



**Comunicación y emoción: Inteligencia emocional aplicada a la comunicación corporativa**

Autora  
Diana Patricia Jaramillo Pérez

Directoras  
Yuly Andrea Barreneche  
Nadia García Sicard

Maestría en Inteligencia Emocional y Bienestar

Escuela de Medicina y Ciencias de la Salud  
Decanatura del medio universitario  
Bogotá D.C.  
Mayo, 2025

## Tabla de contenido

Resumen .....	4
Abstract.....	5
Introducción.....	6
Fundamentación teórica .....	11
Evaluación del programa .....	18
Descripción del plan de actuación .....	20
Resultados.....	30
Conclusiones .....	38
Referencias .....	42
Anexos .....	44

## Lista de Figuras

<b>Figura 1</b> Nube de palabras percepciones de los estudiantes .....	32
<b>Figura 2</b> Nube de palabras percepciones de la clase.....	34

## Resumen

Este documento presenta la implementación y evaluación del curso *Comunicación y emoción*, desarrollado en el contexto de la Especialización en Comunicación Organizacional de una universidad ubicada en la ciudad de Bogotá. La propuesta parte de la necesidad de articular la inteligencia emocional con la práctica comunicativa, entendiendo que todo acto comunicativo es también un acto emocional. El curso se diseñó con base en referentes teóricos como Daniel Goleman, Rafael Bisquerra, Annette Simmons y Jerome Bruner, e integró enfoques pedagógicos como el aprendizaje experiencial y el aprendizaje en espiral. Durante tres sesiones intensivas, se combinaron teoría, práctica y reflexión, utilizando metodologías activas, herramientas narrativas y estrategias de gamificación para propiciar la conciencia emocional, el desarrollo de habilidades interpersonales y la aplicación profesional del conocimiento. La evaluación del curso se realizó mediante un enfoque cualitativo, incluyendo análisis temático y análisis de frecuencia léxica a partir de encuestas abiertas. Los resultados revelaron un aumento en la autoconciencia emocional, una mejora en las habilidades comunicativas y una alta valoración de la experiencia por parte de los participantes. El éxito del programa motivó su inclusión como asignatura permanente en la nueva versión del plan de estudios de la especialización. Esta experiencia confirma el valor de integrar la inteligencia emocional en la formación de comunicadores organizacionales, no solo como un complemento, sino como un eje estructurante de su quehacer profesional.

**Palabras clave:** Inteligencia emocional, Comunicación organizacional, Educación emocional, Aprendizaje experiencial, Emociones en el trabajo.

## Abstract

This document presents the implementation and evaluation of the course Communication and Emotion, developed within the framework of the Specialization in Organizational Communication at a university located in Bogotá. The proposal stems from the need to connect emotional intelligence with communicative practice, understanding that every act of communication is also an emotional act. The course was designed based on theoretical foundations from authors such as Daniel Goleman, Rafael Bisquerra, Annette Simmons, and Jerome Bruner, and integrated pedagogical approaches such as experiential learning and spiral learning.

Over the course of three intensive sessions, theory, practice, and reflection were combined using active methodologies, narrative tools, and gamification strategies to foster emotional awareness, develop interpersonal skills, and encourage the professional application of knowledge. The course was evaluated using a qualitative approach, including thematic analysis and lexical frequency analysis based on open-ended surveys.

The results revealed an increase in emotional self-awareness, improvement in communication skills, and a high level of appreciation for the experience among participants. The success of the program led to its inclusion as a permanent subject in the updated curriculum of the specialization. This experience confirms the value of integrating emotional intelligence into the training of organizational communicators—not as a mere complement, but as a core pillar of their professional practice.

**Keywords:** Emotional intelligence, Organizational communication, Emotional education, Experiential learning, Emotions at work.

## Introducción

El ser humano se enfrenta a una multiplicidad de contextos que exigen de él un continuo desarrollo de habilidades que le ayuden en el proceso de adaptación y lo acompañen en su desempeño. El ámbito laboral, sin lugar a dudas, constituye uno de esos espacios donde las personas, independientemente de su nivel socioeconómico o de su formación académica, se enfrentan diariamente a innumerables retos. Estos desafíos no solo exigen el fortalecimiento del conocimiento propio de su quehacer profesional, sino también la exploración de nuevas formas de pensamiento y acción que les permitan alcanzar objetivos, integrarse de manera efectiva a su entorno y encontrar respuestas a preguntas encaminadas más hacia su bienestar, que hacia el oficio diario.

Las organizaciones, como cuerpos vivos compuestos por personas unidas generalmente por una misma causa, han estructurado diversas áreas orientadas a gestionar procesos de toda índole, desde los más complejos y rígidos como la contabilidad o las operaciones, hasta los más específicos para atender al talento humano, su desarrollo y bienestar en el día a día. Esta visión orgánica se alinea con la teoría general de sistemas de Ludwig von Bertalanffy (1976), quien propuso que los sistemas vivos —como lo son también las organizaciones— deben entenderse no de forma aislada, sino a través de sus relaciones dinámicas con el entorno. Estas dinámicas, cada vez más cambiantes y exigentes, demandan una atención más intencionada y estratégica al talento interno como motor del funcionamiento organizacional.

En ese contexto, es justo en las áreas orientadas al cuidado del talento donde suele aparecer el área de comunicación corporativa, cuya función principal es movilizar a las personas dentro de la organización mediante diversas tácticas como el uso de comunicados, carteleras, talleres, actividades y mensajes cotidianos. Según Zerfass et al. (2018), esta capacidad de movilización

permite a la comunicación corporativa crear alineación estratégica, fomentar el compromiso y guiar el comportamiento organizacional hacia los objetivos comunes.

Muchas de estas acciones pueden entenderse como *nudges*, es decir, estímulos sutiles que, sin restringir la libertad de elección, influyen en el comportamiento de los colaboradores en dirección a prácticas más alineadas con la cultura y los objetivos organizacionales (Thaler y Sunstein, 2008). Dichas tácticas buscan esencialmente mantener conectados a los colaboradores con la estrategia, fomentar la cultura y dar certidumbre sobre las dinámicas y rumbos de la organización.

La comunicación organizacional enfrenta hoy desafíos que trascienden la simple transmisión de información y que exigen habilidades profundamente humanas para gestionar realidades complejas, cargadas de emociones y en transformación acelerada. Desde la experiencia y observación, luego de 13 años acompañando organizaciones en la ideación y ejecución de sus estrategias de comunicación, se ha hecho evidente que las personas responsables de comunicar la estrategia, traducir los valores y movilizar la cultura a través de las dinámicas internas se enfrentan no solo a resistencias del entorno, sino también a vacíos personales y profesionales que dificultan la conexión auténtica con los públicos de la organización. En ese contexto, transmitir mensajes no es suficiente: se requiere lograr impacto, generar sentido y sostener vínculos. Es aquí donde la inteligencia emocional deja de ser una habilidad complementaria y se convierte en una condición esencial para quienes están a la cabeza de dichas áreas. En el ejercicio propio de reconocer, comprender y gestionar las emociones propias y ajenas, se adquieren herramientas que pueden llegar a facilitar la ideación y posterior ejecución de una comunicación más empática, clara y efectiva. Así, la inteligencia emocional potencia la comunicación emocional al traducir la estrategia en relatos que conectan, movilizan y generan confianza, promoviendo una cultura

organizacional coherente con el bienestar y los objetivos comunes.

En consecuencia, alcanzar una comunicación que movilice, traduzca los valores organizacionales y logre una conexión genuina con las audiencias no es una tarea sencilla. Esta complejidad pone en evidencia la necesidad de diseñar un programa que articule comunicación e inteligencia emocional como dos dimensiones complementarias. Un programa que no solo forme a los profesionales en técnicas de comunicación, sino que los prepare emocionalmente para habitar con consciencia los mensajes que transmiten, interpretar el clima emocional de sus equipos y cultivar relaciones más humanas, sostenibles y estratégicas. Esta propuesta responde a una urgencia real en las organizaciones: recuperar el sentido de la comunicación como una herramienta al servicio del vínculo, la confianza y el bienestar colectivo.

Este documento presenta la implementación de un curso corto que integra inteligencia emocional y comunicación en el contexto de la Especialización en Comunicación Organizacional de una universidad en Bogotá, Colombia. *Comunicación y emoción*, es un curso diseñado con el propósito de fortalecer las competencias emocionales de los futuros especialistas en comunicación. La propuesta surge de la convicción de que la gestión de la comunicación no puede estar separada de las competencias emocionales, puesto que todo acto comunicativo es, en esencia, un acto emocional que transmite estados internos, moviliza significados, genera vínculos o rupturas, y moldea de manera directa la cultura organizacional. Desde la perspectiva de Maturana (2002), el lenguaje humano no solo constituye una herramienta de intercambio racional, sino que está profundamente entrelazado con la emoción; es en el diálogo donde se entretejen tanto relaciones como emociones, dando forma a nuestra experiencia colectiva.

Para que la gestión de la comunicación corporativa se permean por la gestión emocional, es

necesario ofrecer herramientas teóricas y prácticas a los estudiantes que se preparan para liderar dichas comunicaciones. Formarlos en esta dimensión no solo amplía su capacidad expresiva, sino que les permite pensar y estructurar la comunicación desde una comprensión más profunda del vínculo humano. Cuando quienes comunican experimentan en primera persona la integración de lo emocional, están en condiciones de configurar modelos y formas de comunicación más auténticos, empáticos y significativos, capaces de conectar genuinamente con las audiencias, despertar emociones y contribuir a transformar las dinámicas organizacionales en favor del bienestar colectivo y la consecución de objetivos estratégicos.

La intención de integrar la inteligencia emocional en el campo de la comunicación organizacional responde a varias observaciones de la práctica profesional. En primer lugar, se ha identificado una brecha significativa entre la formación técnica en comunicación (estrategias, canales, formatos, públicos) y la formación en habilidades socioemocionales necesarias para gestionar adecuadamente la gestión de la comunicación en entornos laborales. La mayoría de los comunicadores organizacionales están altamente capacitados para construir mensajes y ejecutar planes de comunicación, pero encuentran dificultades al enfrentar situaciones de crisis, gestión del cambio, conflictos interpersonales o climas organizacionales emocionalmente tensos. Como señala Moreno-Jiménez (2014), en las nuevas organizaciones, el éxito no depende únicamente del conocimiento técnico, sino de la capacidad para gestionar eficazmente las relaciones interpersonales, lo cual requiere el desarrollo intencionado de habilidades sociales y emocionales.

En segundo lugar, el entorno organizacional actual demanda cada vez más líderes y comunicadores capaces de construir entornos de confianza y movilizar la cultura desde la empatía y la claridad. En este contexto, la inteligencia emocional se convierte en una competencia estratégica.

Según Daniel Goleman (1998a), las organizaciones que cultivan la inteligencia emocional logran mejorar el clima laboral, fortalecer el compromiso de los equipos y aumentar el desempeño colectivo, lo anterior gracias a que líderes emocionalmente inteligentes son capaces de gestionar sus propias emociones, reconocer las de los demás y utilizar esa información para guiar interacciones y comunicaciones de manera efectiva. Para Goleman, las habilidades producto de la inteligencia emocional son tan determinantes como la competencia técnica, especialmente en roles de liderazgo y comunicación.

En este sentido, la propuesta de integrar la educación emocional al proceso formativo de los comunicadores organizacionales responde no solo a una necesidad formativa evidente, sino a una demanda estratégica del contexto actual. Vivimos en un entorno caracterizado por la fragilidad, la ansiedad, la no linealidad y la incomprendibilidad —lo que se conoce como contexto BANI por sus siglas en inglés: Brittle, Anxious, Nonlinear, Incomprehensible—, en el que los sistemas parecen sólidos pero pueden colapsar con facilidad, las personas viven en estados de alerta constante, los cambios no siguen secuencias predecibles y la información resulta abrumadora o directamente indescifrable. Este nuevo marco, propuesto por Jamais Cascio (2022), amplía la comprensión del mundo contemporáneo al incluir no solo los desafíos estructurales, sino también los efectos emocionales y cognitivos que estos generan en individuos y organizaciones. Ante este escenario, las organizaciones requieren profesionales capaces de interpretar las dinámicas emocionales de sus equipos, de construir narrativas que movilicen la cultura y de liderar procesos de comunicación que promuevan el bienestar y la sostenibilidad organizacional. Sin competencias emocionales sólidas, la comunicación corre el riesgo de volverse técnica pero ineficaz; estratégica pero desconectada; planificada pero vacía de sentido humano, perdiendo así tiempo, dinero y la oportunidad invaluable de impactar positivamente a los equipos y públicos de

las organizaciones.

Teniendo en cuenta lo anterior, el curso *Comunicación y emoción* se diseñó para ofrecer a los estudiantes no solo marcos conceptuales sólidos, sino también experiencias transformadoras que les permitieran reconocerse a sí mismos como agentes emocionales dentro de sus organizaciones.

Debido a las limitaciones de tiempo, el programa se centró en la fase de sensibilización. Aunque esta etapa por sí sola no suele generar un impacto a gran escala, representa el primer paso de un proceso de largo aliento que resulta imprescindible iniciar y para el cual es necesario preparar tanto a las personas como a las organizaciones.

A pesar de su carácter introductorio, esta fase tenía una intención transformadora que iba más allá del cambio cognitivo. El impacto esperado apuntaba a una transformación en el nivel de conciencia, en las prácticas comunicativas y en la mirada estratégica de los participantes sobre su propio rol dentro de las organizaciones. Se buscaba que los estudiantes fueran capaces de identificar sus emociones y las de los demás, de comprender cómo las emociones impactan en los procesos comunicativos y organizacionales, y de aplicar herramientas narrativas —inspiradas en Joseph Campbell y Annette Simmons— para construir mensajes más humanos, más potentes y conectados emocionalmente.

Finalmente, el curso *Comunicación y emoción* no es solo una propuesta educativa, sino una respuesta pertinente y necesaria a los nuevos desafíos de las organizaciones contemporáneas, donde el éxito ya no se mide únicamente en resultados financieros, sino también en la capacidad de cuidar, conectar e inspirar a las personas que las conforman.

### **Fundamentación teórica**

El diseño del curso *Comunicación y emoción* se sustenta en dos conceptos teóricos principales: el concepto de inteligencia emocional de Daniel Goleman y el modelo pentagonal de Rafael Bisquerra, modelos teóricos que abordan tanto inteligencia como educación emocional desde una perspectiva integral, conectando la gestión de las emociones con los procesos comunicativos en contextos organizacionales.

Uno de los principales referentes es Rafael Bisquerra, quien define las emociones como "un conjunto de respuestas neurofisiológicas que cumplen una función adaptativa en nuestra relación con el entorno" (Bisquerra, 2009). Esta mirada sitúa las emociones como fenómenos esenciales para la vida cotidiana y profesional, y enfatiza en la necesidad de aprender a reconocerlas, comprenderlas y regularlas como parte del desarrollo personal y relacional. Partiendo de este enfoque, la educación emocional se convierte en un proceso pedagógico que busca dotar a las personas de competencias emocionales clave, especialmente relevantes en profesiones centradas en la comunicación.

Para facilitar el reconocimiento emocional en los estudiantes, se incorporó el modelo de emociones básicas de Paul Ekman (1999), quien identifica seis emociones universales —alegría, tristeza, miedo, ira, sorpresa y asco— presentes en todas las culturas y reconocibles mediante expresiones faciales. Este modelo ha demostrado ser útil para desarrollar la empatía y la lectura emocional del otro, aspectos fundamentales en la interacción organizacional.

Desde la perspectiva de la inteligencia emocional, Daniel Goleman (1995) señala que la conciencia emocional —es decir, la capacidad de reconocer las propias emociones y comprender su impacto en el comportamiento— constituye el punto de partida para construir relaciones personales y profesionales más efectivas. Su propuesta destaca cinco competencias clave: autoconciencia, autorregulación, motivación, empatía y habilidades sociales, todas fundamentales

para un liderazgo comunicativo sólido. En particular, la autoconciencia, la empatía y las habilidades sociales se vinculan estrechamente con los principios de la comunicación intrapersonal e interpersonal, favoreciendo una reflexión crítica sobre cómo las emociones influyen tanto en la manera en que nos expresamos como en cómo somos percibidos por los demás.

Además, se dedica un espacio al análisis del lenguaje verbal y no verbal, entendiendo que la comunicación humana no se limita a lo que se dice, sino también a cómo se dice. Estudios como los de Mehrabian (1972) han demostrado que una gran parte de la carga emocional de un mensaje se transmite a través del tono de voz, la postura corporal, los gestos y las expresiones faciales. Por esta razón, el programa propone actividades para entrenar la coherencia entre lo verbal y lo no verbal, favoreciendo una comunicación más auténtica y eficaz.

Finalmente, se incorpora el enfoque narrativo propuesto por Annette Simmons (2007), quien plantea que el storytelling es una herramienta esencial para construir conexiones humanas auténticas dentro de las organizaciones. Desde esta perspectiva, las historias no solo transmiten información, sino que movilizan emociones, construyen sentido de pertenencia y refuerzan los valores compartidos. El programa utilizó el storytelling como una herramienta para enseñar a los estudiantes a diseñar mensajes organizacionales que no solo informaran, sino que también inspiraran, generaran compromiso y movilizaran la cultura organizacional.

El curso *Comunicación y emoción* se diseñó bajo dos enfoques fundamentales del aprendizaje. En primer lugar, el enfoque de aprendizaje experiencial propuesto por David A. Kolb (1984), quien sostiene que "el conocimiento se crea mediante la transformación de la experiencia" (p. 38). A diferencia de los modelos tradicionales centrados en la transmisión magistral de contenidos, el aprendizaje experiencial plantea que las personas aprenden de manera más profunda

y significativa cuando tienen la oportunidad de vivir, reflexionar, conceptualizar y aplicar lo aprendido en situaciones reales o simuladas.

Complementando esta perspectiva, el programa incorporó también los principios del aprendizaje en espiral propuestos por Jerome Bruner. En *The Process of Education* (1960), Bruner argumenta que el conocimiento debe ser presentado de forma tal que pueda revisarse y ampliarse constantemente a través de niveles crecientes de complejidad, favoreciendo un aprendizaje progresivo y adaptable al desarrollo cognitivo de los estudiantes. Según el autor, "cualquier materia puede ser enseñada a cualquier niño en cualquier etapa de su desarrollo si se estructura de forma adecuada" (Bruner, 1960, p. 33).

Aplicado al contexto de esta intervención, el principio del aprendizaje en espiral permitió estructurar el curso de modo que los estudiantes transitaran de forma progresiva desde la exploración de su conciencia emocional individual, hacia la conciencia emocional interpersonal, y finalmente hacia la gestión emocional en contextos organizacionales. Cada etapa no era un conocimiento aislado, sino una ampliación y profundización de la anterior, lo que permitió construir redes de significado cada vez más complejas, relevantes y transferibles al entorno profesional.

En cuanto a la perspectiva didáctica, el programa se apoyó en metodologías activas y vivenciales que facilitaron la integración de los contenidos emocionales desde la experiencia directa. Cada sesión fue diseñada para propiciar momentos de reflexión individual y colectiva, ejercicios prácticos y análisis de casos reales, fomentando así la transferencia del aprendizaje a situaciones laborales cotidianas. Las actividades incluyeron dinámicas participativas, recursos de gamificación y herramientas colaborativas que estimularon el pensamiento crítico, la creatividad

y la conexión emocional con los contenidos. Como señala Kapp (2012), la gamificación consiste en “el uso de elementos del diseño de juegos en contextos que no son juegos, con el objetivo de aumentar la motivación y el compromiso del usuario” (p. 10), lo que justifica su incorporación en entornos formativos que buscan experiencias de aprendizaje significativas. Esta decisión metodológica partió de la premisa de que las emociones no se aprenden desde lo conceptual, sino a través del contacto directo con situaciones que las despiertan, posibilitando un aprendizaje más profundo y duradero. Las clases promovieron, además, un ambiente de seguridad emocional que favoreció la expresión auténtica, la escucha activa y la construcción de grupo entre los participantes.

Este enfoque favoreció que los estudiantes revisitaran conceptos fundamentales como empatía, regulación emocional y comunicación efectiva en distintos niveles de análisis: primero como habilidades personales, luego como competencias sociales y, finalmente, como estrategias organizacionales. De esta manera, el aprendizaje en espiral se consolidó como una estrategia metodológica complementaria al aprendizaje experiencial, reforzando la internalización práctica y profunda de los contenidos.

Con ambos enfoques, las de Kolb y las de Bruner, se integraron metodologías participativas como:

- Dinámicas de autoexploración emocional: tarjetas de identidad emocional (ver anexo A), diarios de emociones, ejercicios de diálogo interno.
- Juegos de rol y storyacting: representación de situaciones laborales de crisis o cambio, en las que los participantes asumieron distintos roles para ensayar respuestas comunicativas e integrar elementos emocionales en la narrativa. Esta metodología, inspirada en los planteamientos de Cremin et al. (2018), permitió explorar cómo la construcción de historias favorece la expresión emocional, el trabajo colaborativo y la comprensión

profunda de situaciones complejas a través de la actuación y la interacción simbólica.

- Trabajo en equipo y creación: diseño de campañas de storytelling emocional basadas en casos organizacionales simulados.

Estas actividades permitieron activar no solo el pensamiento crítico y el análisis racional, sino también dimensiones afectivas, sociales y éticas del aprendizaje. Como señala Kolb (1984), el aprendizaje real ocurre “cuando se integran cabeza, corazón y manos: cuando el estudiante piensa, siente y actúa en relación con el objeto de estudio.”

La dimensión participativa del programa fue crucial para fortalecer la transferencia del aprendizaje al contexto profesional. Según Boud, Keogh y Walker (1985), "el aprendizaje experiencial no termina en la experiencia en sí, sino en la capacidad del aprendiz para integrar esa experiencia en su vida y práctica" (p. 19). Por ello, cada sesión cerraba con una reflexión aplicada: ¿cómo puedo llevar esto a mi práctica como comunicador organizacional? ¿Cómo impactan mis emociones en mi liderazgo, y en mi relación con los públicos de interés?

Otro elemento metodológico fundamental fue la creación de un ambiente emocionalmente seguro. Según Rogers (1969), el aprendizaje significativo solo ocurre en climas de aceptación, empatía y confianza. Desde el inicio del curso se establecieron acuerdos explícitos para respetar las emociones expresadas (ver anexo B), escuchar activamente y validar las experiencias de los compañeros sin juicio. Esta atmósfera favoreció una mayor apertura emocional y un compromiso genuino con el proceso de aprendizaje que podrá verse reflejado en los resultados obtenidos.

En síntesis, el marco teórico que sustenta el curso *Comunicación y emoción* articula referentes clave de la inteligencia emocional, la educación emocional y la comunicación organizacional. Estos aportes no solo evidencian la profunda interrelación entre emoción y comunicación, sino que justifican la necesidad de formar profesionales capaces de reconocer,

expresar y gestionar sus emociones en contextos laborales complejos. La incorporación de principios pedagógicos como el aprendizaje experiencial (Kolb) y el aprendizaje en espiral (Bruner) permitió traducir estos marcos teóricos en una propuesta metodológica coherente, vivencial y progresiva, centrada en el desarrollo de competencias socioemocionales aplicadas a la práctica comunicativa. Así, el marco teórico no se limita a ser un sustento conceptual, sino que opera como guía para una intervención educativa pertinente, innovadora y alineada con las demandas actuales de las organizaciones.

### **Objetivos**

Sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de las emociones en su vida cotidiana y profesional, mediante estrategias de aprendizaje experiencial que les permitan integrar las competencias emocionales en su ejercicio como comunicadores organizacionales.

### **Objetivos específicos**

- Identificar las emociones propias y su influencia en los procesos de comunicación y liderazgo.
- Comprender el impacto de las emociones en la comunicación interpersonal dentro del contexto organizacional.
- Explorar herramientas narrativas como el storytelling para fomentar una comunicación organizacional más auténtica, empática y estratégica, capaz de fortalecer los vínculos con los públicos internos y movilizar la cultura desde las emociones.

### **Método**

#### **Población y muestra**

La intervención se desarrolló en el marco de la Especialización en Comunicación Organizacional de una universidad ubicada en Bogotá, por medio del curso *Comunicación y*

*emoción*, diseñado e impartido durante el primer semestre académico del año 2024.

La muestra estuvo conformada por ocho estudiantes de la Especialización en Comunicación Organizacional, seis mujeres y dos hombres, en edades entre los 26 y 30 años. Todos contaban con formación de base en comunicación social y experiencia laboral previa entre uno y cuatro años. Cuatro de ellos se desempeñaban en cargos de dirección de comunicación corporativa, uno en dirección de talento humano, otro en atención al cliente en un call center, y dos se encontraban en proceso de búsqueda de empleo. El criterio de selección correspondió a la inscripción regular al curso dentro del programa académico, sin aplicar filtros adicionales, dado que el objetivo era implementar la propuesta pedagógica en un contexto formativo real con los estudiantes activos de la especialización.

### **Evaluación del programa**

La evaluación del curso *Comunicación y emoción* se desarrolló desde un enfoque cualitativo, con el propósito de comprender en profundidad las percepciones, aprendizajes y transformaciones subjetivas de los participantes a lo largo del proceso formativo. Este enfoque permitió recoger información rica y contextualizada sobre cómo los estudiantes vivieron la experiencia, cómo integraron los contenidos emocionales en su práctica profesional y qué sentido le atribuyeron al curso en relación con su rol como comunicadores organizacionales.

Este tipo de análisis es especialmente pertinente cuando el objetivo es explorar experiencias individuales desde su complejidad y singularidad, en lugar de reducirlas a cifras o generalizaciones estadísticas. En palabras de Braun y Clarke (2006), el análisis cualitativo ofrece “una herramienta de investigación útil y flexible que puede proporcionar una descripción rica y detallada del conjunto de los datos” (p. 78). Su capacidad para capturar matices, contradicciones y dimensiones emocionales lo hace idóneo para evaluar intervenciones educativas centradas en el desarrollo de

competencias blandas, como la inteligencia emocional y la comunicación interpersonal.

Asimismo, el enfoque cualitativo reconoce el papel activo del investigador en la construcción del significado. Según las autoras, “los temas no emergen simplemente de los datos, sino que son el resultado del análisis reflexivo del investigador, quien selecciona, organiza y da sentido a los patrones que identifica” (Braun & Clarke, 2006, p. 80). Esta perspectiva fue clave para interpretar los relatos y reflexiones de los estudiantes, entendiendo que sus respuestas no son datos “objetivos”, sino construcciones subjetivas que reflejan cómo dieron sentido a su experiencia en el curso.

Las evaluaciones del curso *Comunicación y emoción* se realizaron en dos momentos clave. En primer lugar, al inicio del curso, con el objetivo de identificar tanto las necesidades formativas de los estudiantes como su línea base en relación con la conciencia emocional y la percepción del impacto de las emociones en su entorno laboral. Posteriormente, al finalizar el programa, se llevó a cabo una segunda evaluación orientada a recoger sus impresiones sobre los contenidos abordados, así como su valoración sobre la aplicabilidad de lo aprendido en su práctica profesional cotidiana.

Como parte de la estrategia metodológica, se incorporó el uso de herramientas de inteligencia artificial para apoyar el análisis temático de las respuestas abiertas. Esta integración permitió una codificación inicial más eficiente y organizada, facilitando la identificación preliminar de patrones y temas emergentes. Posteriormente, el análisis fue refinado e interpretado desde una perspectiva crítica y contextual por la investigadora. Tal como lo proponen Lopezosa, Goyanes y Codina (2024), el uso de modelos de lenguaje como ChatGPT puede acelerar procesos de análisis de contenido sin reemplazar la interpretación humana, sino complementándola en etapas exploratorias. Esta combinación permitió ampliar la profundidad del análisis y optimizar el

proceso de categorización en una muestra cualitativa pequeña, pero rica en contenido reflexivo. Adicional y como complemento al análisis temático, se aplicó una estrategia de análisis de frecuencia léxica mediante el uso de nubes de palabras. Esta técnica permitió visualizar los términos más recurrentes en las respuestas abiertas de los participantes al cuestionario previo, identificando patrones lingüísticos que revelan las principales preocupaciones y focos emocionales del grupo. Palabras como “estrés”, “emociones”, “manejar”, “entender” y “reacciones” sobresalieron con mayor frecuencia, lo cual refuerza los hallazgos del análisis temático, al mostrar que los desafíos emocionales se concentran en la regulación personal, la empatía y la interpretación del otro.

El uso de herramientas visuales como las nubes de palabras ha sido reconocido como una forma efectiva de sintetizar grandes volúmenes de datos textuales y de facilitar una primera aproximación interpretativa en estudios cualitativos. Según Ryan y Bernard (2003), el análisis de repeticiones es una técnica útil para identificar temas emergentes, mientras que Krippendorff (2004) destaca la relevancia del análisis de contenido para inferencias válidas y replicables a partir de textos. Estas herramientas, son valiosas para enriquecer la comprensión del discurso de los participantes y orientar decisiones pedagógicas en programas de intervención emocional.

### **Descripción del plan de actuación**

#### **Características de la metodología de la intervención educativa**

El curso *Comunicación y emoción* fue diseñado como una experiencia educativa intensiva de tres días, orientada a sensibilizar a los participantes sobre la importancia de las emociones en los procesos de comunicación organizacional.

Se desarrolló a lo largo de una jornada distribuida en tres sesiones: jueves (3 horas), viernes (3 horas) y sábado (6 horas). Cada encuentro integró teoría, práctica y reflexión, siguiendo una lógica

de inmersión emocional progresiva que conectó el conocimiento conceptual con la vivencia personal y la aplicación profesional.

La estructura del programa se basó en el modelo de aprendizaje en espiral de Jerome Bruner, permitiendo a los estudiantes avanzar gradualmente desde la exploración individual hasta la comprensión e intervención en contextos organizacionales. En una primera etapa, se abordaron conceptos fundamentales de la teoría de las emociones, complementados con ejercicios de diagnóstico emocional para identificar el nivel de léxico emocional, la capacidad de reconocimiento de emociones propias y el tipo de diálogo interno de los participantes.

En una segunda etapa, el enfoque se amplió hacia la interacción interpersonal. A través de dinámicas y espacios de reflexión, se trabajaron habilidades para identificar y comprender las emociones en los demás, así como para fortalecer las competencias sociales necesarias para generar vínculos empáticos y constructivos.

Finalmente, en la tercera etapa, se trasladaron estos aprendizajes al ámbito organizacional. Se analizó cómo las emociones individuales e interpersonales inciden en la cultura organizacional, y se exploraron herramientas para aplicar la inteligencia emocional en el diseño de estrategias comunicativas más humanas, efectivas y coherentes con los valores institucionales. Esta última fase permitió a los participantes integrar lo aprendido en su rol como comunicadores organizacionales, reconociendo el potencial transformador de la comunicación emocional en entornos laborales.

La estructura metodológica estuvo basada en el enfoque de aprendizaje experiencial y significativo, donde se promovió la participación a través de ejercicios individuales, trabajos en equipo, dinámicas de autoexploración, narración emocional y creación de historias. Se fomentó el diálogo intrapersonal (autoconciencia y regulación) e interpersonal (empatía) como ejes

articuladores del desarrollo emocional en contextos organizacionales. Las sesiones incorporaron metodologías participativas y recursos de gamificación, así como actividades diseñadas para activar la memoria emocional, generar confianza grupal y facilitar la transferencia del aprendizaje al entorno laboral.

Se implementaron estrategias autónomas como el uso de tarjetas de identidad emocional, mapas de identidad profesional y ejercicios de reformulación cognitiva. A nivel grupal, se propiciaron momentos de co-construcción a través de debates, juegos de roles en situaciones laborales simuladas. Como cierre del proceso, los estudiantes desarrollaron un proyecto aplicado que consistió en la creación de una campaña de comunicación para una situación organizacional compleja (crisis o cambio cultural), utilizando herramientas de storytelling emocional y arquetipos narrativos.

El curso *Comunicación y emoción* se sustentó en una integración metodológica basada en la educación emocional y la teoría narrativa. Se trabajó la identificación de emociones y la exploración del diálogo interno, promoviendo la reformulación de pensamientos automáticos que pudieran impactar negativamente en los procesos comunicativos. Tal como plantea Beck (1979), los patrones de pensamiento disfuncionales influyen directamente en las emociones y conductas, y su reestructuración favorece respuestas más adaptativas y funcionales. Esta estrategia permitió fortalecer una comunicación más consciente, emocionalmente regulada y estratégica en el entorno organizacional.

Por otro lado, la educación emocional, entendida como el proceso de desarrollar competencias emocionales esenciales para el bienestar personal y colectivo (Bisquerra, 2009), proporcionó el marco teórico y práctico para trabajar la conciencia emocional, la regulación emocional y la empatía como pilares fundamentales en el ejercicio de la comunicación

organizacional.

Finalmente, la teoría narrativa, a partir de los aportes de Annette Simmons (2007), ofreció un marco conceptual para comprender el storytelling como una herramienta fundamental en la construcción de conexiones humanas dentro de las organizaciones. Desde esta perspectiva, los estudiantes aprendieron a reconocer que las historias no solo transmiten información, sino que comunican valores, emociones y sentido de pertenencia, elementos esenciales para movilizar la cultura organizacional de manera auténtica y efectiva.

La combinación de estos enfoques —educación emocional y teoría narrativa— permitió ofrecer a los estudiantes una experiencia de aprendizaje integral, vivencial y movilizadora, con un alto nivel de conexión entre los participantes y una clara proyección práctica hacia sus realidades profesionales.

### **Descripción sesión a sesión**

#### **Sesión 1 – Jueves (3 horas)**

**Nombre:** Identidad emocional y fundamentos de la emoción

**Objetivo:** Iniciar el proceso de autoconocimiento emocional e introducir las bases del diálogo intrapersonal

**Materiales:** Pretest, formulario digital (tarjeta de identidad emocional), presentación, hojas, lápices.

#### **Descripción:**

La primera sesión tuvo como objetivo principal activar la conciencia emocional individual de los participantes, reconociendo sus propias emociones y su influencia en los procesos comunicativos. La jornada inició con la aplicación del pretest emocional, diseñado para establecer la línea base sobre el nivel de conciencia emocional de los estudiantes. Se solicitó a los participantes completar

una pregunta que permitiera entender mejor el lugar en el que se encontraban respecto a las emociones propias y su influencia en el trabajo. Esta actividad permitió no solo recoger información diagnóstica, sino también invitar a una primera reflexión introspectiva.

Posteriormente, se realizó una dinámica de activación basada en la tarjeta de identidad emocional. Cada estudiante completó una ficha donde debía describir quién era, qué valores lo definían y qué emociones consideraba más presentes en su vida profesional. Esta actividad generó un ambiente de apertura emocional y facilitó la construcción de un clima de confianza, condición fundamental para el resto del proceso formativo.

En este punto se llegó a una serie de acuerdos sobre la privacidad de la información que se compartiera allí, además del respeto por las experiencias e historias de los demás, al igual que el compromiso de una escucha activa y una curiosidad constante.

A continuación, se introdujeron los conceptos básicos de la educación emocional siguiendo la estructura propuesta por Rafael Bisquerra (2009), abordando definiciones fundamentales como emoción, sentimiento y estado de ánimo. Se discutió el papel de las emociones como procesos adaptativos, sociales y motivacionales, y se profundizó en la necesidad de aprender a reconocerlas, comprenderlas y regularlas para una gestión comunicativa más efectiva.

Seguido de este encuadre teórico, se presentó el modelo de emociones básicas de Paul Ekman. Se exploraron las seis emociones universales (alegría, tristeza, miedo, ira, sorpresa y asco) a través de ejemplos personales y organizacionales, analizando cómo estas emociones impactan cotidianamente las interacciones laborales.

La sesión avanzó hacia una actividad vivencial centrada en la identificación de emociones mediante el uso de imágenes provocadoras: los estudiantes debían observar una serie de

fotografías proyectadas (por ejemplo, una escena de conflicto laboral o una celebración de logro) y expresar qué emoción les generaba y cómo podrían gestionarla en un contexto organizacional. Finalmente, se realizó una reflexión grupal orientada a integrar los aprendizajes de la jornada. Se discutió cómo la falta de reconocimiento emocional en el ámbito organizacional puede afectar la toma de decisiones, el liderazgo y la efectividad de los procesos de comunicación interna.

La primera sesión cerró con una breve introducción al concepto de diálogo interno, anticipando el contenido de la segunda sesión, donde se profundizaría en la relación entre emociones, pensamientos automáticos y comunicación consciente. (Ver anexo C)

### **Sesión 2 – Viernes (3 horas)**

**Nombre:** Diálogo interno y conciencia emocional

**Objetivo:** Explorar el impacto del diálogo intrapersonal en la comunicación organizacional y entrenar la conciencia y regulación emocional.

**Materiales:** Presentación, hojas de trabajo, tarjetas de diálogo interno.

#### **Descripción:**

La segunda sesión del programa se centró en profundizar la conciencia emocional, pasando del ámbito estrictamente individual al impacto que las emociones tienen en las relaciones interpersonales y los procesos de comunicación dentro de las organizaciones.

La jornada inició retomando brevemente algunos conceptos trabajados en la sesión anterior, permitiendo a los estudiantes visitar la importancia de la identificación emocional como punto de partida para cualquier proceso de comunicación consciente. Se hizo énfasis en cómo las emociones no solo afectan lo que sentimos, sino también cómo interpretamos y transmitimos los mensajes en el entorno laboral.

A partir de esta base, se introdujo el concepto de diálogo interno, explicando su papel

fundamental en la construcción de las emociones y las conductas comunicativas. Se presentaron ejemplos cotidianos de pensamientos automáticos que surgen frente a situaciones laborales comunes (por ejemplo, recibir una retroalimentación crítica o enfrentar un cambio organizacional), y cómo estos pensamientos condicionan la respuesta emocional y comunicativa.

Para vivenciar este concepto, se realizó una dinámica de exploración del diálogo interno: los estudiantes debían escribir una situación reciente que les hubiera generado malestar emocional en su trabajo y luego identificar los pensamientos que surgieron de manera automática en ese momento.

Esta actividad generó un espacio de reflexión profunda, donde varios participantes compartieron cómo el reconocer su diálogo interno les ayudaba a entender mejor sus reacciones emocionales y su manera de comunicarse con los demás.

A continuación, se abordó el modelo de Plutchik y su rueda de las emociones. Se explicó cómo las emociones primarias pueden combinarse para generar emociones más complejas, y cómo entender esta dinámica permite interpretar con mayor precisión las expresiones emocionales propias y ajenas en entornos organizacionales. Se proyectó la rueda de las emociones y se realizaron ejercicios de identificación, donde los estudiantes debían ubicar una emoción secundaria (por ejemplo, decepción, admiración, celos) dentro de la lógica de las emociones básicas de Plutchik.

Posteriormente, se realizó un ejercicio de *role play* breve, donde se simulaban situaciones de comunicación organizacional cargadas de emociones complejas (por ejemplo, comunicar una mala noticia a un equipo, recibir críticas en público), para analizar cómo el estado emocional propio y el reconocimiento de las emociones del otro condicionaban la efectividad de la comunicación.

La sesión avanzó hacia la construcción de un mapa emocional aplicado a la comunicación organizacional (ver anexo D), donde los estudiantes conectaron emociones específicas con comportamientos comunicativos observables (por ejemplo, la ansiedad con el envío de mensajes impulsivos, la ira con respuestas defensivas, la alegría con discursos inspiradores).

Para cerrar, se promovió una reflexión colectiva en torno a preguntas como:

"¿Qué sucede cuando no somos conscientes de nuestras emociones al comunicar?"

"¿Cómo impacta nuestro diálogo interno en la manera en que lideramos conversaciones en el trabajo?"

La segunda sesión concluyó preparando el terreno para la tercera jornada, donde se integraría la conciencia emocional trabajada hasta el momento con técnicas de storytelling aplicadas a la comunicación organizacional.

### **Sesión 3 – Sábado (6 horas)**

**Nombre:** Storytelling emocional y aplicación organizacional

**Objetivo:** Integrar los aprendizajes previos mediante la creación de mensajes emocionales efectivos aplicados a contextos de comunicación organizacional.

**Materiales:** Presentación, dispositivos digitales, acceso a videos de referencia, plantillas para diseño narrativo.

#### **Descripción:**

La tercera y última sesión del programa *Comunicación y emoción* tuvo como objetivo principal integrar la conciencia emocional trabajada en las sesiones anteriores en la construcción de narrativas organizacionales auténticas y emocionalmente conectadas, utilizando técnicas de storytelling.

La jornada comenzó con una breve recapitulación de los conceptos clave abordados

previamente:

- La importancia de reconocer las emociones propias y ajenas.
- El impacto del diálogo interno en la comunicación interpersonal.
- La influencia de las emociones en la percepción y transmisión de mensajes en entornos laborales.

A partir de esta síntesis, se introdujo el concepto de storytelling organizacional como una estrategia para movilizar la cultura interna, construir sentido de pertenencia y liderar procesos de comunicación más empáticos y efectivos. Se explicó que las historias no son únicamente recursos retóricos, sino vehículos emocionales que permiten construir identidad, generar empatía y movilizar acciones, tal como plantea Annette Simmons (2007).

Se presentaron los elementos fundamentales del storytelling aplicados a contextos organizacionales: (Ver anexo E)

- Claridad sobre el mensaje principal (qué quiero que mi audiencia sienta y haga).
- Autenticidad emocional en la narración.
- Estructura básica de toda historia: situación inicial, desafío emocional, transformación y enseñanza.

Posteriormente, se realizó una actividad de aplicación práctica diseñada para llevar a la acción los conceptos de conciencia emocional y narrativa.

Se solicitó a los estudiantes que, en grupos pequeños, seleccionaran una situación organizacional realista —como el lanzamiento de un producto, una crisis reputacional, un proceso de recorte de personal, entre otras opciones planteadas—. A partir de la situación escogida, debían:

1. Identificar las emociones centrales involucradas en el contexto.
2. Comprender cómo el diálogo interno e interpersonal podía influir en la interpretación de

la situación.

3. Crear un relato o storytelling organizacional, que integrara las emociones reconocidas y las transformara en un mensaje estratégico dirigido a su audiencia interna (por ejemplo: empleados, líderes, clientes internos).

Cada grupo dispuso de un tiempo limitado para construir su narrativa, cuidando que el mensaje resultara emocionalmente honesto, movilizador y alineado con los objetivos de comunicación que planteaba la situación.

Una vez finalizada la preparación, los equipos presentaron su storytelling al resto del grupo, quien actuó como la audiencia objetivo. Esta dinámica permitió poner en práctica la reflexión sobre la importancia de reconocer las emociones latentes en situaciones de cambio o crisis, y transformarlas en relatos que fomentaran conexión, sentido y movilización dentro de la organización.

Durante las presentaciones, se observaron narrativas que apelaban al reconocimiento de miedos colectivos ante cambios estructurales, a la necesidad de esperanza frente a procesos de innovación, y al llamado a la resiliencia ante momentos de dificultad organizacional.

La sesión cerró con una reflexión grupal sobre la experiencia vivida:

- ¿Qué desafíos encontraron al integrar emociones en sus narrativas?
- ¿Qué diferencias sintieron entre construir un mensaje desde la lógica fría versus desde la conexión emocional?
- ¿Cómo podrían aplicar esta metodología en sus futuros roles como comunicadores organizacionales?

Finalmente, los estudiantes resolvieron dos preguntas abiertas con el fin de evaluar la percepción frente a los contenidos, la metodología y sobre todo los avances en el nivel de

conciencia emocional de sí mismos tras el proceso formativo.

De esta manera, la tercera sesión consolidó el recorrido planteado desde el inicio del programa: reconocer, gestionar y narrar las emociones como parte fundamental del ejercicio de comunicación organizacional consciente.

Para cerrar el proceso formativo de manera significativa y simbólica, se diseñó una actividad de reconocimiento emocional personalizado, buscando honrar el recorrido que cada estudiante había realizado a lo largo del programa.

En esta actividad, se proyectaron en la pantalla tarjetas, cada una acompañada de un nombre y un mensaje personalizado (ver anexo F). Estos mensajes fueron escritos cuidadosamente por la profesora, basándose en las observaciones de las actitudes, reflexiones y aportes emocionales que cada estudiante manifestó durante las sesiones. Adicionalmente, a cada estudiante se le entregó un bombillo de chocolate (ver anexo G), como un gesto simbólico que reforzaba la analogía trabajada durante el curso:

Así como un bombillo aporta claridad y calor, el comunicador organizacional tiene la responsabilidad de ofrecer luz —a través de mensajes claros, empáticos y honestos—, pero también de proporcionar calidez humana mediante la conexión emocional con sus públicos. Para ejercer esta doble función de iluminar y dar calor, es imprescindible que el comunicador sea consciente de sus propias emociones, motivaciones y diálogos internos.

Esta actividad de cierre no solo proporcionó un espacio de reconocimiento y celebración emocional, sino que consolidó el espíritu del programa, reforzando la importancia de integrar cabeza, corazón y palabra en el ejercicio de la comunicación organizacional (ver anexo H).

### **Resultados**

La evaluación del curso *Comunicación y emoción* se desarrolló en dos dimensiones

complementarias: el proceso de implementación y los resultados obtenidos a partir de los aprendizajes declarados por los estudiantes y los datos recogidos.

### **Evaluación del proceso de aplicación**

Durante las tres sesiones del programa, se observó una alta participación, compromiso emocional y apertura por parte del grupo. Desde la primera actividad —la tarjeta de identidad emocional— los estudiantes mostraron disposición a explorar sus experiencias personales, lo que generó un ambiente de confianza emocional y colaboración. Las metodologías participativas, las dinámicas experienciales y los espacios de co-creación permitieron que el aprendizaje no se limitara a la adquisición de conceptos, sino que se transformara en vivencia significativa.

Los recursos implementados (presentación visual, ejercicios prácticos, trabajo en equipo, juegos de roles, herramientas narrativas) fueron bien recibidos, y las encuestas abiertas reflejaron que los participantes valoraron especialmente la claridad conceptual, la cercanía en el trato y la posibilidad de aplicar los contenidos a su contexto laboral, tal como se documenta en los anexos. La estructura de cada sesión —teoría, experiencia, reflexión y aplicación— facilitó una comprensión progresiva e integrada de los temas. Lo que se describirá a continuación forma parte del análisis de la información organizada por categorías de análisis.

### **Análisis cualitativo del proceso de sensibilización antes del curso *Comunicación y emoción***

Para esta fase del análisis cualitativo se tomó como punto de partida una pregunta abierta realizada durante la primera sesión del curso: ¿Cuál es tu mayor desafío emocional en el trabajo? (Ejemplo: gestionar el estrés, evitar reacciones impulsivas, entender mejor las emociones de los demás, etc.). Los estudiantes respondieron de manera espontánea, y a partir de sus respuestas se identificaron cuatro grandes categorías de análisis, identificadas mediante la categorización manual de sus respuestas

### **1. Dificultad para comprender o interpretar las emociones ajenas:**

Varios participantes mencionaron explícitamente que su mayor reto estaba en la comprensión del mundo emocional del otro. Respuestas como “*entender mejor las emociones*”, “*no interpretar las emociones de los demás de manera personal*”, o “*entender que las otras personas sienten y se comunican diferente a mí*” revelan una necesidad clara de fortalecer la empatía y la lectura emocional en contextos laborales.

### **2. Gestión del estrés ante la incertidumbre o la presión:**

También se registraron dificultades relacionadas con el estrés derivado de condiciones poco claras o tensas. Una estudiante indica: “*gestionar el estrés que me genera no tener indicaciones específicas*”; otra menciona “*manejar los nervios en situaciones tensas*”. Esto apunta a una necesidad de estrategias de autorregulación emocional ante escenarios laborales desafiantes.

### **3. Control de reacciones impulsivas y regulación emocional:**

Algunos participantes identificaron como reto su respuesta emocional ante frustraciones o tensiones. Comentarios como “*la paciencia cuando algo no sale como quiero y eso me lleva a cometer errores*” o “*gestionar el estrés y evitar mis reacciones impulsivas*” reflejan un área importante de desarrollo en términos de regulación emocional y tolerancia a la frustración.

### **4. Afrontamiento del malestar emocional de otros:**

Una respuesta específica expresa el reto de “*saber qué puedo hacer cuando los demás anímicamente no están bien*”, lo cual evidencia no solo una preocupación por el otro, sino también una sensación de falta de recursos para acompañar emocionalmente a colegas o colaboradores.

## **Figura 1**

*Nube de palabras percepciones de los estudiantes*



Fuente: Adaptado de Respuestas de percepciones de estudiantes cuestionario en Forms [Excel], diseñado en la plataforma WordArt, 2025

Este análisis muestra que antes del curso los principales desafíos emocionales de los estudiantes estaban relacionados con la empatía, el manejo del estrés, la autorregulación emocional y la incertidumbre frente al malestar ajeno.

### **Análisis cualitativo del proceso de sensibilización luego de terminado el curso**

#### **Comunicación y emoción**

A la pregunta “¿Cómo crees que el curso ha impactado tu forma de comunicarte en el trabajo?”, los estudiantes respondieron de manera abierta, y a partir de sus respuestas se identificaron tres focos de cambio, resultado de la categorización manual de las respuestas dadas por los estudiantes:

#### ***1. Mayor conciencia emocional e introspección personal:***

Varios estudiantes señalaron que el curso les permitió detenerse y reflexionar sobre sus propias emociones. Expresiones como “*me ha hecho caer en cuenta de la forma en la que me*

comunico”, “ahora que tengo más conciencia sobre ello puedo entender mejor lo que generó al comunicarme” y “ya sé cómo puedo manejar diferentes situaciones” reflejan un aumento en la autoconciencia emocional.

## **2. Mejora en la calidad de la comunicación interpersonal:**

Se evidencia un fortalecimiento en habilidades como la empatía, la escucha activa y la compasión. Un estudiante afirma: “me hizo ser más consciente de mis propias emociones y entender mejor a las de mis compañeros de trabajo”, mientras que otro menciona “hablar con empatía, comprendiendo puntos de vista y realizando acciones que permitan mostrar compasión”. Esto sugiere que el curso propició el desarrollo de una comunicación más humana y cuidadosa.

## **3. Cambio en el estilo comunicativo: claridad, amabilidad y responsabilidad:**

Algunos participantes mencionan transformaciones concretas en su forma de expresarse, destacando la claridad, el uso de lenguaje positivo y el *feedback* constructivo. Una de las respuestas resume este cambio en cuatro puntos: “claridad, escucha activa, uso de lenguaje positivo, *feedback* constructivo”. Se observa un viraje hacia una comunicación más estratégica y alineada con el bienestar colectivo.

## **Figura 2**

*Nube de palabras percepciones de la clase*



Fuente: Adaptado de Respuestas de percepciones de estudiantes cuestionario en Forms [Excel], diseñado en la plataforma WordArt, 2025

En conjunto, las respuestas de los participantes permiten concluir que el curso ***Comunicación y emoción*** generó una transformación profunda tanto en la autopercepción emocional como en las prácticas comunicativas cotidianas dentro del entorno laboral. El desarrollo de la conciencia emocional fue un elemento transversal que permitió a los estudiantes reconocer el impacto que tienen sus emociones en la manera en que se comunican, así como identificar con mayor precisión las emociones de los otros. Esto, a su vez, fortaleció habilidades relacionales clave como la empatía, la escucha activa, la amabilidad y la capacidad de dar retroalimentación constructiva, aspectos altamente valorados por los participantes. En definitiva, el curso no solo les ofreció herramientas prácticas, sino que también les permitió integrar lo emocional como parte esencial de una comunicación organizacional más humana, responsable y efectiva.

En este espacio de cierre también se abrió la oportunidad para que los estudiantes contestaran una última pregunta: ¿Cambiarías o añadirías algo al contenido de la clase?

### **1. Alta satisfacción con el contenido actual:**

La mayoría de los estudiantes expresó explícitamente que no cambiarían nada del curso. Frases como *“No cambiaría nada de la clase”*, *“me parece que está muy bien diseñada”*, y *“todo me pareció perfecto y muy útil”* reflejan una valoración positiva tanto de la estructura como de la aplicabilidad del contenido. Este patrón indica que los objetivos del curso lograron alinearse con las expectativas y necesidades del grupo.

### **2. Deseo de mayor duración del curso:**

Un tema recurrente fue el anhelo de contar con más tiempo. Algunos comentarios como *“me gustaría tener más sesiones”* y *“que dure más, porque es todo un mundo”* sugieren que el

contenido, aunque bien recibido, dejó en los estudiantes el deseo de profundizar más. Esto indica que el curso logró despertar interés genuino en la temática y que su duración actual podría ser un aspecto a revisar en futuras versiones.

### 3. Apreciación de la metodología y herramientas:

Algunos estudiantes destacaron específicamente la utilidad de los recursos y dinámicas, calificándolas de *“retadoras pero enriquecedoras”* o mencionando que *“utilizaré muchos de los tips que nos has dado para mejorar mi oralidad”*. Esto resalta el valor práctico de la propuesta pedagógica y la conexión efectiva entre el contenido emocional y las habilidades comunicativas.



Fuente: Adaptado de Respuestas de percepciones de estudiantes cuestionario en Forms [Excel], diseñado en la plataforma WordArt, 2025

Las respuestas evidencian una alta valoración del curso en términos de contenido, metodología y pertinencia. Aunque no se identifican cambios específicos sugeridos en cuanto al fondo, sí emerge un interés claro por extender la duración del programa, lo que puede considerarse como una oportunidad de mejora para futuras ediciones. El entusiasmo generalizado sugiere que la experiencia fue transformadora y que los estudiantes quedaron con el deseo de seguir profundizando en la articulación entre emoción y comunicación.

Además de los avances observados en los niveles de conciencia emocional, se pudo

evidenciar que los estudiantes no solo lograron identificar y comprender sus emociones, sino que también comenzaron a relacionarlas explícitamente con su rol como comunicadores organizacionales ya que durante las conversaciones grupales hacían referencia constante a situaciones laborales. A lo largo de las actividades y reflexiones grupales, surgieron emociones como la frustración, el miedo al cambio, el entusiasmo frente a nuevos proyectos y la gratitud por los vínculos construidos en los equipos de trabajo. El reconocimiento y validación de estas emociones en un espacio seguro permitió que los participantes reflexionaran sobre su impacto en la comunicación cotidiana, tanto en situaciones de estabilidad como en escenarios de crisis organizacional.

Es importante señalar que, si bien los resultados obtenidos son alentadores, el alcance del programa estuvo centrado en un primer nivel de sensibilización. El fortalecimiento de competencias emocionales profundas requiere de procesos formativos de mayor duración y acompañamiento continuo. En este sentido, una posible línea de continuidad sería implementar módulos de profundización orientados a habilidades específicas como la regulación emocional avanzada, la resolución de conflictos desde la inteligencia emocional y la construcción de narrativas organizacionales de cambio.

En síntesis, el curso ***Comunicación y emoción*** logró no solo sensibilizar a los estudiantes sobre la importancia de las emociones en la gestión de la comunicación organizacional, sino también activar procesos de transformación interna que impactan directamente en su desempeño profesional y en su contribución a la cultura emocional de sus organizaciones.

Adicional a los resultados recogidos en el salón de clases, la positiva recepción y valoración del curso Comunicación y emoción por parte de los estudiantes impulsó su proyección más allá de esta cohorte. Como resultado, se ha propuesto la inclusión de una asignatura con mayor

carga horaria en la nueva versión del plan de estudios de la Especialización en Comunicación Organizacional, actualmente en revisión como parte del proceso de renovación de registro calificado ante el Ministerio de Educación.

Este reconocimiento institucional evidencia cómo la experiencia vivida por los participantes trascendió el aula y se convirtió en una señal clara de la pertinencia del enfoque emocional en la formación de comunicadores. Es motivo de satisfacción ver cómo la voz de los estudiantes ha sido escuchada en espacios académicos de decisión, abriendo camino para que esta semilla de sensibilización continúe creciendo y dé frutos más robustos y estructurados en futuras promociones.

### **Conclusiones**

La implementación del curso *Comunicación y emoción* dentro de la Especialización en Comunicación Organizacional demostró que la educación emocional no solo es pertinente en contextos organizacionales, sino necesaria. En un entorno donde los comunicadores enfrentan diariamente la responsabilidad de gestionar mensajes, relaciones y crisis, contar con herramientas emocionales transforma su capacidad de liderar, conectar y generar impacto.

Desde el modelo propuesto por Rafael Bisquerra, que concibe las emociones como reacciones psicofisiológicas fundamentales para la adaptación, el programa permitió a los estudiantes desarrollar una mirada funcional de sus experiencias emocionales. La incorporación del modelo de emociones básicas de Paul Ekman y la rueda de Plutchik facilitó el reconocimiento de matices emocionales y amplió el vocabulario emocional de los participantes, aspecto clave en la construcción de una comunicación clara y empática.

Al integrar la noción de conciencia emocional de Daniel Goleman, se fortaleció la capacidad de los estudiantes para identificar sus estados internos y comprender su influencia en la

interacción con los demás. Esta conciencia fue esencial para promover procesos de regulación emocional, empatía y adaptación comunicativa, pilares de una cultura organizacional emocionalmente inteligente. Por su parte, el modelo narrativo de Annette Simmons ofreció una estructura potente para resignificar experiencias y construir mensajes que movilizan, inspiren y generen sentido de pertenencia, a través del storytelling y el storyliving.

Los resultados obtenidos confirman el impacto positivo de la intervención. A nivel cuantitativo, se evidenció una mejora significativa en la capacidad de identificar, comprender y gestionar emociones propias y ajenas. A nivel cualitativo, los estudiantes expresaron sentirse más conscientes, empáticos y preparados para abordar los desafíos de la comunicación organizacional desde un lugar más humano, estratégico y transformador.

Este programa no solo logró transmitir contenidos conceptuales y prácticos, sino que generó una experiencia educativa con profundo impacto personal. Se confirma así que cuando la inteligencia emocional se trabaja desde la vivencia, la reflexión y la conexión con la realidad profesional, su poder formativo se multiplica. En palabras de uno de los participantes: *“La comunicación y la emoción no pueden estar separadas. Si lo están, estamos dejando de ver a las personas”*.

### **Valoración personal**

Idear y liderar este curso fue, ante todo, una experiencia profundamente transformadora. Si volviera a vivirla, sin duda repetiría la forma en que prioricé la conexión emocional con los estudiantes desde el primer momento. Iniciar con una tarjeta de identidad emocional no solo humanizó el aula, sino que creó un espacio seguro donde lo profesional y lo personal pudieron entrelazarse con sentido. También mantendría el enfoque experiencial: comprobar que las emociones no se enseñan, sino que se sienten, fue una de las mayores lecciones pedagógicas del

proceso.

Y aunque el curso *Comunicación y emoción* logró sus objetivos de sensibilización, los resultados sugieren que su impacto podría potenciarse aún más mediante la implementación de estrategias de continuidad. Entre ellas, como valoraciones personales propondría el diseño de una segunda fase de formación orientada al desarrollo de habilidades específicas de regulación emocional, resolución de conflictos y liderazgo comunicativo emocional. Asimismo, la creación de espacios de acompañamiento posterior, como mentorías o grupos de reflexión, permitiría fortalecer la transferencia del aprendizaje al entorno laboral real. Integrar autoevaluaciones emocionales periódicas y trabajar sobre casos organizacionales reales también serían estrategias valiosas para consolidar los procesos de aprendizaje y hacerlos sostenibles a largo plazo.

La profundidad de los temas, el interés genuino de los estudiantes y la riqueza de las discusiones invitan a pensar en una propuesta más extensa, que permita explorar con más tiempo la relación entre emoción, cultura y estrategia comunicacional.

Entre los principales aprendizajes que me llevo está la confirmación de que la inteligencia emocional no es un “extra” en la formación de los comunicadores, sino una competencia esencial. Ver a los estudiantes reconocerse en sus emociones, nombrarlas, reformular sus pensamientos limitantes, narrarse con honestidad y crear mensajes desde la empatía y la autenticidad fue profundamente inspirador. También comprendí que enseñar educación emocional requiere un compromiso personal con la coherencia: no se puede invitar al otro a mirar hacia adentro si uno no está dispuesto a hacerlo también.

Uno de los retos más significativos fue equilibrar el rigor conceptual con la vivencia emocional. Encontrar ese punto medio —donde el saber no opaque el sentir, y el sentir no desborde el objetivo pedagógico— fue una tarea desafiante, pero enriquecedora. Las herramientas

narrativas, los ejercicios de diálogo interno y el trabajo en equipo fueron claves para sostener ese equilibrio. Además, la diversidad de experiencias de los participantes aportó una mirada compleja y realista del mundo organizacional, lo que enriqueció cada reflexión.

Termino esta práctica convencida del poder transformador de la educación emocional, pero sobre todo de la responsabilidad que asumo hoy como profesional para transmitirla desde mi experiencia, mi trayectoria y mi saber. Las historias, la escritura y los escenarios han acompañado mi vida desde siempre, y es desde ese lugar, genuino y vivido, donde puedo aportar valor a la enseñanza emocional. No hablo solo desde el conocimiento, sino desde la vivencia profunda de identificar mi propio diálogo interno, de recorrer el camino que va desde la conciencia personal hacia la construcción de un diálogo más consciente y empático con los demás.

Bien lo decía el Papa Francisco en 2022, en el Mensaje para la 56ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales:

*La primera escucha que hay que redescubrir cuando se busca una comunicación verdadera es la escucha de sí mismo, de las propias exigencias más verdaderas, aquellas que están inscritas en lo íntimo de toda persona. Y no podemos sino escuchar lo que nos hace únicos en la creación: el deseo de estar en relación con los otros y con el Otro. No estamos hechos para vivir como átomos, sino juntos.*

Concluyo esta experiencia agradecida, reafirmando que comunicar es un acto profundamente humano y que, como tal, debe estar sostenido por la conciencia emocional. Haber contribuido, aunque sea de forma breve, a la formación de profesionales más empáticos, reflexivos y coherentes, representa para mí una enorme satisfacción personal y profesional.

## Referencias

- Bertalanffy, L. von. (1976). *Teoría general de los sistemas: Fundamentos, desarrollo, aplicaciones* (J. P. García, Trad.). Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada en 1968)
- Bisquerra Alzina, R. (2009). *Psicopedagogía de las emociones*. Editorial Síntesis.
- Bisquerra, R. (2013). *Educación emocional. Propuestas para educadores y familias*. Desclée de Brouwer.
- Boud, D., Keogh, R., & Walker, D. (1985). *Reflection: Turning experience into learning*. Routledge Falmer. Taylor & Francis Group
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bruner, J. S. (1960). *The process of education*. Harvard University Press.
- Campbell, J. (2004). *El héroe de las mil caras*. Fondo de Cultura Económica.
- Cascio, J. (2022). *Human responses to a BANI world*. Medium. <https://medium.com/@cascio/human-responses-to-a-bani-world-fb3a296e9cac>
- Denning, S. (2005). *The leader's guide to storytelling: Mastering the art and discipline of business narrative*. Jossey-Bass.
- Francisco. (2022). *Escuchar con el oído del corazón: Mensaje para la 56ª Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*. Vaticano. [https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/2022\\_0124-messaggio-comunicazioni-sociali.html](https://www.vatican.va/content/francesco/es/messages/communications/documents/2022_0124-messaggio-comunicazioni-sociali.html)
- Goleman, D. (1998a). *La práctica de la inteligencia emocional*. Editorial Kairós.
- Goleman, D. (1998b). *Working with emotional intelligence*. Bantam Books.
- Goleman, D. (1996.). *Inteligencia emocional en la empresa*. Editorial Kairós.
- Goleman, D., & Cherniss, C. (Eds.). (2001). *Inteligencia emocional en el trabajo*. Editorial Kairós.
- Kapp, K. M. (2012). *La gamificación del aprendizaje y la instrucción: Métodos y estrategias basados en juegos para la formación y la educación*. Pfeiffer.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Kraaijenbrink, J. (2022). *What BANI really means (and how it corrects your world view)*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/jeroenkraaijenbrink/2022/06/22/what-bani-really-means->

- [and-how-it-corrects-your-world-view/](#)
- Krippendorff, K. (2004). *Content analysis: An introduction to its methodology* (2nd ed.). Sage.  
<https://doi.org/10.4135/9781071878781>
- Lopezosa, C., Goyanes, M., & Codina, L. (2024). *Acelerando la investigación cualitativa con inteligencia artificial: Una guía práctica para el diseño, desarrollo y ejecución de investigación con entrevistas*. Universitat de Barcelona.  
[https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/211948/1/Acelerando%20la%20investigacio  
iII%CC%80n%20cualitativa%20con%20inteligencia%20artificial.pdf](https://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/211948/1/Acelerando%20la%20investigacio%20iII%CC%80n%20cualitativa%20con%20inteligencia%20artificial.pdf)
- Maturana, H. (2002). *Emociones y lenguaje en educación y política*. Dolmen Ediciones.
- Mehrabian, A. (1972). *Nonverbal communication*. Aldine-Atherton.
- Mora, F. (2013). *Neuroeducación: Solo se puede aprender aquello que se ama*. Alianza Editorial.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6170873>
- Moreno-Jiménez, B. (2014). Habilidades sociales para las nuevas organizaciones. *Behavioral Psychology / Psicología Conductual*, 22(3), 587–604.  
[https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2019/08/11.Moreno\\_22-3oa.pdf](https://www.behavioralpsycho.com/wp-content/uploads/2019/08/11.Moreno_22-3oa.pdf)
- Placencia Galeano, F. A. (2025). Meta-análisis del impacto de la inteligencia emocional en el trabajo en Latinoamérica durante los años 2014 a 2024. *Revista LATAM de Ciencias Sociales y Humanidades*, 6(1), 1–20.  
<https://latam.redilat.org/index.php/lt/article/view/3627>
- Rogers, C. R. (1969). *Freedom to learn*. Merrill Publishing Company.
- Ryan, G. W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to identify themes. *Field Methods*, 15(1), 85–109. <https://doi.org/10.1177/1525822X02239569>
- Simmons, A. (2007). *Whoever tells the best story wins: How to use your own stories to communicate with power and impact*. AMACOM.
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press. DOI:10.1016/j.soscij.2008.09.003
- Velandia Mora, M. A. (2011). *Comunicación y educación emocional*. Editorial MAVM España.  
<http://es.scribd.com/doc/62151225>
- Zerfass, A., Verčič, D., & Volk, S. C. (2018). Communication evaluation and measurement: Skills, practices and utilization in European organizations. *Corporate Communications: An International Journal*, 23(1), 35–51. <https://biopen.bi.no/bi-xmlui/handle/11250/2462236>

## Anexos

### Anexo A. Tarjeta de identidad emocional

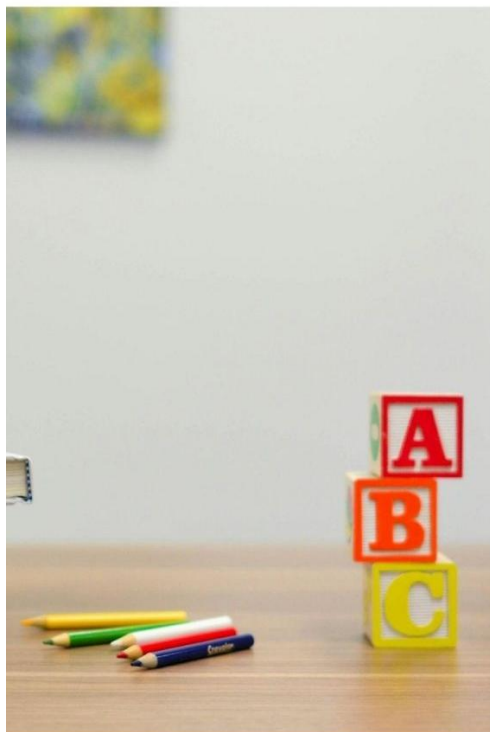
#### Tarjeta de identidad emocional



- ◆ Nombre y rol profesional
- ◆ Emoción que más los define en el ámbito laboral y por qué
- ◆ Un momento en el que una emoción haya influido en su comunicación en el trabajo (positiva o negativa).
- ◆ Un dato curioso
- ◆ Un "superpoder emocional" que creen tener en su comunicación
- ◆ Expectativa de esta clase

## Anexo B. Claves del aprendizaje y la experiencia

### CLAVES DEL APRENDIZAJE Y LA EXPERIENCIA



01 Salvo los aprendizajes: Lo que pasa en clase, se queda en clase

02 Escuchar activamente, sin interrumpir ni juzgar

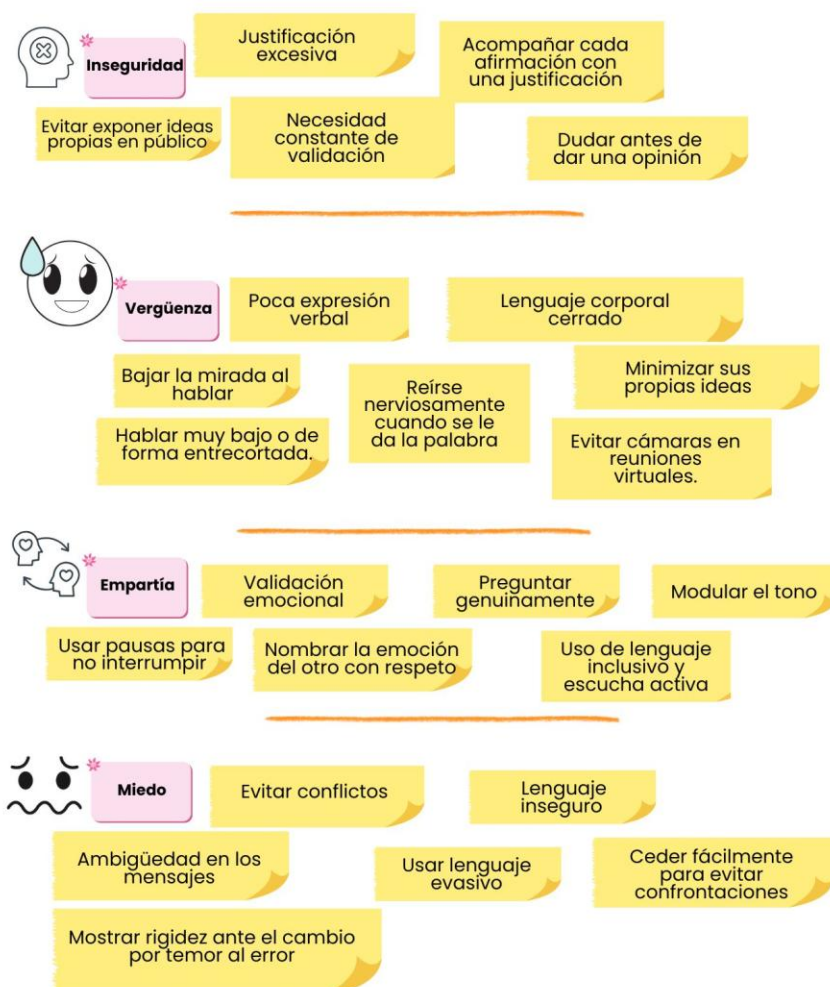
03 Preguntar es abrir la puerta a nuevos conocimientos

### Anexo C. Sesión 1 Diálogo intrapersonal

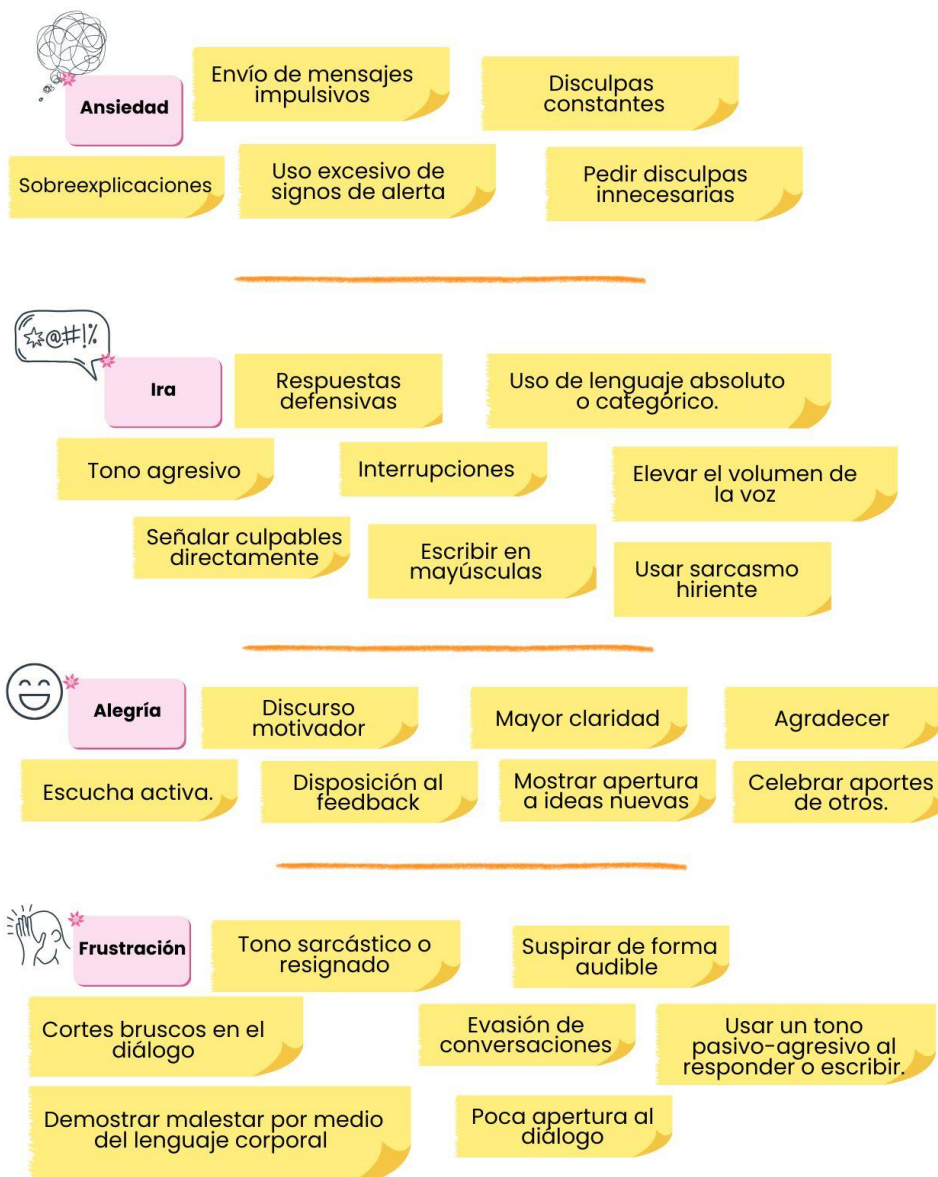


## Anexo D. Mapa emocional: Emociones y sus manifestaciones en la comunicación organizacional

### Mapa emocional: emociones y sus manifestaciones en la comunicación organizacional

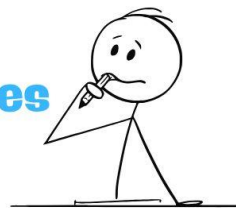


## Mapa emocional: emociones y sus manifestaciones en la comunicación organizacional



## Anexo E. Claves del storytelling emocional

### Conecta desde el corazón: claves del storytelling emocional



#### 1 Piensa en una transformación

Una buena historia siempre muestra un cambio: del conflicto a la solución, del miedo al coraje, del caos al orden

#### 2 Sé visual, no abstracto

Pinta escenas con palabras. Ayuda a tu audiencia a “ver” lo que estás contando.

#### 3 Emoción y estructura

Las mejores historias tienen forma (inicio, giro, final) y fondo (una emoción que las sostiene)

**“Las personas pueden olvidar lo que dijiste, pero no lo que les hiciste sentir”**



## Anexo F. Tarjetas de cierre para cada uno de los estudiantes



**Anexo G. Muestra de bombillo entregado a los estudiantes en la tercera sesión.**



**Anexo H. Foto de cierre**