

Revista de Ciencias Sociales


Comunicación y lenguaje: Estrategias potenciales para las Instituciones de Educación Superior


Rojas de la Puente, Edward Enrique*
Guido Ayay, Arista**

Resumen

Las universidades como instituciones y empresas organizadas no escapan de una realidad comunicacional con dificultades, por el contrario, se ven afectadas por quienes no la asumen como cultura, en el proceso de evolución y transformación. El propósito de esta investigación es reflexionar sobre el conocimiento teórico de la comunicación y lenguaje como estrategias potenciales para las Instituciones de Educación Superior, particularmente se toma en consideración los actores que intervienen en los procesos de comunicación y el lenguaje utilizado, así como las herramientas digitales para su desarrollo. El estudio es descriptivo-documental, utilizando como metodología el análisis de documentos teóricos y empíricos. Los resultados dan cuenta que la comunicación se apoya en las unidades administrativas clave de las Instituciones de Educación Superior y están vinculadas a estilos de lenguaje, lo cual se relaciona con elementos tecnológicos y digitales. Asimismo, la comunicación de crisis en estas instituciones, implica definir y colocar en práctica con criterios convenientes y acertados, una estrategia comunicacional ante un contexto desfavorecedor para la gestión. Se concluye que, es emergente disponer de diseños comunicacionales bajo un contexto de crisis, caracterizados por ser objetivos, racionales, y que puedan disponer de mecanismo de atención a los trabajadores y de la propia organización.

Palabras clave: Comunicación; lenguaje; universidades; educación superior; tecnología.

* Doctor en Gestión y Administración Educativa. Docente de la Universidad Toribio Rodríguez de Mendoza, Perú. E-mail: edward.rojas@untrm.edu.pe  ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9026-1244>

** Maestro en Educación/Gestión Educativa y Desarrollo Regional. Docente de la Universidad Toribio Rodríguez de Mendoza, Perú. E-mail: estudioaprendizaje@gmail.com  ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5716-7376>

Communication and Language: Potential strategies for Institutions of Higher Education

Abstract

Universities as institutions and organized companies do not escape from a communicational reality with difficulties, on the contrary, they are affected by those who do not assume it as a culture, in the process of evolution and transformation. The purpose of this research is to reflect on the theoretical knowledge of communication and language as potential strategies for Higher Education Institutions, particularly taking into consideration the actors involved in communication processes and the language used, as well as digital tools for their development. The study is descriptive-documentary, using as methodology the analysis of theoretical and empirical documents. The results show that communication is supported by the key administrative units of Higher Education Institutions and is linked to language styles, which is related to technological and digital elements. Likewise, crisis communication in these institutions implies defining and putting into practice, with suitable and correct criteria, a communication strategy in the face of a disadvantageous context for management. It is concluded that, it is emergent to have communicational designs under a crisis context, characterized by being objective, rational, and that can have a mechanism of attention to workers and the organization itself.

Keywords: Communication; language; universities; higher education; technology.

Introducción

La sociedad debe apropiarse de valores que expresen tradiciones e ideales, de proyectos realizables de los cuales debe existir un reconocimiento y respeto mutuo, que a su vez estén orientados a la equidad, solidaridad y la paz. La educación, tiene la responsabilidad de preparar al individuo y la sociedad, de todo el universo necesario para vivir a tono con el desarrollo de todas sus posibilidades físicas y espirituales. Esto da razón de ser a la educación como una práctica enculturizadora.

La Universidad, que constituye el modelo clásico de organización de educación superior, se distingue por tres funciones básicas: Enseñanza, investigación y extensión. En este modelo, los conocimientos se generan mediante la investigación, que son transferidos a individuos que los necesitan, mediante la

docencia y aplicados a la sociedad, no solo por sus egresados sino también por los profesores, a través de proyectos o servicios de asesoría hacia la comunidad (López, 2018). La diversidad del sistema de educación superior es mayor que cualquiera de los otros que conforman el sistema educativo de un país. Se puede tener instituciones que son unifuncionales, que ejercen fundamentalmente la docencia; y otras multifuncionales, que realizan las funciones de docencia, investigación y extensión.

De igual manera, hay universidades que se dedican por ejemplo a las áreas técnicas solamente, como las ingenierías y arquitectura o a las humanidades; mientras que otras, cumplen funciones en todos los campos. Las hay públicas y privadas, de acuerdo al financiamiento. En ese sentido, la preparación que brinda la educación superior es de tipo profesional o académica, en la

cual se distingue entre estudios de pregrado (carrera universitaria) y postgrado (máster y doctorado), según el sistema de titulación profesional y grados académicos.

Las universidades como instituciones y empresas organizadas, no escapan de una realidad comunicacional con dificultades, por el contrario, se ven afectadas por quienes no la asumen como cultura, en el proceso de evolución y transformación. Para los investigadores Páez y Fuenmayor (2005), la dimensión comunicacional en las universidades es dispersa, a pesar de la infraestructura generada para difundir información; ellos consideran que existe ausencia de una visión corporativa (identificación y proyección) tanto externa como internamente.

Para Rodiles-Casamayor y Viel-Fajardo (2016), en muchas de las instituciones universitarias, la gestión de comunicación no se tiene en cuenta como parte de sus sistemas de gestión; se asume la comunicación como proceso natural, espontáneo, que puede desarrollarse de manera empírica a partir de la experiencia y quizás de la intuición o el buen juicio. Como resultado de ello, se evidencian deficiencias en los flujos comunicacionales, situación que no garantiza la suficiente información sobre procesos sustantivos universitarios, influyendo negativamente en la integración de sus valores culturales.

Dado lo anterior, este artículo tiene como propósito reflexionar sobre el conocimiento teórico de la comunicación y lenguaje como estrategias potenciales para las Instituciones de Educación Superior, particularmente se toma en consideración los actores que intervienen en los procesos de comunicación y el lenguaje utilizado, así como las herramientas digitales para su desarrollo, mediante un estudio descriptivo-documental, utilizando como metodología el análisis de documentos teóricos y empíricos.

1. Constructo de la comunicación y el lenguaje

“En América Latina, se gesta un

contexto relevante sobre la comunicación de crisis que está muy vinculado a factores económicos, políticos y sociales particulares de cada país” (Hernández, Cogco y Gómez, 2020, p.117). Respecto de esto, Navarro, et al. (2020), aseveran que la comunicación, como fenómeno social, tiene plena correspondencia con las acciones mediante las que los humanos se interrelacionan con sus semejantes para expresarse, tomando en cuenta que este es el código más propicio, para intercambiar información, compartir ideas y experiencias, que a su vez moldean actitudes, conocimientos, sentimientos y conductas.

Por su parte, Trelles y Marín (2014), afirman que perviven entornos (América Latina, por ejemplo) en los que la comunicación sigue siendo considerada como un proceso de generación espontánea, que no requiere gestión, planificación, control y evaluación; sin tomar en consideración que una entidad, que asuma la comunicación de esta manera, se priva del aporte de un proceso esencial para lograr la implicación de las personas en la consecución de los objetivos, con base en la motivación, el compromiso y la información sobre el presente y el futuro de la institución internamente y en su vinculación con el entorno social.

No obstante, últimamente, se ha comenzado a discutir acerca de la comunicación de crisis, dada “las distorsiones que en la propia gestión existen, se trata de construir e implementar nuevas estrategias y modelos de gestión, que logren sistematizar métodos innovadores para atender la crisis” (Hernández, et al., 2020, p.118), o inconvenientes que puedan presentarse dentro de la empresa, entre ellos destaca que, cada crisis presenta una complejidad que perturba a las organizaciones y especialmente a las personas que las integran, y se extiende hasta la imagen de gestión. Al respecto, sostienen Noboa, et al. (2020), que “las dificultades de comunicación al interior de una empresa comprometen su desempeño y sostenibilidad en el mercado” (p.208).

En este sentido, la comunicación de crisis, “es definida como un pilar fundamental

ante una coyuntura de transformación organizacional, en el cual los medios de comunicación se convierten en un instrumento fundamental por el seguimiento y difusión de la información que realizan” (Hernández, et al., 2020, p.118) bajo los criterios acordados entre los sujetos que se vinculan con un fin específico.

La comunicación de crisis “es un elemento fundamental a la hora de gestionar un problema de una organización. Ignorarla o aplicarla erróneamente puede incrementar el daño a la reputación de la empresa o incluso puede amenazar a la supervivencia de la misma” (Ortiz, 2020, p.1). En tanto que, si se aborda un problema considerando algún plan de crisis previamente establecido y el mismo se aplica de una forma organizada por parte de la gerencia de la empresa, puede que sean menores las consecuencias de la misma.

De igual manera, se encuentra una definición realizada por la Comisión de Investigación de la Asociación de Directivos de Comunicación (DIRCOM, 2008) acerca de la gestión y comunicación de crisis, en la cual se hace mención a una situación no prevista en la organización o su entorno, que exige acciones innovadoras para recuperar el control de los acontecimientos y preservar una legitimidad e imagen. Al respecto, Matías (2008) manifiesta que, del estudio llevado a cabo por DIRCOM, se desprende que:

(...) las empresas afrontan las situaciones de crisis más como un trance o episodio que daña el funcionamiento de la entidad y que tiene su origen en la propia dinámica de sus sectores -como si se tratara de una enfermedad que se contrae en el ambiente- que como una situación derivada de oportunidades de cambio o de crecimiento. (p.1)

Dado lo anterior, de acuerdo con Saura (2003), se observan distintos espacios en los cuales destacan situaciones de conflicto que pueden repercutir en la gestión empresarial, que a su vez logran impactar en los grupos de interés de la misma y crear una imagen negativa del proceso de tal gestión. Si bien se encuentran elementos en común dentro de las

definiciones presentadas, se resalta que con respecto a la comunicación de crisis existe una situación adversa al proceso de gestión, jugando un papel importante los medios que se utilicen para difundir la información, así como las estrategias implementadas para asumir las consecuencias que tienen sobre los grupos de interés, fundamentalmente, sobre los trabajadores de la organización involucrada. Así, la comunicación debe estar vinculada a estilos de lenguaje, que conlleven al entendimiento entre las personas, lo cual se relaciona con elementos tecnológicos y digitales.

Es por ello, que la gestión de la información, se considera una herramienta imprescindible de la gerencia, con la finalidad de proporcionar datos oportunos y pertinentes, que favorezcan tanto la toma de decisiones como el establecimiento de estrategias empresariales (Barzaga, et al., 2019). Al respecto, Hernández y Martínez (2019), manifiestan que cuando la información es incompleta, deficiente o inadecuada, afectan la motivación, actitud, satisfacción, así como el rendimiento en todas las áreas de una organización.

2. Dinámica de la comunicación en las Instituciones de Educación Superior

La precariedad laboral, de acuerdo con Hernández, et al. (2020), se conceptualiza a partir de los trabajadores, que representan los sujetos de la gestión, considerando elementos como sexo, nivel académico, edad, y condiciones físicas, entre otros; al igual que del objeto de la gestión, es decir, de los procesos de trabajo que se generan, como la jornada de trabajo, al igual que los medios de producción que se especifican en las condiciones laborales.

En este sentido, considerando estos dos elementos como son los trabajadores (sujetos de gestión) y condiciones laborales (objeto de la gestión), la precariedad laboral está “referida al detrimento y disminución de ciertas condiciones acordadas al momento

de que el sujeto acepte las condiciones laborales, particularmente, se orienta por una disminución del salario y prestaciones laborales y aumento en la jornada laboral” (Hernández, et al., 2020, p.119), a la par se resta importancia al sector productivo donde labore, tamaño de la empresa, edad, sexo, estado civil y la formación del trabajador.

En las universidades, estos retos demandan concentrar lo mejor del pensamiento docente e investigativo y colocarlo en función de las necesidades socio-económicas de los territorios donde se encuentran enclavadas las universidades, directriz que sigue el proceso de integración. Lo anterior, permite que la misión, visión y planeación estratégica, de las universidades se particularicen, tengan características específicas al redefinir las líneas de investigación en el pregrado y el postgrado, supeditadas al nivel de desarrollo de los territorios en los que se encuentran, de sus reservas, materias primas o fuentes productivas.

Este fenómeno, viabiliza que cada centro de educación superior tenga un papel rector a nivel nacional en determinado campo científico y se continúen fortaleciendo los principios de la enseñanza profesional, el vínculo entre el estudio y el trabajo, la formación de valores y el acceso a una educación gratuita y de calidad para el estudiante que cumpla con los requisitos de ingreso. Logros por los que hoy se lucha en otros países del mundo y los cuales permiten consolidar estructuras comunicativas en las universidades para el desenvolvimiento de los entornos donde estas se encuentran.

Es por ello, que tal como lo manifiesta Román (2013), la precariedad laboral puede ser encaminada desde la demanda, donde el Estado brinda un apoyo a las organizaciones o instituciones, en relación a diversas estrategias de negocios e incorporación de procesos tecnológicos, a través de lineamientos legales donde se especifican las condiciones laborales de los trabajadores. “Si bien se está en un contexto de transformación donde la información y el poder económico

exigen la redefinición de estrategias y modos tradicionales usados para la gestión” (Hernández, et al., 2020, p.119), el Estado se convertirá en el garante de ciertas condiciones para los trabajadores, con el fin de que los empleadores no desmejoren las condiciones laborales y se establezcan incentivos económicos que estimulen la eficiencia y eficacia de los trabajadores (Álvarez, González y López, 2009; Hernández et al., 2020), lo cual se puede observar en la Figura I.

Algunos conflictos en la empresa pueden presentarse por la adopción de innovación y los costos que esta acarrea, por lo cual, en muchas ocasiones se decide reducir beneficios a los trabajadores, traduciéndose ocasionalmente en incremento de las jornadas laborales, reducción de personal, así como de los sueldos y salarios, por lo cual, las instituciones de educación superior no escapan de esta u otras problemáticas.

Para Hernández, et al. (2020), este repertorio interpretativo se presenta como una descripción factual evaluada de la situación en la cual se constituye la experiencia del docente en condiciones de precariedad. Esta descripción da cuenta del mundo en el cual éste se desenvuelve; si bien se trata de una descripción factual, es una con agencia, en donde, son las políticas de educación superior las responsables de tal situación, de la cual no son garantes los docentes, aunque sí responsables de reproducir en parte ese orden.

Con el fin de ilustrar lo anterior, se tiene como ejemplo que la escolarización de la universidad ha alargado los estudios universitarios, en vez de acortarlos, en ese sentido, se reducen los pregrados y de esa manera, se incita doblemente a las personas a consumir postgrados; por eso una carrera que se dictaba en cinco años, ahora se dicta en cuatro, con lo cual, de hecho se está alargando los estudios universitarios a siete años; porque primero, se tiene que realizar el pregrado y luego el postgrado, entonces se está alargando el estudio, y con ello, el negocio en el que los estudiantes son consumidores de universidad.



Fuente: Hernández, et al. (2020).

Figura 1: Elementos que intervienen en la precariedad laboral

4. Comunicación, lenguaje y tecnología, una trilogía vinculada a actores potenciales en las Instituciones de Educación Superior

De acuerdo con las nuevas tendencias del *management*, existen numerosas evidencias empíricas que demuestran que la actual comunicación intangible constituye la principal fuente generadora de valor. A tal efecto, la gestión de comunicación universitaria, se debe concebir como la actividad estratégica vinculada a la gestión institucional, que permita articular mejor a las universidades con la sociedad para construir y mantener relaciones a largo plazo a través de la potenciación de sus recursos intangibles (Rodiles-Casamayor y Viel-Fajardo (2016).

Hoy más que nunca, el proceso de enseñanza aprendizaje se ha visto transformado por el uso de las Tecnologías de la Información

y la Comunicación (TIC), lo que ha permitido cambiar de una tiza y pizarrón, a una clase más didáctica con el uso de la tecnología (*laptos, infocus, smartphones, tablets, wifi, networks, internet*), y demás instrumentos que han facilitado el enriquecimiento de la educación actual (Vega, Moran y Bejerano, 2016; Varguillas y Bravo, 2020; Tolozano, Washburn y Santana, 2021).

Así, se hace necesario distinguir las implicaciones que trae la implementación de las TIC en la creación de ambientes apropiados para la enseñanza, el aprendizaje y la retroalimentación, por lo cual, “pueden considerarse un instrumento que promueve el progreso social de cualquier nación, contribuyendo a suscitar la economía digital además de fortalecer la sociedad como un todo” (Briñez, 2021, p.181), permitiendo desarrollar competencias digitales; además, estos medios de comunicación y redes

informáticas conforman un espacio de vital importancia, influyendo en la mejorar de la capacidad comunicativa (Ortiz-Colón, Ortega-Tudela y Román, 2019).

Así, y tal como lo señalan Hernández, et al. (2020): “Los procesos de globalización y las transformaciones tecnológicas afectan a los procesos productivos, en tanto que la heterogeneidad afecta a las organizaciones y específicamente a la naturaleza de las actividades asalariadas” (p.120), misma que puede verse amenazada por la precariedad de los diversos empleos, suplantando la estabilidad laboral como rasgo dominante de la organización del trabajo (Castell, 1998); todo ello, acarrea situaciones en la que los empleadores junto con las políticas implementadas por el Estado, terminan transgrediendo los intereses de los trabajadores. En ese sentido, Hernández, et al. (2020), manifiestan que:

Los medios electrónicos no cumplen con el principio de fácil acceso a la información ni tampoco de máxima publicidad, puesto que, con el fin de lograr obtener información muy detallada, se solicita el acceso realizando un proceso a través de los portales oficiales, el cual puede resultar largo y tedioso. Asimismo, muchas veces la información se encuentra únicamente en el idioma inglés; también puede ocurrir que al tratar de ingresar a algún portal oficial en donde se muestran datos sobre las contrataciones o quejas realizadas referentes a estas, y proceder a descargar documentos con datos o estadísticas muy específicos, las plataformas oficiales de gobierno marcan errores como, por ejemplo, “errores en la conexión”. (p.120-121)

Dado todo lo anterior, la comunicación de crisis establecerá y se gestionará con el fin de difundir la información generada y producida, convirtiéndose en una estrategia de gestión tanto del sector público como del privado, que define concretamente las situaciones y contextos organizacionales, relacionados con las condiciones desfavorables de los trabajadores (Hernández, et al., 2020). Al respecto, Ortiz (2020) sostiene que “el estallido de la pandemia del Covid-19 ha

hecho abrir los ojos a todos: las crisis suceden y son complicadas de abordar desde todos los ámbitos, incluido el comunicativo” (p.1), por lo cual, se recomienda llevar a cabo un plan eficaz que permita la fluidez en la comunicación de crisis.

En el proceso se identifican dos elementos clave que se usan, el primero los medios de comunicación, en el cual se genera la difusión de la información y la segunda fase es la innovación, es la creación de valor para atender las necesidades de los sujetos como grupos de interés afectados. (Hernández, et al., 2020, p.121)

Duderstand (1997), destaca cuatro puntos importantes al hablar de socialización del conocimiento, o como él y otros más le llaman, la sociedad de la información, en tal sentido, los puntos que convergen son: El conocimiento (quien lo posee, tiene el poder), la generalización de la sociedad, la facilidad con la cual se intercambia información, y la informalidad de los nuevos sistemas de comunicación. Al respecto, Hernández y Martínez (2019) manifiestan que, se abre la posibilidad de implementar “acciones que se traducen en la sistematización del cúmulo de información que circula en las organizaciones” (p.54), a través de la cual se da sentido y valor a los datos e información, que resulta fundamental para el normal desenvolvimiento organizacional, empleando tecnologías que facilitan y actualizan tal proceso.

Seguidamente, Toffler (1985) expresa que las universidades van sintiendo esta necesidad, el atraso se hace palpable y tienen que ceder ante la presión externa, viéndose obligadas a adoptar los mencionados criterios (el cambio irreversible), ante personas insatisfechas (estudiantes dinámicos que buscan la eficiencia en su aprendizaje o docentes en precariedad laboral), e implementar una alternativa coherente presentada en un plan, modelo o visión (el uso de las TIC). Así pues, para materializar el cambio, debe prestarse atención a los mensajes del entorno.

En ese sentido, en la comunicación en crisis, los elementos negativos o de insatisfacción para las personas, se deben dar a conocer a través de los diferentes medios

de información, por cuanto y de acuerdo con Saura y García (2010), “en momentos de crisis es necesario tomar decisiones con mucha agilidad, atender a las personas afectadas con rapidez y responder, en la mayoría de los casos, a multitud de preguntas de los medios de comunicación” (p. 52), permitiendo que la comunicación sea efectiva y logre los beneficios esperados.

Es importante señalar, como afirma Zorob (2012), que el uso de las TIC en las universidades propicia la globalización educativa en redes de saberes, provoca cambios radicales en el entorno virtual del aprendizaje, elimina barreras físicas, temporales y espaciales, crea elementos críticos con mayor flexibilidad en la reconceptualización didáctico-curricular del sistema educativo mundial y su vínculo Universidad-Empresa-Sociedad. En los momentos actuales, las universidades tienen el reto de innovar o perecer. Sin dudas, el uso de las nuevas tecnologías debe ser un proceso innovador, en el cual la universidad debe ocupar un lugar cimero. La sociedad exige personas emprendedoras, profesionales capaces de crear proyectos que permitan el tránsito de la educación tradicional a la educación a distancia multidisciplinaria con el uso de las TIC insertadas en redes sociales universitarias (Vega, Moran y Bejerano, 2016).

Conclusiones

La comunicación efectiva y el lenguaje utilizado en la misma, representan estrategias potenciales para las instituciones de educación superior, por cuanto las universidades como instituciones y empresas organizadas, no escapan de una realidad comunicacional con dificultades, por el contrario, se ven afectadas por quienes no la asumen como parte de su cultura, en el proceso de evolución y transformación.

Es por ello, que la comunicación de crisis en estas organizaciones, requiere definir y colocar en práctica, con criterios provechosos y acertados, diversas estrategias

comunicacionales, que permitan enfrentar las situaciones adversas para la gestión, ajustando las estructuras y nuevas formas de relaciones, personales, laborales, profesionales, mediante un proceso de negociación que logre satisfacer todas las partes involucradas.

De igual manera, es necesario para estas instituciones contar con información veraz y oportuna, comunicada a través de las TIC, con la finalidad de poder atender las necesidades de estudiantes y docentes, así como de todo el personal que en ellas labora, permitiendo mejorar sus condiciones e incrementar la reputación y legitimidad de la gestión.

Finalmente, los resultados del estudio dan cuenta que la comunicación se apoya en las unidades administrativas clave de las Instituciones de Educación Superior y están vinculadas a estilos de lenguaje, lo cual se relaciona con elementos tecnológicos y digitales. Además, es fundamental disponer de diseños comunicacionales bajo un contexto de crisis, caracterizados por ser objetivos, racionales, y que puedan disponer de mecanismo de atención a los trabajadores y de la propia organización.

Referencias bibliográficas

- Álvarez, P. R., González, M. C., y López, D. (2009). La enseñanza universitaria y la formación para el trabajo. Un análisis desde la opinión de los estudiantes. *Paradigma*, 30(2), 7-20.
- Asociación de Directivos de Comunicación - DIRCOM (2008). *La gestión de la comunicación de crisis en España: Experiencia y prácticas de las empresas*. DIRCOM. <https://well-comm.es/2008/04/10/la-gestion-de-la-comunicacion-de-crisis-en-espana-experiencia-y-practicas-de-las-empresas/>
- Barzaga, O. S., Vélez, H. J. J., Nevárez, J. V. H., y Arroyo, M. V. (2019). Gestión de la información y toma de decisiones en organizaciones educativas. *Revista de*

- Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(2), 120-130.
- Briñez, M. (2021). Tecnología de información: ¿Herramienta potenciadora para gestionar el capital intelectual? *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 180-192. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35305>
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza Editorial.
- Duderstand, J. J. (1997). The future of the university in an age of knowledge. *Journal Online Learning*, 1(2), 78-88. <https://doi.org/10.24059/olj.v1i2.1933>
- Hernández, M. D. J., Cogco, A. R., y Gómez, M. D. C. (2020). Comunicación de crisis ante la precariedad laboral en las organizaciones. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(4), 115-123. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i4.34652>
- Hernández, M. D. J., y Martínez, M. L. (2019). Desafíos de la información sistematizada y comunicación en el fortalecimiento de organizaciones públicas. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(4), 51-64.
- López, J. L. (2018). Reflexiones sobre redes de conocimiento y educación a distancia en el contexto venezolano. *Telos*, 20(3), 404-430.
- Matías, R. (10 de abril de 2008). La gestión de la comunicación de crisis en España: Experiencia y prácticas de las empresas. *Wellcomm*. <https://well-comm.es/2008/04/10/la-gestion-de-la-comunicacion-de-crisis-en-espana-experiencia-y-practicas-de-las-empresas/>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., y Hernández, N. P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 77-90. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31312>
- Noboa, M., Torres, G., Estrella, I., y Vizuete, W. (2020). Lenguaje motivacional y empoderamiento psicológico de los trabajadores en ciudad de Guayaquil, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(2), 206-224. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i2.32435>
- Ortiz, P. (2020). Comunicación de crisis en la empresa: El decálogo a seguir [Mensaje en un blog]. <https://edem.eu/comunicacion-de-crisis-en-la-empresa-el-decalogo-a-seguir/>
- Ortiz-Colón, A. M., Ortega-Tudela, J. M., y Román, S. (2019). Percepciones del profesorado ante la alfabetización mediática. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(1), 11-20.
- Páez, A., y Fuenmayor, J. (2005). Paradigmas sobre Gestión Comunicacional en el Ámbito Universitario. *Razón y Palabra*, (43).
- Pérez, J. A., y Ceballos, G. I. (2019). Dimensionando la precariedad laboral en México de 2005 a 2015, a través del Modelo Logístico Ordinal Generalizado. *Noesis. Revista de Ciencias Sociales*, 28(55), 109-135. <https://doi.org/10.20983/noesis.2019.1.6>
- Rodiles-Casamayor, A. Y., y Viel-Fajardo, M. (2016). Comunicación Universitaria. Pautas para su gestión desde el contexto de la Educación Superior cubana. *Razón y Palabra*, 20(1_92), 452-480.
- Román, Y. G. (2013). Impactos sociodemográficos y económicos en la precariedad laboral de los jóvenes en México. *Región y Sociedad*, 25(58). <https://doi.org/10.22198/rys.2013.58.a127>
- Saura, M. P. (2003). *La gestión de la comunicación de crisis en el sector de alimentación y bebidas en España en el periodo 1990-2000* (Tesis doctoral).

- Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.
- Saura, P., y García, F. (2010). La comunicación de crisis como elemento clave de la comunicación empresarial. *Revista ICONO14*, 8(2), 42-56. <https://doi.org/10.7195/ri14.v8i2.245>
- Toffler, A. (1985). *La empresa flexible*. Plaza & Janes
- Tolozano, S. E., Washburn, C., y Santiana, K. G. (2021). El uso de herramientas TIC en los docentes de las Instituciones de Educación Superior en tiempos de Sar Cov 2. <https://trabajos.pedagogiacuba.com/trabajos/36EN%20ECUADOR-%20PONENCIA.pdf>
- Trelles, I., y Marín, A. (2014). Importancia estratégica de la comunicación universitaria para el fortalecimiento de la responsabilidad social, elementos para una propuesta de capacitación. *Actas VI Congreso Internacional Latina de Comunicación Social y VI CILCS Universidad de La Laguna*. http://www.revistalatinacs.org/14SLCS/2014_actas/078_Trelles.pdf
- Varguillas, C. S., y Bravo, P. C. (2020). Virtualidad como herramienta de apoyo a la presencialidad: Análisis desde la mirada estudiantil. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 219-232. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31321>
- Vega, F. Y., Moran, G G., y Bejerano, H. F. (2016). El uso de las TICs en la educación superior. En M. R. Tolozano (Coord.), *Memorias del segundo Congreso Internacional de Ciencias Pedagógicas: Por una educación innovadora, para un desarrollo humano sostenible*. https://www.pedagogia.edu.ec/public/docs/Comision_7/el_uso_de_las_tics_en_la_educacion_superior.pdf
- Zorob, S. (2012). Estrategia curricular para la formación de la competencia de emprendimiento en negocio en redes universitarias. *Pixel-Bit. Revista de Medios y Educación*, (41), 149-161.