestión y de las organizaciones educativas.

Muchos centros educativos, sostiene Acosta Yahaira Rosario. (2017), tienen como debilidad la falta de comunicación organizacional interna entre equipos de gestión y equipo docente. Por esta razón, el trabajo que se realiza no resulta de forma eficaz o no se logran los objetivos. Donde no hay una buena comunicación no hay trabajo en equipo, pues cada miembro de una institución es importante y merece ser tomado en cuenta y ser informado. Lamentablemente hay gestores que son jefes y no líderes; ya que un buen líder tiene que saber qué necesita la otra parte.

(Martín Padilla , Jaén , Molina García , & Blas Padilla , 2022) en un estudio sobre la importancia

de la comunicación dentro del desarrollo integral, a lo que ellos llaman el “aprendizaje servicio”; una forma que mientras se sirve a los demás, se logra un aprendizaje de intencionalidad pedagógica. El aprendizaje servicio se aplica a la comunicación organizacional porque permite cumplir con un compromiso de mejorar las necesidades reales detectadas en el entorno de trabajo.

Los análisis realizados por Mariela del Valle Miranda. Susana Gladys Lahoz. (2020). Concluyeron que: El surgimiento de una universidad virtual, no desde los campus destinados a tal fin, sino de las prácticas cotidianas, surge como una realidad paralela que refleja discursos y destrezas en no pocas veces desconocidas por la institucionalidad tradicional. Este proceso disruptivo hace que convivan en nuestras casas de altos estudios, lo más tradicional y conocido en cuanto a formas y modelos para gestionar las relaciones comunicacionales con sus públicos junto a la irrupción del entorno virtual en el interior universitario, lo que representa un desafío para la inclusión.

Aguilera Moyano, Miguel; Farias Batlle, Pedro; Baraybar Fernández, Antonio. En su estudio de: “la comunicación universitaria”. Determina que las bases doctrinales de un modelo que cambia; los profesionales de la comunicación universitaria interna, encuentran buena parte de los criterios que guían esa necesaria adaptación a las nuevas formas de comunicar, y de las propias reflexiones que mantengan sobre sus experiencias profesionales al efecto en el campo de la comunicación institucional y en los más trabajos propios de la organizacional, las empresas y las instituciones se ven obligadas a conocer esos cambios y, en consecuencia, a ajustar sus comportamientos a los requerimientos que plantean cuestiones tales como las comunicaciones móviles entre otras varias tics.

Fundamentación teórica.

Liderazgo y pedagogía emocional de la comunicación organizacional interna en la era de la virtualidad. Por lo que el liderazgo de las instituciones amerita una visión antropométrica de la forma en que se maneje el lenguaje que debe darse a quienes están en un nivel inferior de la organización de las instituciones y universidades, tal y como lo sostienen Pacheco Rodríguez, Miryam Gabriel y Cabrera Méndez, Margarita (2022) que “La comunicación organizacional como componente empresarial ha cobrado mayor relevancia en la estructura de los activos intangibles que dispone una entidad, pero la realidad es que aún son muchas las instituciones que desaprovechan el potencial de esta herramienta corporativa y más si pertenecen al sector público de una nación. La Universidad de Guayaquil no es ajena a esta realidad por lo que permanentemente presenta escenarios de desinformación e incertidumbre; así también el ruido es una constante en su ciclo comunicacional”, que deben contar con áreas de Comunicación

Institucional, dependencia que produce y administra material para diversos medios de comunicación institucional -escritos, gráficos, audiovisuales y virtuales. Pero que ahora están creados con el propósito de servir como canal de información para apoyar el fortalecimiento de la identidad y la calidad formativa-profesional de la Institución, (Comunicación interna en el entorno digital de la Universidad de Ibagué, 2014).

Ese lenguaje que debe ser seleccionado, porque tendrá como objetivo la misión institucional, y para ello cada uno de los elementos que acompañen a ese cumplimiento que beneficie a cada uno de los miembros de la institución, usan estos medios como canales para informarse del acontecer académico y administrativo de la Universidad (204) y debe respetar la carga emotiva del otro. María Eugenia Aristizábal Giraldo Y David Hernández García, sostienen que “la mediatización de la comunicación, debido a la expansión de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) que ha generado un sistema diferente de relaciones entre sus miembros, lo que exige un nuevo tipo de comunicación interna. Las nuevas tecnologías están obligando a gestionar la comunicación de una manera diferente, pues el problema ya no se puede reducir a la aparición en medios de comunicación, sino que se hace necesario incluir la participación activa de sus grupos de interés”

Tomar conciencia que la misión institucional no es la misma en todas las empresas, pero al llegar a un nivel moral del humanismo dialógico, se llega a una disciplina armónica, al sentido de justicia, y a la imagen institucional, en el que se centra la pedagogía emocional. Jesús María Salinas Ibáñez (Recuperado 2022) en su trabajo de investigación determinó: Qué las instituciones de educación superior, para adaptarse a las necesidades de la sociedad actual, requieren un proceso de flexibilización que pasa por la explotación de las tecnologías de la información y la comunicación en los procesos de formación. Pero, al mismo tiempo, ello implica cambios en la concepción de los alumnos-usuarios, cambios en los profesores y cambios administrativos en relación con el diseño y distribución de la enseñanza y con los sistemas de comunicación que la institución establece.

(Castelo Barreno , 2023) hizo un estudio de las diferentes inteligencias múltiples de gestión a diferencia de Gardner que hace un estudio de los talentos e inteligencias diversificándolas en varias como facultades cognitivas, Castelo que hace es diversificar las diferentes inteligencias que debe tener un directivo y allí las relaciona a la comunicación. El administrador de los centros superiores no solamente debe manejar un solo perfil sino varios. En las siguientes citas se puede admirar la división de (Castelo Barreno , 2023) “ Los estándares de desempeño directivo, hacen referencia al liderazgo, a la gestión pedagógica, al talento humano, a recursos, al clima organizacional y a la convivencia escolar.” (p. 723)

El contexto sociológico en el que se manejan los centros de educación superior es en un 98% andragógico, el otro 2,00% corresponde a estudiantes menores de 18 años, de los cuales, al menos el 0,01% mantiene un porcentaje de vulnerabilidad, ya sea porque son, estudiantes en movilidad humana al no pertenecer a la zona geográfica de residencia de la universidad. En cada uno de esos subgrupos, la inteligencia emocional ha funcionado en forma diferente, según los estudios realizados por Mendoza-Zamora, Walter Hormaza-Muñoz, Zaida (2018), quienes concluyen que: “la conceptualización de los aspectos que rigen el proceso de comunicación interna en las universidades. De modo que la comunicación universitaria asiste de nuevo a las fuentes doctrinales de las que tradicionalmente ha gustado. Sobre todo, la comunicación organizacional, que a lo largo del último medio siglo ha logrado atesorar un conjunto de saberes que han garantizado el eficaz desempeño de esa actividad profesional. se pudo conocer que los medios de comunicación se han convertido en ámbitos privilegiados de espacios públicos para brindar información, propaganda, publicidad y consenso, con el propósito de expandir una cultura corporativa”.

La memoria individual, de las experiencias anteriores es el punto del desequilibrio que el líder debe manejar con pinza. El ser consciente que todos somos personas, seres existenciales, con necesidades continuas es parte de la visión gerencial de la comunicación interna de la empresa pública o privada.

La pedagogía emocional

(Castelo Barreno , 2023) considera que las inteligencias múltiples de los directivos son las siguientes: inteligencia administrativa, inteligencia objetiva, inteligencia directiva, inteligencia emocional, inteligencia verbal, inteligencia moral e inteligencia proyectiva. De esa inteligencia emocional, el liderazgo necesita que se unan la inteligencia verbal y moral. Un líder moralmente responsable, comprometido con su realidad kinestésica desarrolla la inteligencia emocional con una pedagogía con el arte que la comunicación amerita. Sabe lo que es el conflicto y cómo dirigirlo para que se solucionen los problemas.

En el mundo de las complicaciones, la inteligencia emocional, permite a la honestidad ser considerada como preciosa y la integridad en el líder es el mejor ejemplo. En las empresas educativas, hay líderes que se mantienen en la oscuridad y que muchas veces no son reconocidos como tales: el de la limpieza, el chofer que lleva al jefe y las compras y que el diálogo descendente es vital llamarlos por su nombre. Sin embargo, José Álvarez explica y advierte, “Sólo las compañías líderes que asumen que la auténtica comunicación engloba el conjunto de las actividades de una organización encaminadas hacia la obtención del éxito empresarial, traducido éste en beneficios económicos y desarrollo comunitario, conceden a la

comunicación interna el papel estelar que debe tener en la gestión del negocio. Para el resto de las empresas e instituciones, la comunicación interna sigue siendo la gran asignatura pendiente. Una materia que la mayoría de las corporaciones tratan de aprobar no tanto por convencimiento o porque adviertan con nitidez sus intangibles efectos en la cuenta de resultados, sino por seguir la estela de la competencia”.

Inteligencia emocional en la práctica se debe estar dentro del contexto del aprendizaje en la visión unidimensional o en la proyección de cómo, yo docente, tengo una visión de las cosas, esa es la que el estudiante debe tener, desechando la multidimensionalidad del aprendizaje y las múltiples formas de captar el objeto de estudio. No es recomendable tener una visión unitaria de los problemas para abordarlos, sino que la inteligencia contiene una estructura pluralista. “Son un conjunto de inteligencias heterogéneas las que participan en el aprendizaje y cada una de ellas independientes” (Fernández González & Mihura de Rosa, 2015, pág.2), pero distintas siendo el docente el que debe ayudar a su admiración desde la didáctica. La inteligencia emocional de gestión se asocia a tres inteligencias múltiples de Gardner, la inteligencia interpersonal, la corporal-cinestésica, y la lingüístico-verbal.

(Esteves Fajardo , Chenet Zuta , Choez Medina , & Choez Medina , 2019) escribieron un artículo sobre las Competencias emocionales, en las que describen a la conciencia emocional como: “La capacidad para tomar conciencia de las propias emociones y de las emociones de los demás, incluyendo la habilidad para captar el clima emocional de un contexto determinado.” (p. 17) En ese contexto directivo, el líder tiene la capacidad para en el menor tiempo posible adoptar la postura emocional que le permite solucionar apegado al derecho lo que el docente, o estudiante requiere.

Para (Castelo Barreno , 2023): Inteligencia directiva es la competencia en liderar una institución desde lo administrativo, pedagógico, vivencial, seguridad y financiero con la finalidad de gestionar los recursos valorando su integridad, desarrollo y finalidad hacia lograr los objetivos personales de los estudiantes, docentes, proveedores y padres de familia. Cabe recalcar que para favorecer el desarrollo social existen una variedad de estrategias directivas didácticas las cuales pueden ser utilizadas por los líderes de los sistemas educativos. La inteligencia directiva de gestión se asocia a la inteligencia interpersonal de Gardner. (p. 725)

En esa administración de la pedagogía emocional, se destaca el eje seguridad y pedagogía emocional, porque en el caso ecuatoriano, actualmente los docentes y estudiantes universitarios están sometidos a riesgos que deben ser comunicados en forma muy asertiva de parte de los gerentes administrativos, utilizando la capacidad analítica de los riesgos que se asumen a pesar de la existencia parcial de la virtualidad. Se sigue todavía apegado a la enseñanza presencial,

cuando a determinadas horas de la noche, en facultades que pasan de las 8 pm todas deben ser virtuales.

Para (Esteves Fajardo , et al. , 2019) Cuando se expresan las emociones en forma correcta éstas por lo general se reflejan en la facies, por lo que el impacto es irreversible. Una especie de comportamiento que a menudo está contenida de intencionalidad e impulsos. Son parte de la administración de la inteligencia emocional la habilidad y la expresividad. A esto se agrega en forma inconsciente, el hábito que se crea en esa sintaxis de la expresividad facial.

Otro de los métodos para el bienestar de la comunidad universitaria, es la toma de decisiones para llegar a comunicar lo que en verdad interesa a los grupos comprometidos con la vida universitaria o empresarial. Una vida comunicacional activa implica la existencia de la creatividad de soluciones a partir de la realidad que se vive a diario: complicadas formas de llegar al campus universitario, deserción universitaria, seguimiento de graduados, madres solteras que se retiran, padres solteros con alto nivel de deserción universitaria.

Una pedagogía dialógica, permite llegar a los mejores niveles de confianza para que lo que crea el innovador se acompañe de un diálogo creativo, proactivo y que no obstaculice los procesos de innovación. Por lo tanto, si la Universidad de Guayaquil, incluyera asistencia semipresenciales para estudiantes vulnerables, debe tener en todos ellos el diseño de contenidos on line para todos los módulos que se logren implementar. El modelo correcto de esto es el streaming universitario.

La comunicación organizacional

Para (Sánchez de Armas, 2018) “La comunicación organizacional es un instrumento fundamental para crear una cultura organizacional.” Esa comunicación guiada por una inteligencia emocional es la inteligencia pedagógica, y a nivel de una organización de los líderes, esa comunicación, debe estar orientada a la gestión emocional vertical descendente que premia a la producción de la empresa.

La comunicación organizacional con los estudiantes nuevos no es la misma que para estudiantes que ya saben de la política universitaria como con los docentes. Estudiantes que en su mayoría recién adquieren la mayoría de edad, pero que permite unir a estudiantes de varias provincias y de varios países. Según la iniciativa de Eugenio Sulbarán Piñeiro; Citlalli Rojón González, (Recuperado 23-05-2023): La interactividad dentro de un proceso educativo permite que el educador pueda ejercer mejor su papel de planificador de la enseñanza cuando determina la necesidad de instrucción de sus estudiantes para, de este modo, organizar y planificar cada aspecto del proceso de aprendizaje; y concluyen que: “deliberar sobre la repercusión de la interactividad y los nuevos medios de comunicación en los procesos

educativos es, muchas veces, una tarea diaria, debido a las constantes transformaciones comunicativas generadas por los avances tecnológicos, por la serie de ventajas que, por ahora, pueden extraerse de los formatos multimedia o sistemas interactivos”.

El cambio de método en la organización del tiempo de los estudiantes es lo que marca esta edad, y en la que el tutor universitario- que existe muy poco en el Ecuador-, se preocupará por gestionarla. La adaptación de los jóvenes es vital a la misión institucional, ellos bien entrenados y formados, representan un capital humano de enorme importancia en la historia institucional, y demanda una actitud personalista en la comunicación con personas de ese temperamento, brillantes e inteligentes en el que comunicación organizacional aplicada a la Educación Superior logra incluso insertar su criterio desde la planificación organizacional, Tal y como lo señala el estudio realizado por Edgar Enrique Celada, “las universidades pueden catalogarse perfectamente como organizaciones que se explican y justifican en el alcance de sus funciones de educación superior, investigación, transferencia de conocimientos, proyección y de servicio. Trascendiendo la profunda visión humanista implícita en la explicación de su existencia, la universidad existe porque produce servicios que vende a personas u organizaciones interesadas y participa en un mercado abierto con otras organizaciones similares, lo que no la exime de competir, sea en el marco de las características científicas de sus productos, su ideología, su inclinación confesional, su orientación social, cultural, política y económica. Esta percepción de organización productiva en un escenario competitivo, pero también imbuida/revestida de las razones de su propia existencia”.

La investigación realizada por Aguilera Moyano, Miguel; Farias Batlle, Pedro; Baraybar Fernández Antonio, en la “La comunicación universitaria. Determina: que la adaptación a las nuevas formas de comunicar: estrategias de comunicación y marketing en el nuevo sistema de posicionamiento, de creación de la identidad, la revolución tecnológica ha influido de manera significativa en los hábitos de la ciudadanía; el propio lenguaje publicitario, como no podía ser de otra forma, se ha adaptado a esta realidad incorporando nuevos términos, marcas, consumidores, neuromarketing viral, que se han incorporado al vocabulario habitual de cualquier profesional de la comunicación publicitaria y de las relaciones públicas. La era de la economía industrial ha finalizado, existe un consenso casi total en la proclamación del fin del taylorismo, y parece razonable que las estructuras en las que se sustentaba comenzasen un proceso evolutivo que permitiera su adaptación a una nueva realidad desconocida que intentamos vislumbrar.

En el proceso de comunicación dialógico o cara a cara, o en los grupos de whatsapp se incorporan en el humanismo dialógico, expresiones como ¡Muy bien! ¡Excelente! ¡Lo siento!

¡No podemos fallar, el producto y el servicio, deben ser acertados! ¡ Quiero, soluciones a los problemas!, a esto hay que agregar la simpatía de una comunicación exigente. (Aguilera Moyano), La visibilidad de las organizaciones en la web social. Cualquier acción táctica destinada a conseguir visibilidad debe necesariamente encontrarse sometida a la estrategia de posicionamiento adoptada por la comunicación organizacional en su liderazgo y pedagogía emocional.

En esa nueva realidad virtual, los riesgos son evidentes, y lo más aconsejable es comunicarse solo por grupos de whatsapp, y a través de ellos se puedan informar de lo que se da en el desarrollo de las actividades. Otra de las formas de comunicarse, en a través de los blogs. El blog es una forma de comunicación hacia el mundo exterior o en el interior de las facultades y lo que hace es mostrar lo que se hace en la realidad cognitiva de los procesos de los contenidos. El streaming, permitiría, una retransmisión por secuencias de tal modo que la distribución de las horas de clase desde un proveedor o servidor en internet que incluso puede ser el mismo YouTube. Por lo tanto, los estudiantes que están detrás de la pantalla no necesitan esperar hasta que la descarga sea completada para poder comenzar a utilizar los datos.

El streaming se ha convertido en una herramienta más del plan de comunicación y del marketing digital. De tal forma que todos los eventos académicos principales se deben comunicar por dos medios, la radio de la Facultad de Comunicación Social y por las grabaciones de los diferentes eventos en las pantallas digitales ya sea en el aula de clase, como en las zonas de recibimiento de las facultades.

Sirve para mejorar la marca de la comunicación hacia el exterior de la imagen institucional. En relación con los empleados administrativos de la Universidad, el streaming se aplicará también. Pero es de enorme valor para los estudiantes de los preuniversitarios y también el de los estudiantes de los primeros años de cara a ese público.

Según (Rubio Castillo , 2010). La palabra organización deriva del griego *órganon*, que significa instrumento. En español, organizar como verbo, se refiere a una acción en sentido del proceso administrativo; y organización, como sustantivo, al conjunto de personas que utilizan determinados recursos, procedimientos y estrategias para cumplir una misión específica; es decir, como ente social. Las organizaciones como ente social son espacios creados en la dinámica de sociedades heterogéneas. (p.12)

El lenguaje a diario en la empresa es un sorprendente mosaico humano de palabras. Por un lado, el docente en su contacto con el rectorado, y ese rector tratando de hacer lo mejor posible para agradecer continuamente de la forma más sencilla a pesar de que están la jerarquía a nivel superior, por otro, los decanatos, personas que van, otras que vienen, y que esperan del líder

lo mejor. Un líder debe tener claro un esquema para llegar a un estilo pedagógico que no es fácil de incorporar. Un estilo que sea aceptado, que convenza de un camino que el líder lleva a todos al triunfo institucional.

(Castelo Barreno , 2023). Inteligencia verbal es la competencia de relación interpersonal que permite comunicarse con las demás personas, hacerlo en forma asertiva, capaz de resolver problemas, más que describirlos, y dentro de las inteligencias múltiples de Gardner se asocia a la inteligencia lingüístico-verbal.

El análisis que hace (Papic Domínguez, 2018) «La comunicación interna en un contexto de servicio organizacional, permite agrupar las mejores realizaciones dialógicas hacia la política pública de atención al cliente en condiciones de mensajes oportunos y satisfactorios.» (p.3). Una política pública en comunicación organizacional promueve la ruptura de las fronteras visibles entre los niveles de dependencia de las comunidades universitarias.

En analogía con las micro y medianas empresas, en la empresa privada de producción, los desniveles reales entre empleado a empleado, están marcados por los años de servicio y por los títulos que se obtienen, lucha interna que debe ser manejada estratégicamente para evitar roces anímicos o boicots al nuevo o al antiguo: debe quedar clara en la toma de decisiones, que esos elementos de beligerancia no deben acompañar a los juicios entre empleados. Lo mismo sucede en el ámbito universitario entre docentes, pero en menor escala. La gerencia universitaria de educación superior no solo trabaja sobre lo actual, sino comunicarse con los exestudiantes, para hacer las reformas necesarias tanto en procedimientos como en las formas de aplicación. Y tal y como nos presenta Gabriela Katia Papic Domínguez (2016), que en este contexto, y siguiendo lo planteado por la UNESCO (2005:29), y que ella lo actualiza en lo referente: a que la sociedad de la información adquiere significado cuando promueve el desarrollo de sociedades del conocimiento, como el perfeccionamiento de la persona sustentado en los derechos del hombre; inclusive, esta meta es elemental por cuanto la tercera revolución industrial, la de las novedosas tecnologías, y la reciente etapa de la mundialización de las tics. Dependen de la información de los cursos y seminarios de graduación, el tiempo y condiciones de los proyectos de graduación, tesis, exámenes complejos o estudios de caso. En la empresa privada, pertenecen a aquellos trabajadores que han cumplido al menos seis años en una empresa por el dominio organizacional que representa para la empresa. Demuestran un gran conocimiento del sistema operativo de la empresa y sus decisiones portan poder definitorio de los procesos.

Las generaciones de poder obstaculizan la presencia de nuevos miembros de las comunidades de docentes o de sus estudiantes en su mayoría. Se llaman generaciones de poder en las

organizaciones, a aquellas que se han apoderado de las instituciones en lo educativo en lo administrativo y pedagógico, sin permitir la incorporación mediante méritos de nuevos integrantes. Estas generaciones aglutinan nacionalidades algunas veces, familias, amistades, profesiones. Las que al estar presente crean barreras administrativas que evidencian el disgusto ante cualquier tipo de cambio. También se crean barreras en la convivencia y dañan las estructuras sociales. Entre esas barreras de convivencia, la organización debe diagnosticarlas mediante un árbol del problema y lograr establecer las características y personajes del problema manteniendo una propuesta que logre aislar la problemática y luego eliminarla.

El reclutamiento de protagonistas nuevos amerita una cantidad de informes y procesos de comunicación, que se debe permitir con apertura y no tener problemas con las nuevas generaciones. Saber interpretar y entender a personas con un lenguaje directo o para aquellos que hablan con metáforas. No hay nada peor para una institución que espíritus amputados, espíritus sin una disciplina armónica. La disciplina es armónica cuando las posibilidades de que se cumplan los deberes del trabajo de los Docentes y dicentes, según los estudios de Pérez Alcalá, María del Socorro (2019) que aborda dos aspectos que favorecen los procesos de aprendizaje y la construcción de aprendizajes colaborativos en entornos virtuales: la comunicación y la interacción. Considera que prestarles atención puede favorecer el desarrollo de aprendizajes colaborativos, así como fortalecer las relaciones interpersonales, que se hagan dentro de las posibilidades de la dialéctica de un camino hecho de principios hechos de principios que permiten a los trabajadores no destruirse, sino que sean el orgullo de la institución.

De tal forma que lo que hay que crear son redes de comunicación on line para ese colectivo. Para (Villalba de Benito & Gaya López , 2015) “realiza un análisis del curso 2010-11 de la Universidad Europea implantó un modelo híbrido de educación superior , llamado universidad personal”; y es que esa es la imagen de servicio para que la comunicación pueda cumplir una de sus funciones: promover la asertividad del sistema comunicacional, orientada a saber de las diferentes escenas académicas que se manejan en el mundo universitario”.

Para (Villalba de Benito & Gaya López , 2015) esta universidad personal se caracteriza principalmente por permitir a sus estudiantes cursar cada una de sus asignaturas en modalidad presencial, semipresencial que, si bien llega en su mayoría de los casos a los profesionales, este tipo de programaciones debe ser también para los padres y madres solteros, y los vulnerables. Una comunicación efectiva y tecnológica se debe convertir en el *modus operandi* del sistema, con capacidad técnica, con una organización administrativa amparada en una disciplina jurídica fortalecida por las decisiones de los Consejos Universitarios, de tal forma que ese *modus vivendi*

se rectifique por el impacto que tiene la gestión efectiva del talento humano en la economía social.

Metodología.

Se realiza una investigación bibliográfica y de campo de 30 estudiantes de la Universidad de Guayaquil, en la Facultad de Comunicación Social.

Análisis de los resultados

- 1.- Existen docentes que nunca publican el syllabus o planificación a seguir antes que comiencen las clases.
- 2.- Conozco la importancia que tiene la comunicación de las autoridades y docentes para poder manejar mejor mis actividades estudiantiles.
- 3.- Una buena comunicación on line permite mejorar la imagen institucional de la Universidad
- 4.- La imagen de la universidad cuando recién entre se relacionó a los mensajes que recibí de sus personeros.
- 5.- Existen lugares en la universidad que desmejoran la imagen institucional
- 6.- La comunicación de las secretarías es eficiente.
- 7.- La forma cómo se comunican los docentes con los estudiantes es eficiente.
- 8.- Me puedo comunicar con la universidad las 24 horas del día.
- 9.- Cada asignatura posee un blog para comunicarse entre ellos.
10. El aseo de la institución es vital para el marketing institucional.

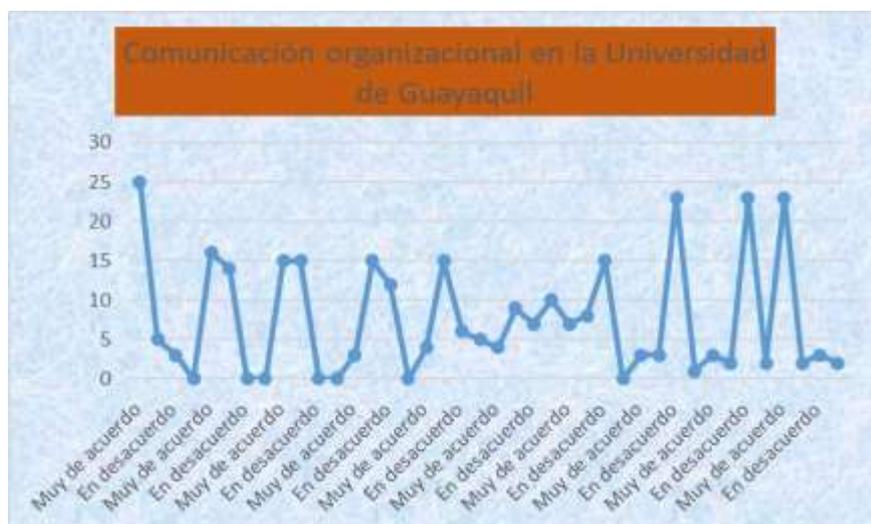


Fig. 1 Evolución del criterio de la comunicación organizacional

²Fuente: Universidad de Guayaquil

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Así, la retransmisión en directo ya se presenta en algunas universidades del mundo, pero en el Ecuador, hay resistencia sobre todo porque las autoridades de mayor rango pertenecen a la generación de 1980; por lo que hasta el sistema de elección de autoridades debería ser por nivel de estudios y no siempre por el mayor número de años de experiencia en la docencia.

Para configurar YouTube para el streaming, se necesita para hacer una transmisión en vivo. Se entra en YouTube, y se va al ícono *creator studio*, y aparece el administrador de video en *creator studio*, seleccionando eventos en directo, y se programa un nuevo evento.

Se ubica en ese video, el tema de la clase, pero también se puede hacer esta comulación con un jefe de área o un jefe de producción o de compras con relación a un conjunto de trabajadores que dependan de esa jefatura y que necesita que se almacene información.

De tal forma que esa toma de decisiones depende sobremanera de la toma de decisiones orientada a la organización. La comunicación organizacional debe actualizarse, conforme avanzan los tiempos. El ente organizacional es capaz de crear estrategias para que los procesos que los directores de área diseñan antes de comenzar las actividades, llegue mediante redes a todos los trabajadores.

BIBLIOGRAFÍA

- Franciny Espinosa Osorio. Comunicación interna en el entorno digital de la Universidad de Ibagué. Revista Comunicación, No. 31 p. 55 - 66. Medellín-Colombia. Enero-diciembre de 2014, ISSN 0120-1166 / ISSN (en línea): 2390-0075
- Sulbarán Piñero, Eugenio, & Rojón González, Citlalli. (2006). Repercusión de la interactividad y los nuevos medios de comunicación en los procesos educativos. Investigación y Postgrado, 21(1), 187-209. Recuperado en 22 de mayo de 2023, de http://ve.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-00872006000100008&lng=es&tlng=es.
- Preciado-Hoyos, A. & Etayo-Pérez, C. Junio de 2014. Influencia del estilo directivo en la comunicación interna de las organizaciones. Print version ISSN 0122-8285. vol.17 no.2 Chia May/Aug. 2014. Universidad de La Sabana, Colombia. angela.preciado@unisabana.edu.co
- María del Socorro Pérez Alcalá. La comunicación y la interacción en contextos virtuales de aprendizaje. Universidad de Guadalajara. Vol. 1, Núm. 1 (2009) > Pérez Alcalá. e-ISSN 207-1094.
- Mendoza-Zamora, Walter ; Hormaza-Muñoz , Zaida; García-Arauz , Jahaira ; Chamba-Rueda, Laura. Aspectos de la comunicación interna en instituciones de educación superior. Localización: Revista Científica Multidisciplinaria Arbitrada "YACHASUN", ISSN-e 2697-3456, Vol. 2, N°.

- 2, 2018 (Ejemplar dedicado a: REVISTA CIENTÍFICA YACHASUN), págs. 12-21. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Universidad Técnica Particular de Loja
- Álvarez, J. Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. *Razón y Palabra*, (56), .[fecha de Consulta 22 de Mayo de 2023]. ISSN: . Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>
- Pacheco Rodriguez, MG. (2022). Modelo de comunicación interna para instituciones públicas de educación superior. Caso Universidad de Guayaquil [Tesis doctoral]. Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/10.4995/Thesis/10251/186119>
- María Eugenia Aristizábal Giraldo. David Hernández García. Estudio comparativo de la gestión de la comunicación interna en universidades públicas con acreditación de alta calidad en antioquia. Desarrollado como parte del Convenio de Cooperación N.º 3532-398-2013, entre la Universidad de Antioquia y la Universidad Nacional de Colombia - Sede Medellín.
- Esteves Fajardo , Z., Chenet Zuta , M. E., Choez Medina , G. M., & Choez Medina , F. E. (2019). Competencias emocionales en estudiantes superdotados del Ecuador . *Revista Arbitraje de Ciencias de la Salud: Salud y Vida* .
- Fernández González , A., & Mihura de Rosa , D. (2015). Inteligencias múltiples. *Emotion. Revista de Educación, motricidad e investigación*. Obtenido de https://rabida.uhu.es/dspace/bitstream/handle/10272/11632/Inteligencias_multiples.pdf?sequence=2
- Edgar Enrique Celada. “estrategia de comunicación interna para la universidad del valle de Guatemala, campus altiplano”. Universidad Rafael Landívar Facultad de humanidades maestría en comunicación estratégica e imagen institucional.
- Gómez Chacón , D. L. (2022). *Género y educación ambiental en Historia del Arte: una propuesta de innovación docente*. Madrid : Universidad Complutense de Madrid .
- Martín Padilla , A. H., Jaén , M. A., Molina García , A., & Blas Padilla , D. (2022). *Educación y Sociedad: Pensamiento e Innovación para la transformación social* . Obtenido de Aprendizaje Servicio: Una metodología innovadora para el desarrollo integral del alumnado de Primaria y Secundaria : file:///E:/ebooks_978-84-1122-468-0.pdf

Olivero Guidabono , S. (2018). *El camino hacia la sociedad inclusiva*. Obtenido de Colección Conocimiento Contemporáneo : https://ebooks_978-84-1122-373-7.pdf

Pereda Pérez , F. X., López Guzmán , T., & González Santa Cruz , F. (2018). La inteligencia emocional como habilidad directiva. Estudio aplicado en los Municipios de la Provincia de Córdoba (España). *Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. Volumen 27*. Obtenido de <file:///LaInteligenciaEmocionalComoHabilidadDirectivaEstud-5827319.pdf>.

Pérez Alcalá, MD, (2009). La comunicación y la interacción en contextos virtuales de aprendizaje. *Apertura* , 1 (1) .[fecha de Consulta 22 de Mayo de 2023]. ISSN: 1665-6180. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68820815003>

Scolari, C. (2008). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la Comunicación Digital Interactiva*. Barcelona: Gedisa.

Bravo Alvarado, Rufina Narcisa (2021). *Comunicación efectiva a través de la Virtualidad en la Formación Universitaria*. Online versión ISSN 2007-7890. *Dilemas contemp. educ. política valores* vol. 8n. spe3. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v8i.2684>.

Gabriela Katia Papić Domínguez. “La Comunicación Organizacional en Entidades Educativas”. <http://orcid.org/0000-0003-1091-4124> EDITA: Publicaciones y Divulgación Científica. Universidad de Málaga.

Gabriela Katia Papić Domínguez. 2019. Los tipos de comunicación organizacional interna en establecimientos educacionales municipalizados en Chile. *Cuadernos de Investigación Educativa. versión impresa* ISSN 1510-2432 *versión On-line* ISSN 1688-9304. *Cuad. Investig. Educ.* vol.10 no.1 Montevideo jun. 2019. <https://doi.org/10.18861/cied.2019.10.1.2881>

Acosta Yahaira Rosario. (2017). *Importancia de la comunicación en el Centro Educativo*. Recuperado de <https://www.gestiopolis.com/importancia-la-comunicacion-centro-educativo/>

Mariela del Valle Miranda. Susana Gladys Lahoz. 2020. “La comunicación universitaria asume nuevas formas”. *Opción* ISSN: 1012-1587. Sistema de Información Científica Red de Revistas Científicas de América Latina. Universidad del Zulia Venezuela.

Jesús María Salinas Ibáñez. "¿Qué aportan las tecnologías de la información y la comunicación a las universidades Convencionales?" *Algunas consideraciones y reflexiones*". En: *Revista Educación y Pedagogía*. ISSN 0121-7593, Vol. 14, Nº. 33, 2002, págs. 89-105. Medellín: Universidad de

Antioquia, Facultad de Educación. Vol. XIV, No. 33, (mayo-agosto), 2002. pp. 91-105.
(Recuperado 07/09/2022).

Aguilera Moyano, Miguel; Farias Batlle, Pedro; Baraybar Fernández, Antonio. “LA COMUNICACIÓN UNIVERSITARIA. Modelos, tendencias y herramientas para una nueva relación con sus públicos”. ICONO 14, Revista de comunicación y tecnologías emergentes, vol. 8, núm. 2, julio diciembre, 2022. Asociación científica ICONO 14. Madrid, España.