

**INFLUENCIA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA CULTURA
ORGANIZACIONAL DE LA PREPARATORIA NÚMERO 33
UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE GUERRERO**

**INFLUENCE OF DIGITAL COMMUNICATION ON THE
ORGANIZATIONAL CULTURE OF PREPARATORY SCHOOL
NUMBER 33, AUTONOMOUS UNIVERSITY OF GUERRERO**

Santos Mejía José Roberto

Universidad Autónoma de Guerrero
<https://orcid.org/0009-0009-4001-024X>
13297@uagro.mx

Lataban Campos Anabela

Universidad Autónoma de Guerrero
<https://orcid.org/0009-0006-5143-7298>
07673@uagro.mx

Zagal Perez Monica

Universidad Autónoma de Guerrero
<https://orcid.org/0009-0001-2204-961X>
17924@uagro.mx

Hernández De Jesús Horacio

Universidad Autónoma de Guerrero
<https://orcid.org/0009-0006-6299-4321>
05136979@uagro.mx

DOI: <https://doi.org/10.61273/neyart.v2i3.68>

| Recibido: 06/08/2024 | Aceptado: 01/10/2024 | Publicado: 23/11/2024

Esta obra está bajo
una licencia internacional
Creative Commons Atribución 4.0.

Página 109



Resumen: El trabajo de investigación titulado “Influencia de la comunicación digital en la cultura organizacional de la preparatoria número 33 Universidad Autónoma de Guerrero”, tuvo como objetivo principal, evaluar las vías internas de comunicación en la Preparatoria Número 33, para la construcción de alternativas digitales, que influyeran de manera significativa en el fortalecimiento de la cultura organizacional de la institución.

De acuerdo con lo anterior, se llevó la presente investigación bajo un enfoque cualitativo, con empleo de técnicas de recolección de datos, como la observación para la contextualización del entorno escolar y las vías de comunicación entre estudiantes y docentes. Asimismo, se implementó la realización de entrevistas dirigidas a la directora y docentes de la institución para conocer de manera detallada los procesos, el flujo y vías de comunicación implementadas.

Adicionalmente, se efectuaron entrevistas dirigidas a los estudiantes, las cuales, mostraron en la categoría de análisis de comunicación interna que la información recibida en temas académicos deviene de Maestros y grupos de tutores en un 39.4%, de parte de directores en un 36.2%, por medio de compañeros de clase un 20.2% y por comentarios o rumores en un 4.1%; lo que permitió arribar a diferentes lecturas, siendo una de las más relevantes para el objeto de estudio, la determinación del flujo de la información, consistente en el comunicado oficial y el comunicado verbal, como vía principal para la trasmisión de reportes. En ese orden de ideas, la implementación de herramientas digitales para la transmisión efectiva de mensajes y el establecimiento de una comunicación accesible, que contribuya al desarrollo de una cultura organizacional dentro de la institución, se puede conseguir a través de canales tecnológicos.

Palabras clave: Comunicación, cultura organizacional, influencia, medios digitales.

Abstract: The research paper titled "Influence of Digital Communication on the Organizational Culture of Preparatory School Number 33 at the Autonomous University of Guerrero" aimed to evaluate internal communication channels at Preparatory School Number 33, with the goal of constructing digital alternatives that would significantly impact the strengthening of the institution's organizational culture.

In line with the above, this research was conducted using a qualitative approach, employing data collection techniques such as observation to contextualize the school environment and communication channels between students and teachers. Additionally, interviews were conducted with the school director and teachers to gain detailed insights into the processes, flow, and implemented communication channels.

Furthermore, interviews were carried out with students, revealing in the category of internal communication analysis that information received on academic topics comes from teachers and tutor groups at 39.4%, directors at 36.2%, classmates at 20.2%, and through comments or rumors at 4.1%. This allowed for various interpretations, with one of the most relevant findings being the determination of information flow, consisting of official announcements and verbal communication, as the main means for transmitting reports. In this context, the implementation of digital tools for effective message transmission and the establishment of accessible communication that contributes to the development of organizational culture within the institution can be achieved through technological channels.

Keywords: Communication, organizational culture, influence, digital media.

INTRODUCCIÓN

La comunicación con el transcurrir de los años, se ha consolidado como una pieza clave, en la estructuración de un orden dentro de las diferentes instituciones, lo que ha generado el establecimiento de una cultura organizacional, provista de normas, valores y creencias compartidas, propias de cada organización. La contribución de la comunicación a la consolidación cultural se ha visto reflejada en diferentes aspectos, como el establecimiento de conducta que permitan la trasmisión de mensajes claros y respetuosos en la interacción al interior de un colectivo, forjando con ello una cultura coherente.

La comunicación interna, permite la creación de sentido de pertenencia institucional y conexión entre miembros de un colectivo, que forjen principios de identidad organizacional, donde dicha cultura prevalezca y se alcancen objetivos comunes para el desarrollo institucional. La transformación en el flujo de la comunicación permite procesos de adaptación a los cambios estructurales que lleven a la resolución

de conflictos internos, contribuyendo al fomento de ambientes de trabajo saludables dentro de la cultura organizacional.

En todas las ciencias, la tecnología se ha constituido como un factor de evolución a gran escala, especialmente en la comunicación, la cual ha elevado sus estándares, procedimientos y medios de transmisión de la información. De acuerdo con lo anterior, se ha constatado que cada vez, es más recurrente el uso de las tecnologías para la obtención de una comunicación clara, precisa y sin distorsiones. En este rubro la universidad ha tenido grandes avances a través de la Coordinación de Tecnologías de la Información y la Comunicación (CTIC), contribuye a eficientar los procesos académicos y administrativos de la UAGro innovando en los sistemas de información, creando más de 22,206 correos institucionales con dominio @uagro.mx para estudiantes de nuevo ingreso y egresados que solicitan el servicio.

Además del factor organizacional que provee el uso de la tecnología, se visualiza otros beneficios entre las relaciones personales y en los procesos de enseñanza. Algunos autores como Castro sostienen que: *“la comunicación asertiva y el dominio de las TICs tienen una importancia innegable, constituyen herramientas fundamentales en la labor de dirección del proceso de enseñanza aprendizaje, de asesoría y orientación al estudiante, la familia, y a los miembros de la comunidad.”* (Castro, Hernández & Díaz, 2023).

La Universidad Autónoma de Guerrero ha liderado una educación de calidad, con inclusión social buscando la formación integral de los estudiantes y la implementación de la tecnología como factor principal para la innovación de la ciencia, no obstante, la preparatoria número 33 perteneciente a la universidad, se encuentra en rezago respecto al uso de las tecnologías en la comunicación al interior del plantel, por lo que se convierte en objeto de estudio del presente trabajo de investigación.

La información clara entre los miembros de la Preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, no debe ser un privilegio sino una necesidad; el flujo de la comunicación entre estudiantes, profesores y autoridades administrativas se encuentra en desconexión con el mundo digital, lo que merma significativamente el desarrollo exitoso de las actividades académicas al interior del plantel y la consolidación de una cultura organizacional que prevenga conflictos internos derivados de la desinformación e impida mejorar el entorno laboral.

A pesar de que la universidad cuenta con una coordinación encargada de los procesos en manejo de tecnología y comunicación que ofrecen a las escuelas preparatorias herramientas que les permiten mejorar la calidad de sus funciones, se observa un uso limitado de las mismas.

Con la presente investigación, se evalúan los canales y flujos existentes en la comunicación interna del plantel, para establecer las debilidades, fortaleza y obstáculos que impiden el establecimiento de una comunicación global, clara y de fácil acceso. Lo anterior, a fin de efectuar propuesta de implementación de estrategias digitales que mejoren la comunicación interna y den paso a la transición hacia la construcción de una cultura organizacional.

DESARROLLO

La Universidad Autónoma de Guerrero cuenta con 48 preparatorias distribuidas en las ocho regiones del estado. Estas instituciones atienden a un total de 38,408 alumnos de bachillerato. La planta docente responsable de este nivel educativo se integra por 1,133 académicos.

La preparatoria número 33, que forma parte del objeto de estudio, se ubica en la zona centro del Estado con una matrícula de 774 estudiantes; 24 profesores que integran la planta docente; cuatro administrativos y tres directivos.

El trabajo que se presenta es un referente para la implementación estratégica en las diferentes preparatorias de Nivel Medio Superior. Para el desarrollo, se tomó como punto de partida actividad académica efectuada en el ciclo escolar 2013-2014, en el que se impartió como asignatura optativa, introducción a la comunicación, donde se inició un proyecto de periódico institucional dentro de la Preparatoria número 33.

El periódico institucional, tuvo gran aceptación dentro del plantel, en él se difundía información académica relevante, así como las actividades administrativas a desarrollar, se imprimían aproximadamente 1000 ejemplares de ocho planas. Aunque este fue un gran proyecto que permitió un flujo efectivo de la información y abrió paso a una cultura de organización, este solo perduró hasta el año 2019. De acuerdo con lo anterior, se pretendió por parte de la investigación dar continuidad a un proyecto de comunicación interna, pero desde la esfera digital con inclusión de las nuevas tecnologías.

A través del análisis del comportamiento al interior de la preparatoria número 33, se pudo observar un ambiente laboral cálido, unión en el desarrollo de las actividades académicas y prevalencia de aquellas por encima de intereses personales. No obstante, lo anterior, se pudo visualizar algunas diferencias de

carácter político, las cuales estructuran una barrera sólida que impide el flujo de una buena comunicación al interior del plantel.

El logro de objetivos comunes solo puede materializarse por medio de una buena comunicación, en la cual impere el orden, el respeto, la claridad y accesibilidad, cualidades que son indispensables para que se forje una cultura organizacional dentro de la Preparatoria número 33.

Con la contingencia vivida a causa del COVID-19, la mayoría de las instituciones regularon a los canales digitales de comunicación, con el fin de dar continuidad al desarrollo de actividades que debieron ser abandonadas. Por su parte, la Preparatoria 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, incorporó el uso de herramienta de Google, como el Classroom¹, Meet², correo institucional y algunas redes sociales como Facebook y WhatsApp.

La implementación de las herramientas anteriormente mencionadas en el mundo de la comunicación surgió como alternativas estratégicas para el despeño interno de las organizaciones dentro de una era digital. Autores como Duran, señalan que el gran aporte de la comunicación estratégica radica en la orientación de las acciones, en ese sentido puntualiza que: *“la Comunicación Estratégica en las organizaciones sociales es un elemento sustancial que contribuye, no solo como instrumento que orienta las acciones, sino como un dispositivo social de construcción participativa de la estrategia corporativa.”* (Durán Bravo, P., Cisneros Martínez, N. G., Meléndez Rodríguez, V. M., & Leonor Martínez, M. Ángel., 2016).

Por su parte, el autor Gálvez plantea como canal de comunicación las redes sociales como Facebook, las cuales pueden ser empleadas en fines académicos para el fortalecimiento institucional, cultivando una cultura organizacional. En ese sentido sostiene que:

la red social Facebook, así como otras redes sociales, son una herramienta que ayudan a las organizaciones a comunicarse de manera más inmediata, la UAGro tiene presencia en las redes sociales, pero también es momento de readaptarse, y generar contenidos de acuerdo con la nueva realidad social, los diferentes públicos demandan información académica,

¹ Google Classroom es la herramienta de Google para la educación. Es una plataforma que permite gestionar lo que sucede en el aula de forma online, de manera colaborativa. <https://www.icatech.edu.mx/google-classroom-que-es-y-para-que-sirve/>

² Google Meet es una herramienta para realizar reuniones virtuales de una forma muy sencilla. <https://edu.gcfglobal.org/es/google-meet/que-es-google-meet/1/>

informativa, cultural y deportiva, la cual debe ser difundida en las redes sociales, para llegar de manera oportuna a cada uno de sus seguidores. (Galvez, 2020).

La interacción en la Preparatoria número 33 se da entre personal administrativo, docentes, estudiantes y padres de familia; en ese sentido, los canales de comunicación que existan deben estar alineados en la búsqueda constante de los objetivos trazados por la institución con relación a la formación integral, con inclusión social y bases culturales solidas que fomenten el respeto, la dignidad humana y la tolerancia en medio de la diversidad del pensamiento de cada ser humano. Los docentes, administrativos, estudiantes y padres de familia, entre quienes concurre la información son denominados públicos y estos son definidos como: *“el conjunto de personas que ocupan un status y desempeñan un rol determinado en relación con una organización”* (Capriotti, 2013).

Los públicos que interactúan entre sí puede acceder a dos tipos de comunicación interna a la forma y la informal, no obstante, la primera genera confusión, distorsión y en la mayoría de los casos conflictos en la recepción del mensaje; en los casos de las organizaciones que buscan integrar un orden, difundir información relevante, focalizada y estructuradora de una cultura organizacional, la comunicación formal es la vía para alcanzar un entorno que procura el bien común, con sentido de pertenencia e identidad. Con relación a la comunicación interna, el autor Álvarez sostiene que:

La comunicación interna también persigue otros fines u objetivos como: la mejora de la imagen de la organización entre los propios empleados, el conocimiento de la realidad empresarial (nadie ama lo que desconoce), la cohesión laboral, el fomento de la cultura corporativa, la amortiguación de la rumorología, el abordaje de situaciones de crisis, incentivar la innovación, la calidad del proceso productivo y, de forma especial, el éxito de los cambios internos. Además, la comunicación interna satisface el derecho a la información y la libertad de expresión de los empleados. (Álvarez, 2007).

De conformidad con lo anterior, la comunicación interna, más que ser un medio transmisor de información, es un mecanismo crucial para la construcción de una cultura organizacional en la Preparatoria 33, en condiciones laborales óptimas y eficientes. El alcance de la comunicación interna ha trascendido a tal punto que autores como Villafañe, citado por Castillo, abordan los objetivos de esta comunicación en los siguientes términos:

1. Implicar a la organización en la consecución de los objetivos comunes, interiorizando el sentimiento de pertenencia y compartiendo valores y cultura.
2. Que los miembros internos proyecten una imagen positiva de la organización.
3. Equilibrar la información descendente, ascendente y transversal a través del feedback.
4. Implicar al personal en el proyecto personalizando su contribución al logro de los bienes colectivos.
5. Consolidar un estilo de dirección basado en la participación de todos los miembros.
6. Favorecer la adecuación a los cambios del entorno. (Castillo, 2020).

La comunicación interna debe ser estratégica, es decir que, debe tener inmersos lineamientos a seguir en cada uno de los procedimientos comunicativos en procura de fomento académico, estructurado a través de mensajes y con empleo de diferentes instrumentos que perfeccionen la comunicación al interior de la institución educativa. En ese sentido, autores como Arellano plantean que:

La estrategia de comunicación es una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos. (Arellano, 2008).

En el mismo sentido, el autor Garrido citado por Botero, se refiere a la comunicación estratégica como: *“la estrategia de comunicación se puede definir como un marco ordenador que integra los recursos de comunicación corporativa en un diseño de largo plazo, conforme a objetivos coherentes, adaptables y rentables para la empresa.”* (Botero, 2006).

Es necesario tener presente que los medios de comunicación influyen de forma significativa en la comunicación estratégica, esto derivado del alcance e impacto que tienen sobre los diferentes grupos de receptores del mensaje, así como la capacidad de influenciar en la construcción de opinión pública, siendo un acontecimiento positivo para lograr la eficacia en la comunicación como parte de una estrategia.

Con el trasegar de los años, los medios de comunicación han tomado fuerza en diversos campos del conocimiento que son de interés general, como la política, la economía, la educación, entre otras, consolidándose como un elemento esencial para la comprensión de la información. Aguado plantea que:

Los medios de comunicación, tanto en su vertiente tecnológica como en su dimensión cultural, forman parte de la esencia que caracteriza a las sociedades desarrolladas contemporáneas hasta tal punto que hoy resulta imposible comprender la dinámica política, cultural y tecnológica de nuestras sociedades sin atender al papel que en ello juegan los modernos medios y tecnologías de la comunicación. (Aguado, 2004).

Los medios de comunicación tradicionales han dado un vuelco con la implementación de las tecnologías, permitiendo cada vez que los mensajes fluyan con agilidad entre el emisor y el receptor, siendo para el caso objeto de estudio un factor crucial, dado que, impera en la Preparatoria número 33 la necesidad de construcción de una cultura organizacional que permita la satisfacción de las necesidades de la institución. Los avances de las tecnologías en el campo de la comunicación han acortado las distancias y fracturado las barreras para la interacción humana desde cualquier parte del mundo, entre las particularidades más sobresalientes se encuentra el factor de innovación constante a través del empleo de diversos dispositivos, que facilitan cada proceso de intercambio de información. Algunos autores como Artés, sostiene que:

Las comunicaciones digitales permiten aprovechar todo el potencial de los sistemas electrónicos digitales para alcanzar el objetivo de fabricar terminales más baratos y pequeños. Gracias al formato digital, es posible emplear técnicas de tratamiento digital de señales que dotan a los sistemas de nuevas funcionalidades, entre las que destaca la flexibilidad. Un terminal de comunicaciones digitales moderno contiene una enorme cantidad de software; de hecho, se tiende hacia terminales definidos mediante software, que puedan actualizarse automáticamente para incorporar nuevas versiones del estándar bajo el que operan, o incluso de diferentes estándares, dependiendo del uso que se dé al terminal. (Artés, 2012).

Entre las herramientas tecnológicas más relevantes para la comunicación digital se destacan las redes sociales, blogs, plataformas digitales, entre otras, las que son accesibles a todo público, de acceso gratuito que por regla general son creados y administradas por un usuario. Existen tres clasificaciones de redes sociales y el autor Celaya, las categoriza de la siguiente manera:

1. Redes profesionales (por ejemplo, LinkedIn, Xing, Viadeo).
2. Redes generalistas (por ejemplo, MySpace, Facebook, Tuenti, Hi5).
3. Redes especializadas (por ejemplo, Ediciona, eBuga, CinemaVIP, 11870). (Celaya, 2008).

Además, se cuenta con la UAGro (sistema de educación virtual), en la cual participan 139 estudiantes de nivel bachillerato.

En el mundo moderno, el uso de las redes sociales se ha convertido en una herramienta indispensable en las diferentes organizaciones, para impulsar a través de la comunicación todo aquello que se quiere transmitir de forma consciente, clara, organizada, seria y abierta a un público. Este instrumento a todas luces contribuye a un desarrollo institucional, como en el caso de la Preparatoria número 33, que requiere de la formación de una cultura interna organizacional que supere el nivel de expectativas académicas, así como un ambiente laboral ameno, libre de discordias y malentendidos a causa de la desinformación.

MÉTODO

El trabajo de investigación aquí desarrollado se llevó a cabo bajo un enfoque cualitativo que permitió en primer momento el análisis del contexto social, imprimiendo resultados adaptados a la realidad al interior de la Preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, donde fungen como principales actores los docentes, estudiantes, personal administrativo de la institución y sus relaciones de comunicación interna a través de las plataformas digitales. Hernández, justifica el enfoque cualitativo en los siguientes términos:

El enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen al mundo “visible”, lo transforman y convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos. Es *naturalista* (porque estudia a los objetos y seres vivos en sus contextos o ambientes naturales y cotidianidad) e *interpretativo* (pues intenta encontrar sentido a los fenómenos en función de los significados que las personas les otorgan). (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M., 2010).

Seguidamente, dentro de la investigación se efectuó una clasificación de categorías y subcategorías, que permitieron obtener un espectro más amplio del objeto de estudio; se establecieron tres categorías, la Comunicación interna, Comunicación digital, Estrategias de comunicación. La primera a su vez comprende como subcategorías los medios, canales, flujos de comunicación y mensaje; la segunda comprende las subcategorías de redes sociales y plataformas digitales, y la tercera se divide en subcategorías de estrategias, análisis organización, técnicas e indicadores.

Se efectuó estudio de caso, el cual permitió determinar la efectividad, establecer las falencias, las barreras y herramientas empleadas en la comunicación interna de la Preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero. Cebreiro citado por Jiménez sostiene al abordarse un estudio de caso se involucra la diversidad y puntualiza que:

Mediante este método, se recogen de forma descriptiva distintos tipos de informaciones cualitativas, que no aparecen reflejadas en números si no en palabras. Lo esencial en esta metodología es poner de relieve incidentes clave, en términos descriptivos, mediante el uso de entrevistas, notas de campo, observaciones, grabaciones de vídeo, documentos. (Jiménez, V. & Comet, C, 2016).

Los métodos anteriormente enunciados se ejecutaron a través del empleo de técnicas de recolección de información como compilación documental, observación, encuestas y entrevistas, siendo estas herramientas claves, para la obtención de un diagnóstico con relación a la comunicación interna y su injerencia en la formación académica, ambiente laboral y funcionamiento de la estructura organizacional, para la estructuración de una cultura institucional.

Por su parte, la compilación bibliográfica se centró en el estudio de documentos oficiales, como circulares, convocatorias, reconocimientos, reglamentos, programas para el desarrollo institucional, entre otros, y la forma en que estos se dieron a conocer entre la planta de docentes, estudiantes y administrativos de la Preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero.

La observación jugó un papel importante dentro de este proyecto de investigación, fortaleciendo la percepción que tuvo el investigador en una fase primaria al momento de revisar la documentación oficial, teniendo en cuenta que, por medio de esta, pudo visualizar el público objeto de estudio y el desarrollo de sus actividades comunicativas al interior de la institución. Respecto a esta técnica, Hernández plantea que:

La observación es muy útil: para recolectar datos acerca de fenómenos, temas o situaciones delicadas o que son difíciles de discutir o describir; también cuando los participantes no son muy elocuentes, articulados o descriptivos; cuando se trabaja con un fenómeno o en un grupo con el que el investigador no está muy familiarizado; y cuando se necesita confirmar con datos de primer orden lo recolectado en las entrevistas. (Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M., 2010).

Por último, a través de las encuestas, se dio seguimiento a los canales y flujos de comunicación, con la elaboración de una serie de preguntas abiertas sobre los contenidos a trabajarse en las plataformas digitales, que fortalecieran la comunicación interna en la Preparatoria 33. También el desarrollo de entrevistas al cuerpo de docentes y directora de la Preparatoria número 33, se logró la obtención de información personalizada de los procesos comunicativos establecidos para difusión de la información académica e institucional.

DISCUSIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

La población objeto de estudio, correspondió a los estudiantes de cuarto semestre de bachillerato, el cual, estaba compuesto por 218 estudiantes de un total de 774 estudiantes que conforman la Preparatoria número 33. A estos estudiantes se les aplicó las encuestas, teniendo en cuenta que habían cursado unidades de aprendizaje de lectura y redacción como elementos básicos de la comunicación.

Así mismo, como objeto de análisis se evaluaron los oficios emitidos por la dirección de la Preparatoria número 33 y el uso de las redes sociales y su efectividad, a la hora de transmitirse los mensajes a través de Facebook y WhatsApp. En ese orden de ideas, se efectuaron los siguientes cuestionamientos:

1. ¿Quién te mantiene informado de las actividades de la Preparatoria número 33?
2. ¿Consideras que se transmite en debida forma y tiempo oportuno la información académica?
3. ¿En qué forma se establece la comunicación entre la Dirección y los estudiantes?

Al planteamiento número uno, el 39,4% de los estudiantes que fueron encuestados manifestaron haber recibido la información a través de sus coordinadores de grupo; el 36,2% manifestaron haber recibido información por medio de la Dirección de la Preparatoria 33; el 20,2% sostuvieron que recibieron la información por medio de compañeros del grupo y solo 4,1% dijeron que su medio de información fue los rumores de pasillo.

Al planteamiento número dos, el 66,1% de los estudiantes precisaron que solamente en algunas ocasiones la comunicación es adecuada y oportuna; el 31,2%, sostuvieron que la comunicación siempre fue en debida forma y tiempo adecuado y 2,8% afirmaron que casi nunca recibieron información en forma y tiempo oportuno.

Por último, al cuestionamiento tres, el 59,6% de los estudiantes contestaron que la comunicación recibida entre la dirección y ellos se dio a través de canales digitales como el correo electrónico, el classroom y

redes sociales; el 33% sostiene que por comunicación grupal; el 6,4% por comunicación personal entre director y estudiante y el 0.9% sostuvieron que nunca recibieron comunicación con la dirección.

De los resultados extraídos, se puede inferir en un primer momento que existe diversidad en los canales de comunicación empleados en la Preparatoria número 33, de acuerdo a los resultados arrojados, se observa que no hay formalidad en la comunicación con los estudiantes, situación que deja inestable la estructura que conduce a la formación de una cultura organizacional al interior de la preparatoria; se deduce que son los coordinadores de grupo el primer filtro entre la administración y el estudiante.

Por otro lado, respecto a la comunicación adecuada en tiempo y forma, se observa un nivel alto de insatisfacción por parte de los estudiantes, lo que se traduce en necesidad de mejoramiento en la eficiencia de la comunicación académica con los estudiantes, para un desarrollo institucional en un margen de orden y estructuración cultural.

Se observa la implementación de los medios de comunicación digital, por parte de la dirección en forma considerable, no obstante, no se contempla como el canal principal para la difusión de la información relacionada con la academia, teniendo en cuenta que un porcentaje significativo señala como primer y principal medio de comunicación a los directores de grupo. Esta última situación si bien es relevante para el fortalecimiento de las relaciones interpersonales entre personal administrativo y los estudiantes, hace que se pueda transmitir el mensaje en la informalidad institucional. Por último, se observa con preocupación que un pequeño porcentaje de estudiantes no ha sostenido comunicación alguna con la Dirección de la Preparatoria 33, constituyéndose una brecha que debe abordarse con urgencia.

La planta de docentes de la Preparatoria número 33 está conformada por 24 docentes, de los cuales 4 son administrativos y tres desempeñan puestos directivos; solo 5 del cuerpo académico fueron entrevistados, esto debido a que impartían clases a los estudiantes que absolvieron los cuestionamientos anteriores. Los profesores entrevistados, sostienen que reciben la información académica directamente de la Dirección de la Preparatoria 33, mediante oficios o de forma verbal y la Dirección afirma que la comunicación con los docentes sobre temas académicos es personal.

Respecto a los medios de comunicación implementados en la Preparatoria número 33, se plantea la pregunta de ¿Cómo consideran los medios de comunicación usados por la Dirección con los estudiantes?; frente a lo cual, 64.2% de los docentes los consideran buenos, el 18.3% dijeron que son excelentes, el 17% regular y el 0.5% manifestaron que malos.

Seguidamente, todos los entrevistados coincidieron en que el medio más utilizado por la Dirección de la Preparatoria número 33 para la difusión de la información, son las redes sociales, en específico Facebook y WhatsApp, por medio de las cuales no solo se tramiten las actividades académicas, sino también la mayoría de los procesos administrativos. La forma tradicional a través de oficios se sigue empleando por parte de la Dirección como medio de evidencia de la información que se trasmite.

Frente a los canales de comunicación, con el fin de identificar cual es el más usado por la Dirección de la Preparatoria número 33, para establecer comunicación sus estudiantes, se plantea los siguientes cuestionamientos:

1. ¿Cuáles son los canales de comunicación empleados por la Dirección, para transmitir información institucional?
2. ¿A que canal de comunicación recurre para obtener la información?
3. ¿Consideras que Facebook y WhatsApp son canales formales para transmitir información?
4. ¿Qué estrategia implementaría para lograr un mensaje claro y accesible?

Frente al planteamiento primero, el 83,9% de los estudiantes refirieron que el Facebook, el 6,9% manifestaron como canal de comunicación el correo electrónico, el 6,4% sostuvieron que el WhatsApp y solo el 2,8% se refirieron al Classroom, como medio de comunicación entre la Dirección y los estudiantes de la Preparatoria 33.

Frente a la segunda pregunta, el 88,5% de los estudiantes afirmaron que recurren al Facebook para obtener información de las actividades académicas de la Preparatoria 33, el 10,1% sostuvieron que al WhatsApp y el 1,4% recurrieron al Classroom como fuente de información. Seguidamente, procediendo a las respuestas al planteamiento tercero, el 67,9% de los estudiantes, reconocieron que solo en ocasiones WhatsApp y Facebook son canal de comunicación formal; el 30,3% consideró a estos medios como formales, 1,4% contestó que casi nunca son formales y el 0,5% sostuvieron que nunca son formales.

Frente a la cuarta pregunta, el 38,5% de los estudiantes plantearon como implementación a los mensajes transmitidos que estos sean cortos, el 23,9% planten la necesidad de infografías, el 22,9% sugirieron que los mensajes se dieran a través de video tutoriales y el 14,7% expresaron que la claridad de los mensajes está relacionada con la adecuada redacción de estos.

De los resultados anteriores, se puede inferir que el medio de comunicación más recurrido para la transmisión y recepción de los mensajes entre la Dirección y los estudiantes de la Preparatoria 33, es la red social de Facebook. El WhatsApp también tiene auge como medio de comunicación, no obstante, estos medios digitales no se reconocen como medios formales en todas las ocasiones.

Los docentes de la preparatoria número 33, también se expresaron al respecto y puntualizaron sobre algunos aspectos importantes que pueden contribuir de manera directa, en el flujo de la comunicación entre la Dirección y los estudiantes, para la consolidación de una estructura eficiente y concreta, de ahí que sugirieron que:

- No hay una cultura de actualización por medio de las redes digitales, teniendo en cuenta que no todos los estudiantes están pendientes de las redes.
- Proponen que para que los contenidos sean llamativos, claros y precisos, se requiere el uso de herramientas de diseño.
- No todos los estudiantes tienen acceso permanente a internet en sus dispositivos móviles.
- Que los mensajes que involucren convocatorias sean publicados con mucho tiempo de antelación para que llegue a todos los estudiantes.

Por último, se analizó como objeto de estudio los canales digitales de comunicación, como periódico digital y página o portal web; para lo que se planteó una serie de preguntas abiertas, dirigidas tanto a estudiantes, docentes y el cuerpo directivo, con el propósito de recolectar más sugerencias en la implementación de la comunicación digital como parte de una cultura organizacional. Por lo anterior, se planteó las siguientes preguntas:

1. ¿Qué información quisiera que se publicara en los medios digitales?
2. ¿En qué forma le gustaría interactuar?
3. ¿Qué elementos le resultan interesantes para hacer atractivo el portal web?

Frente a la primera pregunta, tanto los estudiantes, docentes y directora, coinciden en que los temas que se publiquen a través de los medios digitales sean de carácter institucional, entre este público sugieren que la publicidad de la información se surta principalmente en un portal web, periódico digital, situando en última opción la red social de Facebook.

En relación con la segunda pregunta, los encuestados refirieron que la forma en que les gustaría interactuar para despejar dudas de los procesos académico-administrativos es a través de chat que pueda

ser atendido de manera permanente, y se logre a partir de esta una comunicación clara y en el tiempo pertinente. Finalmente, a la pregunta cuarta, responden que dentro los elementos interesantes para un portal web, esta los videos, fotografías, enlaces de consultas en otras redes sociales como Instagram, Facebook y YouTube.

Algunos de los maestros contestaron que lo esencial de estos portales digitales, es la difusión que se haga de las actividades cotidianas de la Preparatoria 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, así como las actividades culturales y sociales que se lleven a cabo, incluyendo además de las redes sociales ya mencionadas, a la plataforma de TikTok como medio de comunicación, debido al amplio espectro que abarca y que se establezca un buzón de sugerencias que permita abordar las necesidades propias de la comunidad institucional, fortaleciendo el proceso de construcción de una cultura organizacional.

CONCLUSIONES

La cultura organizacional como sistema que guía las acciones colectivas dentro de una institución, solo se construye o se fortalece gracias a la implementación de una adecuada comunicación interna, en la que prevalezca el orden, la coherencia y la adecuada publicidad de los mensajes, para una plena accesibilidad de la información, con implementación de estrategias de comunicación digital modernas, adaptadas a las necesidades de los estudiantes.

La preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, si bien ha mantenido un flujo de comunicación entre la Dirección, profesores y estudiantes contante, esta no ha cumplido las formalidades y expectativas de una comunicación efectiva, incluyente de las estrategias de comunicación de la era digital.

Se pudo establecer que el primer filtro de la información que se surtió al interior de la institución educativa se dio entre la Dirección y los docentes, a través de la formalidad del oficio; donde se puso en conocimiento de aquellos, las convocatorias, directrices y todo lo relacionado en el desempeño de actividades académicas. Seguidamente, se identificó como segundo filtro la comunicación que se surtió entre docentes y estudiantes a través del empleo de plataformas como WhatsApp, en donde los profesores transmitieron el mensaje recibido por la Dirección en el primer filtro.

Es de suma relevancia precisar que en los procesos de comunicación, cuando existen varios filtros al interior de una misma organización, se pueden presentar grandes desafíos estructurales que amenazan la autenticidad del mensaje; siendo de los más relevantes, el retraso en la comunicación, la distorsión del

mensaje, mal entendidos y ausencia de los objetivos; situaciones que crean barreras no solo entre personas, sino también lingüísticas y culturales, dificultando una transmisión clara e idónea de la información.

Además de la existencia de diferentes filtros de comunicación, se observó un retroceso que pone en desventaja a la mayoría de los estudiantes para el acceso de la información por medios digitales, el cual obedece a la ausencia de internet en todos los dispositivos móviles, ante la carencia de una red de wifi de acceso al público, que permita a todos los estudiantes dar cumplimiento a las actividades académicas y los requerimientos administrativos.

En este sentido, la Coordinación de Tecnologías de la Información y Comunicación CTIC es un departamento clave para eficientar dentro de su ecosistema digital los procesos académicos y administrativos. Debe ser aprovechado al máximo por las unidades académicas, teniendo en cuenta que, a través de diversas acciones, implementa y actualiza los sistemas de información, diseña sitios web, apoya a todas las áreas en la creación de eventos académicos en modalidad virtual, genera correos institucionales y ofrece servicios en el manejo de tecnologías. También es responsable de los servicios técnicos de mantenimiento y actualización, y atiende las líneas de conectividad mediante tecnología de alta gama para adaptarse a nuevas realidades, mejorando los lazos de vinculación y comunicación, así como la coparticipación.

Es de suma importancia resaltar que otra de las barreras encontradas, está relacionada con la forma de redacción de los mensajes, que impide una comprensión precisa por parte de los estudiantes, llevando a la desatención de los requerimientos. Primordialmente, Se debe cuidar que la difusión se realice en forma clara, en los tiempos adecuados y con empleo de los distintivos institucionales que aporten autenticidad y formalidad a la información suministrada a través de los diferentes canales.

RECOMENDACIONES PARA TRABAJO A FUTURO

La construcción de una cultura organizacional se logra a través de una comunicación efectiva, que brinde solidez a la institución, con el establecimiento de principios mínimos para la regulación del comportamiento al interior de esta, donde prevalezca la difusión clara y accesible del mensaje. Así mismo, los canales de comunicación son de vital importancia, permitiendo la interacción entre el emisor y el receptor.

De conformidad a lo anterior, con el propósito de expandir la comunicación a las nuevas tecnologías que permitan su efectividad, en primer lugar, se sugiere que, a los miembros de la institución educativa, se les propicie formación para el desarrollo de habilidades en el campo de comunicación escrita, verbal y de manejo de las plataformas digitales. En ese entendido se efectúan las siguientes recomendaciones:

- Implementación de plataformas digitales como medio formal de comunicación.
- Implementar red de wifi de gran alcance, de manera que sea abierta a todo el público al interior de la Preparatoria 33.
- Difusión adecuada del mensaje, en tiempo, forma y claridad.
- Agilizar los procesos académico-administrativos a través de las plataformas que ofrece Google.
- Hacer atractivas las publicaciones, con empleo de video, fotos y otras iniciativas que llamen la atención del público a quien se dirige la información.
- Participación colectiva para enriquecer los medios digitales de comunicación.
- Retomarse el periódico digital como principal medio de difusión institucional, para la coordinación de las actividades académicas.
- Implementar portal web.
- Que los proyectos de periódico digital y el portal web, sean consolidados al interior de la Preparatoria número 33 de la Universidad Autónoma de Guerrero, como un instrumento de avance y que puedan consagrarse como estatuto para el desarrollo de la cultura organizacional, de tal forma que no pueda ser ignorados en la comunicación interna, por las futuras administraciones que tenga la institución educativa.
- Es necesaria la capacitación y actualización del personal directivo, docente, administrativo y de los estudiantes en el manejo de tecnologías de la información.

REFERENCIAS

- Aguado, T. J. (2004). *Introducción a las Teorías de la Comunicación y la Información*. Murcia: Universidad de Murcia.
- Alonso, J. (2008). El sitio web como unidad básica de información y comunicación. Aproximación teórica: definición y elementos constitutivos. *Revista Científica de Información y Comunicación*, 5, pp-226-247. <https://institucional.us.es/revistas/comunicacion/5/07alonso.pdf>

- Álvarez, J. (2007). Comunicación Interna, la Estrategia del Éxito. . *Razón y Palabra*, 1-7.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520729023>
- Arellano, E. (2008). La estrategia de comunicación orientada al desarrollo de la cultura Organizacional. (I. T. Monterrey, Ed.) *Razón y Palabra*, 13(2).
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199520741037.pdf>
- Artés, A. &. (2012). *Comunicaciones digitales*; Madrid: Universidad Carlos III de Madrid.
https://www.tsc.uc3m.es/~antonio/libro_comunicaciones/El_libro_files/comdig_artes_perez.pdf
- Borrat, H. (1989). *El periódico, actor político*. Editorial Gustavo Gili, S.L.
- Botero, M. L. (2006). ¿Comunicación para lo estratégico o comunicación para lo humano? *Revista del Foro Iberoamericano sobre Estrategias de Comunicación*(5), 3-29.
https://www.cienciared.com.ar/ra/usr/9/301/fisec_estrategias_m1_pp3_29.pdf
- Cabrera, M. y Tarrés Ruiz, F. (2013). *Introducción a los sistemas de comunicaciones*. Editorial UOC.
- Capriotti, P. (2013). *Planificación Estratégica de la Imagen Corporativa* (4 ed.). Barcelona, España: Ariel.
- Castillo, a. B. (2020). *Comunicación digital: la transformación de la realidad y la conciencia*. Comunicación, 109-112.
<https://doi.org/10.18566/comunica.n42.a09>
- Castro, Hernández & Díaz. (Julio - septiembre de 2023). Comunicación asertiva y tecnologías de la información: herramientas para el crecimiento profesional del Licenciado en Educación Pedagogía-Psicología. *Revista Didáctica y Educación*, 14(3), 60-78.
<file:///C:/Users/Acer/Downloads/DialnetcomunicacionAsertivaYTecnologiasDeLaInformacionHer-9221634.pdf>
- Celaya, J. (2008). *La Empresa en la WEB 2.0*. España: Editorial Grupo Planeta.
- Díez Freijeiro, S. (2006). *Técnicas de comunicación. La comunicación en la empresa*. Ideas propias Editorial. España.
- Durán Bravo, P., Cisneros Martínez, N. G., Meléndez Rodríguez, V. M., & Leonor Martínez, M. Ángel. (2016). Comunicación Estratégica: construcción comunicacional de la estrategia corporativa en organizaciones sociales. (U. S. Arboleda, Ed.) *Civilizar Ciencias De La Comunicación*, 3, 175-193. <https://revistas.usergioarboleda.edu.co/index.php/Civilizarcomunicacion/article/view/601>

- Galindo, J. (2011). Reseña de "Estrategias de Comunicación" de Rafael Alberto Pérez. *Razón y Palabra*, núm. 75, febrero-abril, 2011. Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador
<https://www.redalyc.org/pdf/1995/199518706016.pdf>
- Galvez, N. A. (2020). *Propuesta de gestión de contenidos de las páginas institucionales de Facebook para mejorar la comunicación interna en las escuelas preparatorias de la UAGro, zona centro. Chilpancingo, Guerrero, México*: Universidad Autónoma de Guerrero.
<http://ri.uagro.mx/handle/uagro/2382>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (5 ed.). México: Editorial McGraw-Hill.
- Jiménez Chaves, V. & Comet, Weiler, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2).
<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/54>
- Jiménez, V. & Comet, C. (2016). Los estudios de casos como enfoque metodológico. *ACADEMO Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2).
<https://revistacientifica.uamericana.edu.py/index.php/academo/article/view/54>
- Matilla, K. (2017). *Cómo hacer un plan estratégico de comunicación*. Editorial UOC.

TABLA TRABAJO COLABORATIVO

Rol	Autor (es)
Conceptualización	José Roberto Santos Mejía
Metodología	José Roberto Santos Mejía
Software	Monica Zagal Perez
Validación	Anabela Lataban Campos
Análisis Formal	Anabela Lataban Campos
Investigación	José Roberto Santos Mejía
Curación de datos	Horacio Hernández De Jesús
Escritura -Preparación del borrador original	Monica Zagal Perez
Escritura -Revisión y edición	José Roberto Santos Mejía
Visualización	Horacio Hernández De Jesús
Supervisión	Monica Zagal Perez
Administración de Proyectos	José Roberto Santos Mejía