CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Comunicación, gerencia y su relación con la tecnología, redes sociales y política

Communication, management and their relationship with technology, social networks and politics

Nilson Enrique Chirinos Quintero
Universidad Privada Dr. Rafael Belloso Chacín-URBE Venezuela
Correo electrónico: nilson2021@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0000-0002-5751-2352

Recibido: Noviembre 2025 **Aceptado: Enero: 2026** **Publicado: Junio 2026**

Cómo citar: Chininos Quintero, NE. (2026). **Comunicación, gerencia y su relación con la tecnología, redes sociales y política.** Editorial CICAG: Revista Electrónica Arbitrada del Centro de Ciencias Administrativas y Gerenciales, Volumen 23 No.3. Junio-Agosto (2026). Venezuela. https://doi.org/10.36390/vhmcyh39

RESUMEN

El presente estudio se centra en la importancia de la comunicación en todos los procesos que dinamizan las organizaciones. Metodológicamente la Investigación es documental bajo el paradigma cualitativo, utilizando la observación como técnica de recolección de datos, realizándose una revisión documental bibliográfica en cuatro áreas centrales que guardan relación con comunicación, tecnología, redes sociales y política. Se seleccionó el método cualitativo, pues permite, recopilar información sobre el tema en investigación, para generar nuevos conocimientos, como resultados en la recolección, organización o análisis sobre la información obtenida. En primer lugar, se realizó una búsqueda bibliográfica sistemática en Google academic, Scielo, Redalyc, Dialnet, limitándose a los idiomas inglés, castellano, usando como descriptores los siguientes términos: comunicación, tecnología, redes, sociales, política, acompañándose por diferentes autores. Se concluye que una adecuada comunicación puede incidir favorable o negativamente en los procesos sociales, pues es una habilidad blanda fundamental, muchas veces subestimada, la cual condiciona otros procesos subsecuentes. Finalmente, los líderes en las organizaciones deben trabajar arduamente es esta habilidad, pues la comunicación escrita, así como el lenguaje corporal, son formas de comunicación no verbal capaces de transmitir un mensaje poderoso a nuestra audiencia, tan fuerte y preciso como lo hace cualquier otra forma de expresión, por lo tanto, tener en cuenta todos estos factores es fundamental para hacer llegar nuestro mensaje en forma efectiva a nuestros receptores y, en base a su comprensión, poder obtener una respuesta apropiada al estímulo recibido.

Palabras claves: Comunicación, gerencia, tecnología, redes, política.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

ABSTRACT

This study focuses on the importance of communication in all processes that drive organizations. Methodologically, the research is documentary under the qualitative paradigm, using observation as a data collection technique, conducting a bibliographic documentary review in four central areas related to communication, technology, social networks, and politics. The qualitative method was selected because it allows for the collection of information on the research topic, generating new knowledge as a result of the collection, organization, or analysis of the information obtained. First, a systematic bibliographic search was conducted in Google Scholar, Scielo, Redalyc, and Dialnet, limited to English and Spanish, using the following terms as descriptors: communication, technology, networks, social, politics, accompanied by different authors. It is concluded that adequate communication can have a positive or negative impact on social processes, as it is a fundamental soft skill, often underestimated, which conditions other subsequent processes. Finally, leaders in organizations must work hard on this skill, since written communication, as well as body language, are forms of nonverbal communication capable of transmitting a powerful message to our audience, as strong and precise as any other form of expression. Therefore, taking all these factors into account is essential to effectively convey our message to our recipients and, based on their understanding, be able to obtain an appropriate response to the stimulus received.
.

Keywords: Communication, management, technology, networks, politics.

INTRODUCCIÓN

La comunicación juega un papel muy importante en la interacción humana, fundamentalmente en estos tiempos donde la tecnología es utilizada para apoyar a la comunicación en diferentes medios, tales como las redes sociales, utilizadas por personas comunes y hasta por políticos, quienes las han convertido en su herramienta predilecta para dirigirse a la población. Cabe destacar, que la comunicación articula cambios sin precedentes en la actualidad, influyendo tanto lo material, investigativo, proyectos, entre otros, como lo netamente intelectual y social, situando en el centro de la creación y universo al hombre, como protagonista, pues es su experiencia la cual condiciona el éxito de cualquier política comunicativa.

Por otra parte, las investigaciones sobre comunicación cobran mayor relevancia mundialmente, concretamente en lo organizativo y científico. Además, las redes sociales demostraron su eficiencia e importancia en situaciones sobrevenidas como la pandemia COVID-19, donde el aislamiento obligó a implementar nuevas formas de comunicación capaces de superar las barreras geográficas.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Cada vez más, la comunicación ocupa una posición preponderante en las organizaciones, los colaboradores buscan mejores tratos y, si reciben un mensaje claro, son capaces de comprenderlo mejor para concretar sus tareas apropiadamente, evitando malos entendidos que derivan en operaciones mal ejecutadas con consecuencias indeseables.

La presente investigación adquiere una gran notabilidad, sustancialmente por los actuales tiempos disruptivos. Por ello, las organizaciones, se deben adaptar a modalidades de comunicación mixtas, donde, sin dejar de utilizar los medios tradicionales, deben alternarlos con nuevas metodologías virtuales, las cuales suelen dinamizar y agilizar los procesos comunicativos.

De allí, la necesidad de contratar personas con estilos comunicativos propios e integrales, quienes puedan asumir roles preponderantes al transmitir un mensaje que necesite ser bien comprendido para ser correctamente ejecutado. Razón por la cual, se realiza una revisión de la literatura relacionada con la comunicación, la tecnología, las redes sociales y cómo influyen en la política de las naciones, las cuales deben procesar la vorágine informativa para adaptarse a estos tiempos.

FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Importancia de la gerencia en la comunicación

En primera instancia, Herrera et al. (2024) exponen la importancia de la inteligencia artificial en la comunicación actual de la sociedad, pues aun siendo un fenómeno que lleva décadas de desarrollo y presencia en el mercado, es esta época en la cual se ha masificado, ofreciendo herramientas que, siendo correctamente utilizadas, facilitan la interacción por diversos canales. Sin embargo, no debe sustituir a la propia inteligencia humana, la cual realiza la última revisión antes de ejecutar las propuestas.

En otro orden de ideas, Gil et al. (2022), destacan que la comunicación no solo se basa en estándares, sino en implementar un estilo propio que sirva a cada empresa, conduciendo a mejorar el clima laboral y, con ello, la productividad. De esta manera se infiere que la misma juega un papel mucho más trascendental a lo imaginado, pues si no es asertiva es posible que las organizaciones no obtengan todo el rendimiento necesario

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

de su personal e, incluso, se fracase aun cuando se posean todos los elementos para no hacerlo.

Además, Aced y Miquel (2021) indican que la comunicación interna en las empresas juega un rol determinante en el cumplimiento de sus objetivos estratégicos, por lo cual es necesario atender no solo al público externo, como lo son los clientes, proveedores, entre otros, sino también al interno, conformado principalmente por los empleados, quienes son la base fundamental para mantener la operatividad de la organización.

De acuerdo con Calua et al. (2021), la persona que se comunica asertivamente desarrolla mejores relaciones interpersonales, está satisfecha con su vida, tiene confianza en sí misma, es expresiva, espontánea. Esto implica que comunicarse es un don que requiere confianza, la cual se gana mediante el conocimiento del contenido el cual se desea transmitir, por lo tanto, quien comunica debe ser una persona suficientemente capacitada en el tema a comunicar.

Por otra parte, Moreno et al. (2021) señalan que las empresas siempre poseen una serie de planes para lograr sus objetivos estratégicos, pero es la comunicación el factor clave para llevarlos a feliz término, pues si ésta no es eficiente no pueden esperarse resultados positivos, por lo cual es preciso ser claros al comunicar un mensaje, el cual debe ser fácilmente digerible y asimilable, sin ningún tipo de ambigüedades ni prestarse a criterios subjetivos.

En otro orden de ideas, se aborda el tema relacionado a la Gerencia y su relación con la comunicación. En tal sentido, Carmona et al. (2023) destacan que la gerencia en las instituciones educativas venezolanas es arcaica y ortodoxa, pues se basa en emitir una serie de lineamientos desde el ministerio de educación, los cuales son de estricto cumplimiento sin estar sujetos a debate.

Para Cabaña et al. (2022) la gerencia debe ser capaz de crear modelos sustentables y sostenibles en el tiempo, pues no solo se debe responder a las circunstancias del momento, sino atender todos los procesos disruptivos actuales, los cuales rompen los paradigmas y vienen a constituirse como la nueva normalidad. Además, para Salguero y García (2022), la gerencia en las organizaciones debe priorizar la gestión

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

del talento humano y clasificarlo por competencias, dándole la merecida importancia la cual no ha sido siempre considerada en el personal que moviliza a la organización y de cuya eficiencia depende su sostenimiento en el tiempo.

De acuerdo con Parra (2021) las organizaciones deben tener presente su responsabilidad social y, en consecuencia, su relación con la sociedad, pero, internamente, el rol del gerente es hacer crecer a la organización, utilizando adecuadamente sus recursos, por lo cual se considera a la gerencia como el eje neurálgico en todas las organizaciones, desde donde se planifica y potencia su crecimiento.

Por otra parte, autores como, Sánchez y Cabrera (2021) indican que es posible ejercer la gerencia sin centrar todas las decisiones en una sola persona, sino dividendo las responsabilidades en grupos capaces de responder a las necesidades propias en su entorno, las cuales no son las mismas para cada sector, por lo cual tampoco pueden ser las mismas soluciones.

Por lo antes expuesto, queda claro que existe una estrecha relación entre Gerencia y Comunicación, pues la primera debe conducir a la segunda. Sin embargo, el problema planteado en esta investigación radica en que estos dos términos presentan problemas propios no resueltos, y la gerencia, en muchas ocasiones, no se encuentra lo suficientemente actualizada para dirigir apropiadamente las comunicaciones internas en las organizaciones, creando confusiones o caos por no expresar con claridad un mensaje institucional para cumplir las metas empresariales, poniendo fin a los rumores que generan incertidumbre, los cuales no ayudan a cumplir los planes trazados.

Es significativo indicar que, si desde la gerencia no se toman medidas comunicacionales apropiadas, las empresas pronto verán incumplidos muchos de sus objetivos, generando pérdidas ante la competencia y posibles cierres, por lo cual se deben fortalecer los departamentos encargados de regir las comunicaciones para evitar o solventar fallas potencialmente costosas, las cuales, empiezan siendo elementales, pero terminan creciendo como una bola de nieve la cual destruye a su paso cualquier plan, aun siendo bien concebido.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Relación entre la Tecnología y la Comunicación

De acuerdo con Arias et al. (2022), las tecnologías de comunicación e información (TIC) contribuyen favorablemente con el desempeño en los trabajadores, pues le facilitan el trabajo a distancia, cumpliendo así con sus labores en situaciones sobrevenidas, por lo cual se establece una estrecha e inseparable relación entre la tecnología y la comunicación en estos tiempos modernos.

Para el autor de la presente investigación, la comunicación cada vez se apoya más en la tecnología, pero, es necesario conservar espacios para la comunicación donde la tecnología no se tan imprescindible, porque si en un momento determinado no se cuenta con una herramienta tecnológica, la comunicación se vería seriamente afectada. Esto incluso es importante en otras áreas tradicionales como, por ejemplo, el trabajo presencial, el cual no debe sustituirse completamente por el trabajo virtual, que, además, trae consigo consecuencias psicológicas por el aislamiento del individuo.

Puede parecer increíble, pero a veces asistimos a una reunión sin interactuar con las personas allí presentes, sino que cada quien está inmerso en su teléfono personal. Ya no nos comunicamos aun estando en el mismo sitio, lo cual expresa una actitud de rechazo hacia el lugar, disimulable por el uso del teléfono, lo cual debe subsanarse y aprovechar todas las bondades ofrecidas por la comunicación presencial.

Comunicación y redes sociales

Actualmente, la comunicación se ha expandido exponencialmente debido al incremento de las redes sociales, las cuales constituyen el medio por excelencia para muchas personas al momento de comunicarse. Sin embargo, no todo lo que se dice a través de ellas es cierto, por lo cual se debe profundizar en varias fuentes para obtener mayor veracidad en la comunicación. Además, es preciso implementar criterios gerenciales al momento de discernir sobre la información recibida, pues permite desentramar con mayor precisión lo que se oculta entre líneas.

En tal sentido, Contreras et al. (2022), hacen énfasis en la relación de la responsabilidad social de las empresas y la identificación de los empleados con la organización, pues la primera variable influye positivamente en la segunda, por lo cual es

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

un factor a ser considerado para que exista motivación y un mayor rendimiento de los colaboradores. Además, Dávila (2022), plantea el reto supuesto por la pandemia COVID-19 para las empresas, pues algunas no se encontraban en condiciones para laborar a distancia y debieron cerrar. Es allí donde una adecuada gerencia debe responder a los desafíos concebidos o sobrevenidos para garantizar la continuidad operativa de la organización.

Así mismo, Ibáñez y Villasana (2022), analizan desde la perspectiva gerencial el modelo de enseñanza - aprendizaje resaltando que todo proceso, aun cuando sea de origen académico, requiere ser analizado desde el punto de vista gerencial para otorgarle una mejor y más confiable dirección. En otro orden de ideas, González (2021) señala la importancia de la gerencia en el sector educativo, sistema que capacita a un gran número de personas, por lo cual está llamado a formar a los egresados con verdadero criterio de discernimiento y administrar ese conocimiento aplicándolo en las realidades cotidianas.

Finalmente, para Urquiaga (2021) la gerencia de la gestión ambiental es de suma importancia para cuidar el medio ambiente, por lo que no se trata de una labor más, sino de planificar una serie de acciones que coadyuven con este propósito, el cual requiere constante supervisión y articulación mediante una gestión logística de alto espectro que considere todas las variables intervinientes en el proceso.

En otro orden de ideas, Fernández et al. (2021) enfatizan la adaptabilidad de las universidades durante la pandemia COVID-19, la cual cambió los paradigmas de la comunicación e información de acuerdo a las circunstancias derivadas de la crisis sanitaria, por lo cual es sumamente importante contar con diferentes medios de comunicación para no detener el flujo de las actividades académicas. Para Gómez (2021) los métodos y técnicas de investigación determinan el tipo de comunicación a ejercer, por lo cual es casi una condición que la segunda variable siempre estará atada a la primera, aun cuando para las personas esto sea imperceptible, pues transmitimos lo que somos y sabemos.

Como autor de la presente investigación, considero que la gerencia es la base de todo proceso en las organizaciones, lo cual determina su éxito o fracaso, por lo cual requiere una gran planeación, articulando riesgos concebidos y otros no previstos

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

producto de la dinámica disruptiva en la cual vivimos, que determina, además, el carácter recipiente de la gerencia.

Relación entre la Política y la Comunicación

En primera instancia, Machicote (2023) señala que la pandemia COVID-19 aceleró el uso de las redes sociales, particularmente en el sector político, pues los mandatarios se apoyaron en ellas con el uso de la tecnología para transmitir sus mensajes a la nación, siendo su principal medio de comunicación, el cual se fortaleció de tal forma que aún después de la crisis sanitaria sigue siendo el medio de comunicación político por excelencia.

En tal sentido, Salomé et al. (2023) señalan la importancia de los medios de comunicación en la polarización política, pues ésta última depende del mensaje que se transmita y la forma como se haga condiciona significativamente la reacción de los receptores. Desde el punto de vista de Cazorla et al. (2022) los medios de comunicación juegan un importante papel en el debate político, por lo cual tienen una responsabilidad social al plantear temas que pudieran generar confrontaciones, en lugar de consensos, lo cual pudiera ser perjudicial o beneficioso según el caso. Por ello, se afirma que la comunicación ha invadido todos los espacios de la sociedad con el apoyo de la tecnología y se ha diversificado exponencialmente en los últimos años.

De acuerdo con Slimovich (2021), la comunicación digital tiene un efecto distinto al de la comunicación televisiva, pues se transmiten y reciben elementos diferentes, lo cual genera confusiones. Es menos frecuente equivocarse en redes sociales que en televisión, haciendo más sencillo para los políticos utilizar medios digitales para transmitir con mayor claridad el mensaje. Según Vásquez et al. (2021) las redes sociales han dinamizado la comunicación política y la han hecho más eficiente con el paso del tiempo, al punto que los medios audiovisuales e impresos casi han desaparecido, pues suelen ser mucho más costosos que los digitales y el mensaje no siempre se transmite de forma adecuada

Para el autor de la presente investigación, la comunicación política es compleja y deben articularse muchos elementos para hacer posible su claridad. En ocasiones el

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

mensaje es interpretado de distintas maneras, incluso según la tendencia política del receptor, quien trata de retransmitirlo probablemente con propósitos que beneficien su causa, aun cuando sea de su conocimiento que lo informado por él dista mucho del mensaje real.

Figura 1. Como aporte final de la investigación se propone un Modelo Gerencial cimentado en la Gerencia para fortalecer la Comunicación Organizacional



Nota: Elaboración propia (2025)

Cuadro No. 1. Modelo Gerencial fortalecer la Comunicación Organizacional

Contenidos	Actividades Estratégicas	Recursos Humanos	Evaluación	Tiempo
Examinar la manera cómo influye la Gerencia en la Comunicación Organizacional	Presentación del grupo. Dinámica de grupo. Análisis del material impreso. Elaboración de conclusiones.	Facilitadores (3) Participantes (10) Gerentes (1) Materiales. (video beam, apuntadores laser, juegos de luces, humificador de aromas)	Formativa Participación Producción de conclusiones Dramatización	4 horas 3 días por semana 2 semanas Dinámica e intervención de todos los participantes

Nota: Elaboración propia (2025)

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Este modelo permite ser aplicado a distintas organizaciones, adaptando cada fase de acuerdo a la naturaleza de las mismas, para destacar la importancia de la Gerencia en los procesos comunicacionales. Con la intervención de todos los asistentes, se puede crear más fases que fortalezcan el modelo o lo adapten a cada organización, pues el mismo es flexible y resiliente.

METODOLOGÍA

El enfoque que privilegió el desarrollo de esta investigación fue documental, de corte descriptivo bajo el paradigma cualitativo, utilizando el método hermenéutico, por otra parte, la técnica de recolección de datos fue la observación. Así mismo, la metodología utilizada se enfocó en una revisión documental bibliográfica de los procesos organizativos para optimizar la operatividad empresarial.

Para la selección de la muestra se realizó una búsqueda exhaustiva a través de documentos nacionales e internacionales, libros y artículos científicos de revistas arbitradas reconocidas, en resumen, para la investigación se revisaron veintitrés (23) legajos analizándose la información recabada, luego de esta exploración y de recoger todos los datos se presentaron los resultados y las reflexiones finales.

RESULTADOS

Entre los hallazgos más importantes destacan el poco adiestramiento a los empleados sobre la temática relacionada con la comunicación para optimizar los procesos organizacionales, pues donde no exista buena comunicación es poco probable que las tareas sean comprendidas y ejecutadas correctamente. No se puede dar por sentado que el mensaje ha sido comprendido, antes bien, debe garantizarse su correcta transmisión y recepción.

Por otra parte, es imprescindible la elaboración de manuales y divulgarlos para el conocimiento de todos los colaboradores. La comunicación no solo debe ser oral, también puede ser escrita, gestual, corporal, ya que de esa diversidad depende la comprensión, por lo tanto, la gerencia debe plantear las mejores estrategias comunicacionales acordes a la organización donde se desenvuelven.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Por lo tanto, es primordial reforzar estratégicamente a los colaboradores y gerentes, sobre la importancia de la comunicación, internalizando en la propia actuación de las organizaciones, creando un espacio propicio para que puedan aportar ideas, estimular la transmisión del conocimiento e inspirar a sus compañeros priorizando los objetivos organizacionales. De acuerdo con lo planteado, se recomienda que estos gerentes asuman un liderazgo transformacional, con un claro recorrido en los asuntos estructurales, siendo asertivos y empáticos, instituyendo un clima organizacional óptimo en pro de las metas.

Estos Líderes o Gerentes, deben adquirir competencias especiales sobres estrategias comunicacionales, así como documentarse sobre modelos de gestión exitosos a nivel internacional, nacional, regional y local, para así promover la implementación de políticas comunicativas claras y adaptadas a los momentos disruptivos en los cuales vivimos, donde cualquier mensaje mal transmitido puede generar confusión y caos.

REFLEXIONES FINALES

En una organización es sumamente importante contar con una comunicación eficiente, receptiva, sencilla para todos sus miembros, con un mensaje claro, para lograr los objetivos. Por eso, la gerencia debe encargarse de constituir un equipo multidisciplinario, representado por las voces de todas las áreas para generar comunicados precisos y disipar la zozobra que produce la información falsa o incompleta. Finalmente, se destaca que la comunicación asertiva aparece como la carta ganadora, porque en muchas ocasiones las personas con mayores conocimientos no son necesariamente quienes mejor se comunican y pierden la batalla frente a otras con menos conocimientos, pero con mejores habilidades comunicativas, de manera que esa es la clave del éxito.

La comunicación es una tarea ardua, dinámica, lo cual conlleva muchas responsabilidades, tanto con el púbico receptor como con la propia persona que transmite el mensaje, pues su reputación se pone en juego cada vez que comunica ante una audiencia. Es muy útil aprovechar las redes sociales porque permite que muchas personas, quienes no poseen buena dicción, puedan comunicarse de forma muy efectiva con otras, transmitiendo ese mensaje que tanto le ha costado hacer llegar a su público.

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

Sin embargo, siempre debe mantenerse la ética y transmitir la verdad, más no enmascararse detrás de plataformas digitales y darles un uso inapropiado para generar caos y zozobra ante la sociedad, por lo cual el llamado es a aprovechar todas las bondades que la tecnología ofrece a la comunicación en pro del bienestar colectivo, para obtener de ella el mayor provecho posible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Aced, C. y Miquel, S. (2021). *La comunicación interna de las empresas españolas en clave estratégica. Revista Mediterránea de Comunicación: Mediterranean Journal of Communication, ISSN-e 1989-872X, Vol. 12, No. 2, 2021, págs. 245-261.* https://doi.org/10.14198/medcom.18692

Arias, J., Covinos, M. y Cáceres, M. (2022). *Tecnologías de Información y Comunicación versus Upskilling y Reskilling de colaboradores públicos.* https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.98.12

Cabaña, S., Cortés, F., Eissmann, I y Pino, C. (2022). *Determinantes de la gerencia sustentable en empresas constructoras e inmobiliarias, Región de Coquimbo, Chile.* Revista Innovación Tecnológica Vol. 33(2), 235-246 (2022). https://doi.org/10.4067/s0718-07642022000200235

Calua, M., Delgado, Y. y López, O. (2021). *Comunicación asertiva en e l contexto educativo.* Revista Boletín Redipe, ISSN-e 2256-1536, Vol. 10, Nº. 4, 2021.https://doi.org/10.36260/rbr.v10i4.1274

Carmona, J., Villegas, V y Buenaño, W (2023*). La gerencia y los procesos administrativos en las instituciones públicas venezolanas.* Revista Multidisciplinar Ciencia Latina. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.4663

Cazorla, A., Montabes, J. y López, P. (2022). *Medios de comunicación, información política y emociones hacia partidos políticos en España*. Revista Española de Ciencia Política, 58, 83-109. https://doi.org/10.21308/recp.58.03

Contreras, O., Talero, L. y Camacho, J. (2022). *Responsabilidad social e identificación organizacional implicaciones para la gerencia de los recursos humanos.* Revista Venezolana de Gerencia: RVG, ISSN-e 2477-9423, ISSN 1315-9984, Vol. 27, Nº. 99, 2022. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.99.24

Dávila, R. (2022). *Emprendimiento y gerencia en tiempos de pandemia: una revisión sistemática.* Aibi revista de investigación, administración eingeniería. Volumen 10, Número 3, Pág 114-124. https://doi.org/10.15649/2346030x.2945

Fernández, M., Chamizo, R. y Sánchez, R. (2021). *Universidad y pandemia: la comunicación en la educación a distancia.* Ámbitos. Revista Internacional de comunicación. https://doi.org/10.12795/ambitos.2021.i52.10

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)

González, G. (2021). *Gerencia de la investigación y del conocimiento en las universidades colombianas: Algunas reflexiones.* Revista de Ciencias Sociales (Ve) ISSN: 1315-9518 rcs_luz@yahoo.com Universidad del Zulia Venezuela. https://doi.org/10.31876/rcs.v28i1.37684

Gómez, G. (2021). *Métodos y técnicas de investigación utilizados en los estudios sobre comunicación en España.* Revista Mediterránea de Comunicación ISSN 1989-872X. https://doi.org/10.14198/medcom000018

Gil, Martínez y Rodríguez (2022). *Estilos de comunicación: Una revisión teórica hacia las habilidades directivas en las organizaciones.* Revista Científica de la UCSA, Vol.9 N.o 3 diciembre, 2022: 85-96. https://doi.org/10.18004/ucsa/2409-8752/2022.009.03.85

Herrera, J., Peña, J., Herrera, M y Moreno, D. (2024). *La inteligencia artificial y su impacto en la comunicación: recorrido y perspectivas.* Telos: Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales, ISSN-e 2343-5763, ISSN 1317-0570, Vol. 26, Nº. 1, 2024. https://doi.org/10.36390/telos261.18

Ibañez, R. y Villasana, P. (2022). *Gerencia educativa procesos de enseñanza aprendizaje para la construcción de conocimiento.* Revista Venezolana de Gerencia: RVG, ISSN-e 2477-9423, ISSN 1315-9984, Vol. 27, Nº. Extra 7, 2022. https://doi.org/10.52080/rvgluz.27.7.20

Machicote, P. (2023). *Comunicación y política reloaded: las redes sociales en contexto de pandemia.* Revistas → Política y Comunicación → Número 02. https://doi.org/10.24215/29533821e021

Moreno, C., Mora, V y Pacheco, A. (2021). *La comunicación empresarial como herramienta de apoyo en la gestión y desarrollo de las empresas.* Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas ISSN: 2661-6521. https://doi.org/10.62452/5cx5sa81

Parra, A. (2021). *Generar nueva riqueza con responsabilidad social: la meta del gerente financiero.* Revista Activos, 19(1). https://doi.org/10.15332/25005278.6686

Salguero, N. y García, C. (2022). *Herramientas de la gestión del talento humano y las perspectivas humanísticas de la gerencia actual.* ÑEQUE. Revista de Investigación en Ciencias Sociales Vol. 5 Núm. 12 (2022). https://doi.org/10.33996/revistaneque.v5i12.89

Salomé, G., Waisbord, S. y Gómez, S. (2023). *Polarización política y medios de comunicación, su impacto en la democracia y en la sociedad.* Revista Profesional de la información, v. 32, n. 6, e320622. https://doi.org/10.3145/epi.2023.nov.22

Sánchez, R. y Cabrera, I. (2021). *Gerencia y responsabilidad social: construcción colectiva desde la complejidad y la acción comunicativa.* Telos Revista de Estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales. https://doi.org/10.36390/telos231.08

Slimovich, A. (2021). *Pandemia global y política mediatizada: La comunicación presidencial argentina y sus repercusiones en Twitter en el primer semestre 2020.*

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Universidad de Buenos Aires-Instituto de Investigaciones Gino Germani. https://doi.org/10.32466/eufv-cyh.2021.17.647.85-102

Urquiaga, E. (2021). *La responsabilidad ambiental de la gerencia de gestión ambiental de la Municipalidad Provincial del Santa.* Instituto Internacional de Investigación y Desarrollo Tecnológico Educativo INDTEC, C.A. https://doi.org/10.29394/scientific.issn.2542-2987.2021.6.21.9.180-200

Vásquez, F., Murgueitio, M. y Jiménez, M. (2021). *Las redes sociales y su relación con la función del comunicador político.* Revista Anagramas -Rumbos y sentidos de la comunicación-Print versión ISSN 1692-2522On-line versión ISSN 2248-4086. https://doi.org/10.22395/angr.v19n38a4

CICAG: Revista Electrónica Arbitraria del Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales. Depósito Legal: PPI 200802ZU3034/ ISSN: 1856-6159 Volumen 23 Nro.3 2026 (junio 2026–agosto,2026)