

IMPACTO DE LA COMUNICACIÓN VIRTUAL EN LA INTERACCIÓN SOCIAL DE TRABAJADORES EN SU ENTORNO LABORAL

IMPACT OF VIRTUAL COMMUNICATION ON THE SOCIAL INTERACTION OF WORKERS IN THEIR WORK ENVIRONMENT

Ferrer-Angulo Emirse Carolina*
Universidad Experimental Rafael María Baralt.
Cabimas, estado Zulia. Venezuela.

Resumen

La presente investigación se orientó en analizar el impacto de la comunicación virtual en la interacción social en un ambiente laboral, con la finalidad de conocer si la evolución en las comunicaciones han sido productivas en la interacción de los trabajadores con sus clientes. El estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo y la investigación fue de tipo analítica, contando con la participación de 20 trabajadores pertenecientes a la gerencia de Programación de Operaciones de PDVSA Occidente, empleando como técnicas e instrumentos la observación no participante, la entrevista y el análisis de documentos bibliográficos. Los resultados obtenidos muestran los pro y contra de la evolución de la comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores con otros trabajadores o clientes para transmitir y recibir información en una era donde la tecnología avanza y se reinventa casi que diariamente.

Palabras clave: comunicación virtual, interacción social, ambiente laboral de los trabajadores.

Abstract

This research was aimed at analyzing the impact of virtual communication on social interaction in a work environment, in order to identify the evolution that communications have had in the interaction of workers with their customers. The study was carried out under the quantitative approach and the research was analytical, with the participation of 20 workers belonging to the Operations Programming management of PDVSA Occidente, using as techniques and instruments the non-participant observation, the interview and the analysis of bibliographic documents. The results obtained show the pros and cons of the evolution of virtual communication in the social interaction of workers with other workers or clients to transmit and receive information in an era where technology advances and reinvents itself almost daily.

Key words: virtual communication, social interaction, workers work environment.

Recibido: 16-04-2023 / **Aprobado:** 28/06/2023.

*Ingeniera de Sistemas del Instituto Universitario Politécnico Santiago Mariño. MSc. Gerencia de Empresas, mención Operaciones de la Universidad del Zulia, Estudiante del Doctorado en Ciencias Sociales en la Universidad Nacional Experimental Rafael María Baralt. ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-8485-9659>.

Introducción

La interacción puede ser vista como algo que sucede entre los individuos, pero también puede ser comprendida como algo que ocurre entre colectividades. En términos generales, la interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más personas. En este sentido, Goffman (1983), indica que la interacción social, es la que surge únicamente en las situaciones sociales; o sea, en los contextos en los que dos o más individuos están físicamente en mutua presencia. Agrega “Mi preocupación a lo largo de los años ha sido la de promover la aceptación de este ámbito “cara-a-cara” como un ámbito analíticamente viable (ámbito que puede llamarse, a falta de una denominación mejor, el orden de la interacción) colocando en segundo plano a las estructuras sociales, a los sistemas y a las relaciones funcionales; debido a que, por encima de ellos, estudia como elemento primario y generador de los demás, al mundo de significados de los símbolos dentro del cual actúan los sujetos.

De acuerdo a lo anterior, la interacción social es el proceso mediante el cual se da una relación entre dos o más personas y de éstas surgen acciones como respuestas a esa interacción; es decir, es el intercambio social que se genera entre personas y grupos con poder de unos sobre otros, en el cual prevalecen los aspectos comunicativos del intercambio de información. Se puede decir, que la interacción social se realiza de muchas maneras, por ejemplo, cuando una persona pregunta por la ubicación de un abasto y otra le proporciona la información

solicitada; por lo tanto, se puede decir, que toda interacción social se fundamenta en una relación de comunicación.

En relación a lo anterior, la comunicación es el cimiento de la formación de un entorno virtual, que ha ido evolucionando gracias al desarrollo de las redes de computadoras y el internet, dando paso a nuevas formas de comunicación virtual. En este orden de ideas, el equipo editorial Etecé (2021), lo define como un tipo de comunicación surgido a partir de los avances tecnológicos de finales del siglo XX. Consiste en el uso de herramientas digitales que sirven como canal para el envío de un mensaje. El término virtual hace alusión a la ausencia de un sustento material para el envío de un mensaje como puede ser, por ejemplo, una carta. También puede referirse a la falta de proximidad física entre emisores y receptores.

Por su parte, Alonso (2003), la define como el medio de conversación que implica el uso de tecnología, audio y video para ponerse en contacto con personas que no están presentes físicamente (no necesariamente). Las personas pueden estar en diferentes habitaciones o incluso a kilómetros de distancia.

La comunicación virtual es un modo que incluye tecnología, el audio y video para transmitir e informar a otras personas que no se encuentran físicamente presentes. Ésta surge a finales del siglo XX con la aparición del correo electrónico, los blogs, las redes sociales, las videollamadas, videoconferencias, las salas de chat, entre

otros. Hoy en día la comunicación virtual está en constante evolución tecnológica.

En este sentido, el objetivo de la investigación es analizar el impacto de la comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores en su entorno laboral, específicamente la de los trabajadores de la gerencia de Programación de Operaciones de PDVSA Occidente, quienes se encargan de programar los servicios que les son requeridos, donde nadie, que no pertenezca a dicha área, puede acceder; y la única manera que el cliente tiene para conocer sobre el estatus de sus requerimientos e interactuar con los trabajadores, es a distancia; utilizando para ello diferentes modos de comunicación virtual.

Diariamente salen a la luz nuevas tecnologías o tecnologías existentes que evolucionan sobre todo dentro de la comunicación virtual, las cuales han permitido que la información fluya instantáneamente logrando que quienes pueden, tengan acceso a la información de primera mano; pero, así como tiene sus ventajas también tiene sus desventajas, como dado que existen personas que, por sus capacidades de aprendizaje, les cuesta adaptarse al ritmo de la evolución tecnológica. Por lo antes mencionado, con esta investigación se busca analizar el impacto que ha tenido la introducción de los nuevos modos de comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores de la mencionada gerencia, en ese entorno laboral.

Comunicación Virtual

Hoy día se está inmerso en un mundo digitalizado. Todos los dispositivos que se utilizan y todos los sectores de actividad están informatizados. Internet, y la tecnología, lo han cambiado todo. Como expresa Moises (2019), la comunicación es parte integrante de la naturaleza humana, está siempre presente en los diversos aspectos y situaciones y, por lo tanto, está vinculada al ser humano. En términos generales, la comunicación puede adoptar diferentes formas: oral, escrita y virtual.

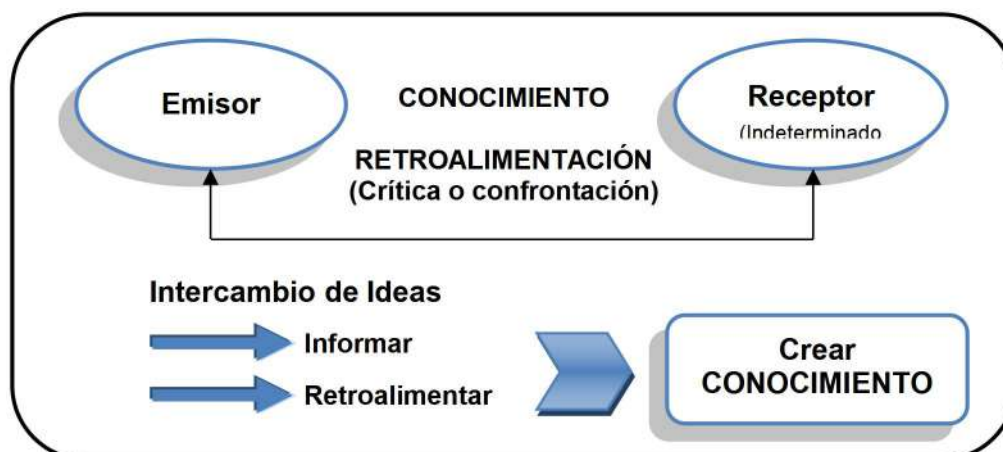
Aunque la comunicación virtual comenzó con la invención del teléfono, es a finales del siglo XX que, gracias a las innovaciones en el mundo digital, como el advenimiento de las webcams, las videoconferencias y las comunicaciones instantáneas que se hicieron más populares. De ahí que, puede definirse como una comunicación entre individuos a través de un dispositivo electrónico.

En atención a lo anterior, BUA (2018) define a la comunicación virtual como un modo de comunicación que incluye el uso de la tecnología, el audio y el video para comunicarse con personas que no están físicamente presentes, uno con otros. La misma puede darse a través del correo electrónico, los blogs, las redes sociales, videollamadas, videoconferencias, salas de chat, mensajería instantánea, foros de discusión, entre otros.

En un canal de comunicación virtual, los usuarios exponen sus ideas, opiniones y

experiencias y, a su vez, reciben retroalimentación de otros usuarios.

Figura 1. Comunicación virtual



Fuente: Biblioteca de la Universidad de Alicante (2018)

La comunicación virtual, según la BUA (2018), puede distinguirse en dos tipos; por un lado, la comunicación síncrona, la cual implica que los usuarios están participando en la conversación en el mismo instante; ejemplo de ella, los chats o videoconferencias. Por otro lado, la comunicación asíncrona, es la que se produce entre dos o más personas cuando no existe coincidencia temporal. El usuario deja un mensaje, pero la respuesta no es inmediata; por ejemplo, el correo electrónico, los foros de discusión o las listas de distribución.

Por otro lado, Comunicare (2019) en su blog, señala algunas características de la comunicación virtual, las cuales se mencionan a continuación:

Intercambio bidireccional o multidireccional.

Se produce un trabajo en equipo.

Interacción entre dos o más individuos.

Incita a los individuos a interactuar.

Bajo coste.

Relaciones horizontales entre los individuos.

Tiempo real o tiempo diferido.

Intercambio de información en forma de texto, imagen, audio, entre otros.

Interacción Social

La interacción puede ser vista como algo que sucede entre los individuos, pero también puede ser comprendida como algo que ocurre entre colectividades. En términos generales, la interacción puede ser entendida como la acción recíproca entre dos o más personas. En este sentido,

Durkheim (1973) mencionado por Rizo (2004), describe a la interacción social como el conjunto de maneras de obrar, pensar y sentir, externas al individuo y dotadas de un poder coercitivo, en cuya virtud se imponen a él.

Así mismo, entiende Rizo (2004), que la interacción social es todo aquello que los seres humanos establecen como relaciones con los demás por medio de interacciones que pueden calificarse como procesos sociales. Así, la comunicación es fundamental en toda relación social, es el mecanismo que regula y que, al fin y al cabo, hace posible la interacción entre las personas. Lo que equivale a decir que toda interacción se fundamenta en una relación de comunicación.

En atención a lo anterior, la interacción social es el proceso de comunicación donde se ejerce alguna influencia sobre acciones y perspectivas de los individuos. Se puede decir que la interacción social es una situación interpersonal en la que dos o más personas actúan para un propósito. La interacción no necesariamente se realiza cara a cara, sino que puede darse de manera implícita al hablar con otra persona que está ausente físicamente.

Para Schutz (1974), a partir de los procesos interpretativos las personas pueden comprender diferentes acciones comunicativas, reconocer las significaciones y las estructuras subyacentes de las acciones comunicativas, asociar las reglas normativas generales a las escenas de interacción vividas por medio del

conocimiento socialmente distribuido, desglosar la interacción en secuencias. Los elementos simbólicos son los que permiten, menciona el autor, hablar de la interacción social.

Continuando con el párrafo anterior, Schutz (1974) señala que toda interacción social se fundamenta en la comunicación, y es aquí donde menciona que ya no sólo es una interacción social sino una interacción comunicativa. La cual es un proceso de organización extensa entre personas que, mediante el lenguaje, actúan en un proceso de constante afectación recíproca. Es así como se debe entender que la comunicación como un modo de acción, es, un modo de interacción entre personas, grupos o colectivos llamados comunidades. Dando origen al uso a manera de sinónimos de los términos de interacción comunicativa e interacción social.

En referencia a lo anterior, la sociedad en su interacción social con su entorno, ha evolucionado, para bien o para mal, con los constantes avances tecnológicos, algunos de los cuales mencionados en el apartado anterior en lo que a comunicación se refiere. La tecnología ha conseguido ampliar los espacios para que la sociedad se pueda desarrollar, permitiendo así nuevas vías de comunicación e interacción social. Éstas pueden asumir una gran diversidad de formas pues, como indica Gómez (2013), por ejemplo, Internet no es un medio tecnológico más, sino que constituye además una mediación sociocultural, con distintos entornos sociotécnicos. Las nuevas tecnologías han traído cambios en la

interacción social, la cual a medida que transcurren los años, se transforma para probar cada vez con mayor rapidez nuevas formas de comunicación.

Continuando con lo anterior, aquello no significa que se derrumben o se sustituyan las relaciones anteriores; sino que se están implantando nuevas formas de informarse, producir, divertirse, comprar, entre otros, modificando el conjunto de las relaciones sociales, las cuales no son más que modos de actuar unos con otros. Se trata de una transformación en los procesos de producción y recepción de información. Como señala Bernete (2009), son los adultos, más que los jóvenes, quienes se refieren a nuevas tecnologías, nuevas interacciones o nuevas relaciones sociales. Es lógico deducir que quienes tengan más conciencia de las transformaciones que se producen en las formas de comunicarse o relacionarse con otros, son los adultos, puesto que son los que han vivido las situaciones anteriores a esos cambios.

Diferentes modos de comunicarse como nunca antes, facilitan las comunicaciones de forma instantánea entre múltiples personas. Las opciones, accesibilidad y asequibilidad de la tecnología de la comunicación han cambiado naturalmente los hábitos y estilos sociales.

Ambiente Laboral

Corral (2002), define al ambiente laboral como el conjunto de factores que influyen sobre el bienestar físico y mental de los trabajadores. La calidad del ambiente

laboral condicionará los sentimientos de pertenencia y responsabilidad de cada uno de los trabajadores con sus funciones. El término puede hacer alusión a un área física, calidad y comodidad, pero también se refiere al aire que respiran los mismos empleados, en otras palabras a la atmósfera del área de trabajo.

Un ambiente laboral sano, se puede distinguir de acuerdo a las siguientes características:

La cultura organizacional, reúne las diferentes formas de interacción dentro las organizaciones. Los empleadores deben fomentar un espacio de crecimiento y desarrollo personal que permita un ambiente laboral próspero.

Los aspectos psicológicos como los sentimientos, pensamientos, sensaciones y emociones de los trabajadores permiten el desarrollo de un ambiente laboral sano; se debe entender las características propias de cada individuo para que funcione en pro del equipo.

Calidad de vida y trabajo.

Continuando con la idea anterior, Coll (2020), asegura que para crear un buen ambiente laboral se debe hacer lo siguiente, entre otras estrategias:

Creando programas que favorezcan la interrelación laboral como tiempo compartido y de descanso planificado. Toda empresa debe planificar actividades de recreación y sociabilidad para sus trabajadores.

Buscar trabajadores transparentes y auténticos que demuestren sus atributos y valores.

Los empleados siempre esperan que sus jefes sean sinceros y directos.

Se debe fomentar la retroalimentación; el trabajo en la empresa tiene diferentes puntos de vista.

Como jefe se debe facilitar el acceso a la información a los empleados compartiendo los resultados mensuales con ellos, dándoles formación adecuada para comprender los números financieros. Esto los motivara a esforzarse cada vez más.

Todo el equipo debe conocer la figura de jefe inmediato y además reforzar los valores empresariales.

Metodología

El estudio se realizó bajo el enfoque cuantitativo, el tipo de investigación es analítica. Para Hurtado (2008, p. 216), la investigación analítica “consiste en el análisis de las definiciones relacionadas con el tema, para estudiar sus elementos en forma exhaustiva y poderlo comprender con mayor profundidad”. Las investigaciones analíticas requieren de un estudio tanto documental como de campo del problema que se está abordando para determinar los aspectos involucrados en el mismo.

En cuanto al diseño de la investigación es no experimental, en razón de que se efectúa sin la manipulación intencionada de variables, en ella se realiza es la

observación de fenómenos en su ambiente natural (Hernández y col., 2007). En los diseños no experimentales no se construye ninguna situación, sino que se observa lo ya existente. Adicionalmente, se considera también una investigación de campo, porque en ella se lleva a cabo una serie de actividades para poder obtener la información directa de la realidad.

La investigación se enfocó en los trabajadores de la gerencia de Programación de Operaciones de PDVSA Occidente, la cual se encarga de recibir los requerimientos de gerencias que hacen vida en las instalaciones del Lago de Maracaibo. Los requerimientos pueden ser de transportar personal desde tierra hacia las instalaciones petroleras en el Lago de Maracaibo, transporte de materiales y/o equipos, remolque de gabarras, entre otros. Los requerimientos son recibidos a través de un programa administrativo. Luego los clientes o usuarios deben mantener una comunicación constante con los trabajadores de la gerencia de Programación de Operaciones, para conocer el momento en que atenderán su requerimiento hasta finalizar el mismo.

La gerencia de Programación de Operaciones, está conformada por 30 trabajadores, de los cuales 20 mantienen interacción social con los solicitantes de los servicios requeridos en la producción petrolera en el Lago de Maracaibo. Los trabajadores, laboran en guardia de 12 horas (diurna y nocturna) por 4 días y así sucesivamente, los 365 días del año. Los sistemas utilizados para mantener la

interacción social con sus clientes, es un programa administrativo donde reciben las ordenes y éste es alimentado por cada uno de los usuarios a través de una página web, las cuales se conectan a través de una interfaz. También se utiliza el correo electrónico interno de PDVSA, el teléfono fijo, la telefonía móvil (tipo pool); luego surgieron los chats con la telefonía móvil personal, redes sociales, entre otros.

La recolección de los datos para esta investigación se llevó a cabo en la gerencia de Programación de Operaciones de PDVSA Occidente, cuya área es la encargada de recibir órdenes de servicio (ODS) a través de una herramienta administrativa tecnológica; planifican éstas ODS de acuerdo a un nivel de prioridad, programan recursos a dichos servicios y luego le hacen seguimiento a dichos recursos (buques) hasta culminar con la entrega de los servicios solicitados por los clientes; así mismo mantienen interacción social virtual permanente con los solicitantes de los servicios que necesitan ejecutar. La información fue recopilada a través de distintas herramientas, a saber:

La observación. Fue de gran importancia, durante el desarrollo de la investigación, por cuanto permitió observar las conductas rutinarias de los trabajadores, tomar notas, sin tener la investigadora ninguna participación; se estuvo enfocado en lo que hacían y como hacían los trabajadores para comunicarse virtualmente con su entorno (Arias, 2012).

La entrevista. Para Heinemann (2007), consiste en conseguir, mediante preguntas formuladas en el contexto de la investigación, que las personas objeto de estudio emitan informaciones que sean útiles para resolver la pregunta central de la investigación. Puede definirse como un test de estímulo-reacción. En esta investigación, se llevó a cabo una entrevista con los 20 trabajadores de la gerencia, con una duración de 10 minutos, con cada uno de los participantes.

Revisión bibliográfica. El proceso de revisión bibliográfica debe realizarse en varios momentos de la investigación: antes de concretar el tema, pues ayuda a encauzar la investigación; cuando ya se tiene identificado el tema de estudio, sirve para posicionarse en el estado actual de lo que se está investigando; en la interpretación y comparación de resultados, donde se revisará de una manera más selectiva lo publicado para hacer una confrontación con los resultados obtenidos, con la aplicación de otras técnicas de recolección de datos (Bueno, 2006). La revisión bibliográfica considerada en esta investigación fueron textos, revistas y páginas electrónicas referidas a la comunicación virtual e interacción social de hoy día.

Resultados

Tomando en cuenta lo expuesto en el apartado anterior, donde se explicó la utilización de tres herramientas para la recolección de los datos para su posterior

análisis, se puede decir que la revisión bibliográfica se llevó a cabo a lo largo de la investigación y fue de utilidad para relacionar conceptos e información respecto a la comunicación virtual y la interacción social; así como también comparar los resultados obtenidos de las entrevistas con dicha información bibliográfica.

En cuanto a la observación, fue de soporte para complementar la información recolectada en las entrevistas con lo observado en los trabajadores durante su jornada laboral; la cual se realizó sin participar en su entorno, solo observando su conducta y rutina diaria relacionándose con sus usuarios; sin tener ninguna participación, enfocado solo en lo que hacían y como hacían los trabajadores para interactuar con

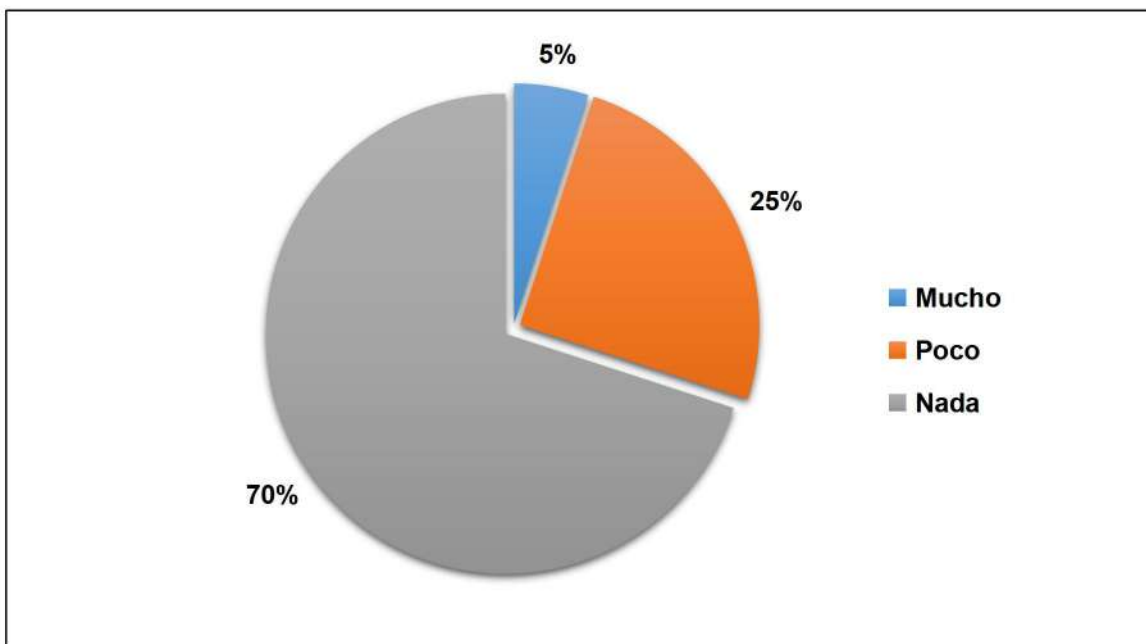
sus clientes, los elementos que utilizaban para tal fin.

Los datos recolectados de las entrevistas se tabularon y se presentan por medio de cuadros y gráficos. Los valores muestran, medidos en porcentajes, la forma cómo respondió el censo poblacional a los planteamientos formulados. Luego se realizó un análisis e interpretación, de los datos registrados en los cuadros y gráficos que expresan las opiniones de las 20 personas entrevistadas; donde se expusieron las características más resaltantes sobre los resultados obtenidos.

En este orden de ideas, a continuación, se reflejan las opiniones de los entrevistados:

Pregunta N° 1. ¿Conoce Usted los distintos modos de comunicación virtual?

Gráfico N° 1. Modos de comunicación virtual.



Fuente: Elaboración propia (2022)

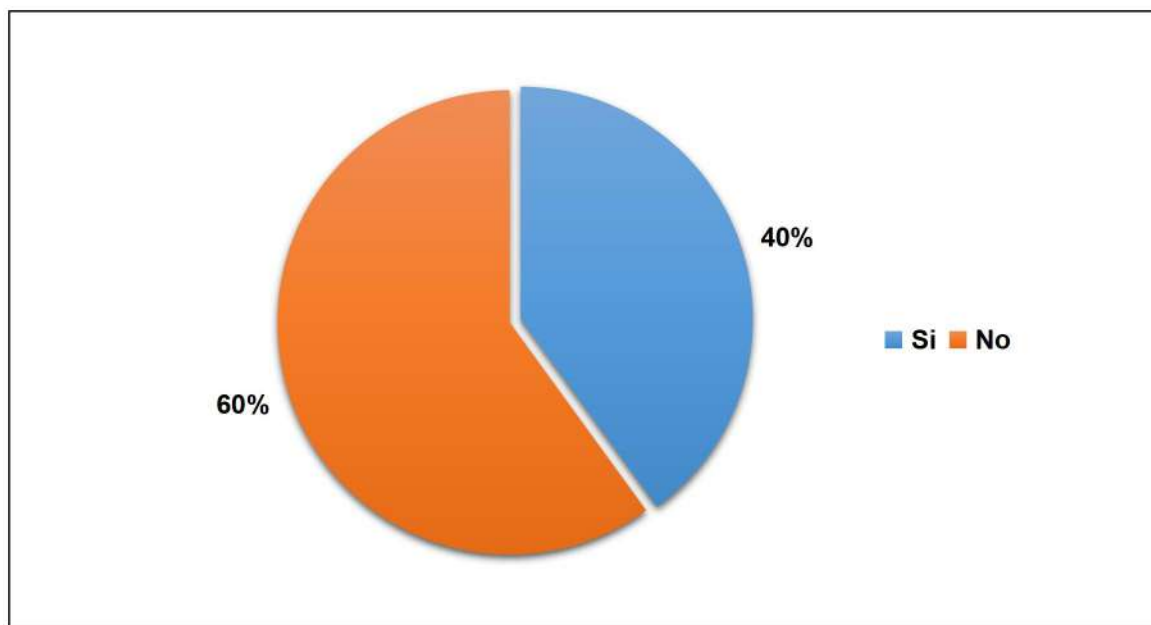
La información recolectada de los entrevistados, indica que el 5% tiene Mucho conocimiento, el 25% Poco conocimiento y 70% no tiene Nada de conocimiento. Tomando en cuenta la interpretación realizada anteriormente, sobre la base de lo expresado por los entrevistados, se deduce que la mayoría de los trabajadores no tienen conocimiento sobre los distintos modos de comunicación virtual, técnicamente hablando. Cuando se les explicó a aquellos que tenían Poco o Nada de conocimiento, lo que es la comunicación virtual, su opinión fue distinta a la expresada al inicio de la entrevista; puesto que no conocían el término.

De acuerdo a los resultados obtenidos en esta pregunta, la mayoría de los

encuestados indican que no tienen conocimiento sobre los modos de comunicación virtual, el término en sí no es de uso común para ellos; y como refiere Castells (2008) en su investigación, la sociedad está desde los años 70 del siglo pasado, sometida a cambios en su forma de organización social, debido al surgimiento de las tecnologías de información y comunicación; los cuales han puesto a prueba la capacidad del hombre de interactuar con los medios de comunicación. Lo anterior, es una clara evidencia que en ciertas ocasiones, la mayoría de la población no va a la par con los términos que son introducidos por los constantes avances tecnológicos.

Pregunta N° 2. ¿Conoce Usted el significado de interacción social?

Gráfico N° 2. Concepción del término “interacción social”.



Fuente: Elaboración propia (2022)

Los datos recolectados señalan que el 40% de los entrevistados tiene conocimiento, mientras que el 60% no sabe lo que es. Haciendo referencia al gráfico anterior, se observa que solo el 40% de los entrevistados tienen conocimiento de lo que es la interacción social; en cambio, el 60% no tenía conocimiento.

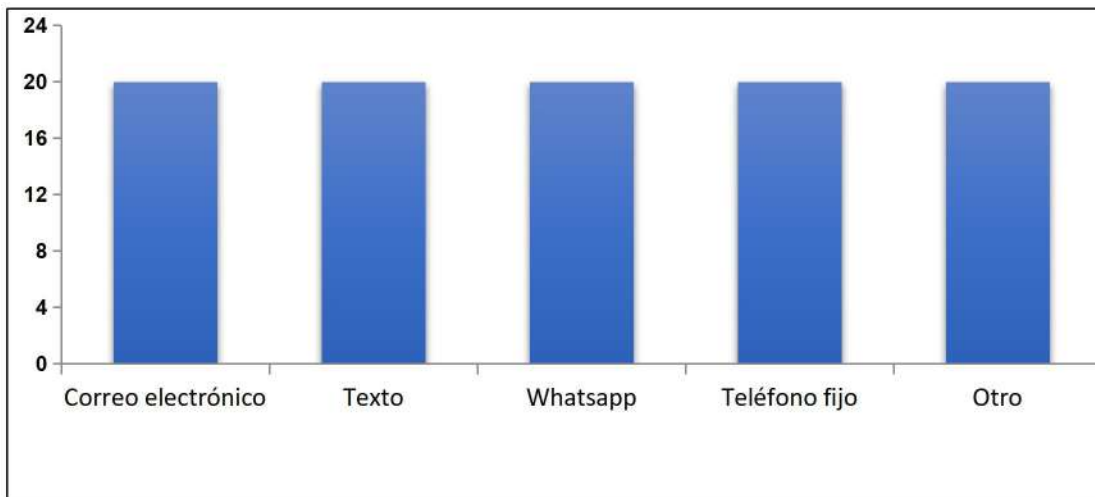
Esto lo que demuestra es que, aunque los trabajadores practican la interacción social con su entorno laboral, no lo llaman de esa manera; sino con otras palabras como conversar, informar, comunicar, entre otros. En las lecturas realizadas sobre este aspecto, Torres (2014) indica que al hablar de las organizaciones se debe partir del hecho que se encuentran compuestas por actores sociales que interactúan en su interior (empresa).

Continuando con el párrafo anterior, Torres (2014) señala que con dichas interacciones se logra la construcción una realidad común en la que las personas comparten y desarrollan sus labores, mediadas y coordinadas por la organización a la cual pertenecen. Este autor se basa en el concepto Erwing Goffman en el cual expresa que la vida cotidiana de las instituciones (organizaciones) son la representación teatral de la sociedad en un sistema cerrado en el que se desarrollan dinámicas de tipos técnicos, políticos, estructurales y culturales.

En lo que respecta a esta investigación, que el 60% de la población consultada no conozca que la comunicación que realiza con sus clientes es una interacción (formalmente hablando), quiere decir que la palabra en sí, no ha sido difundida en la sociedad en general.

Pregunta N° 3. ¿Cuáles son los modos de comunicación virtual utilizados por Usted para interactuar con sus usuarios?

Gráfico N° 3. Distintos modos de comunicación virtual



Fuente: Elaboración propia (2022)

La opinión suministrada por los trabajadores entrevistados señala, como se observa en el gráfico anterior, que todos conocen y emplean los diferentes modos de comunicación virtual mencionados en la entrevista, como lo son: el correo electrónico empresarial, la mensajería de texto, el whatsapp, el teléfono fijo (llamadas), y en el apartado otros mencionaron las aplicaciones: telegram y mensajería instantánea.

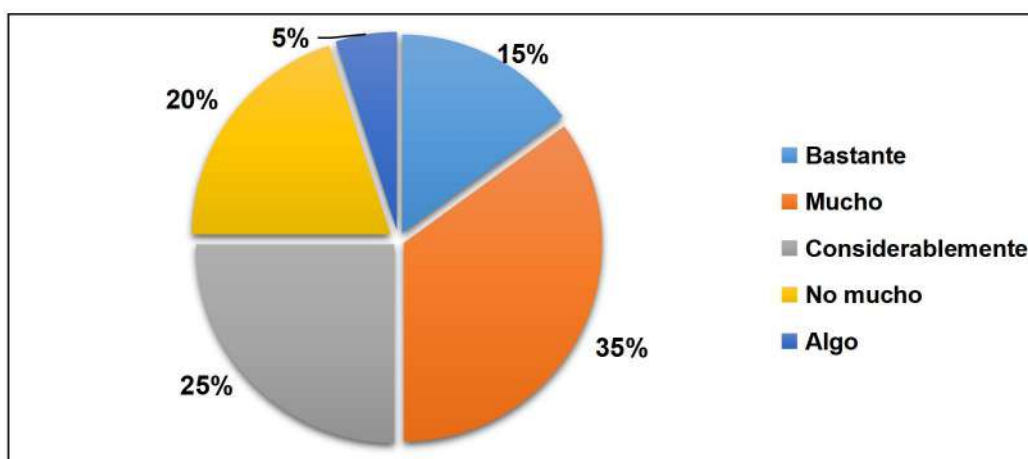
Como señala Himmamen (2002), las nuevas tecnologías de la información de nuestra época tienen una relevancia superior porque marcan el comienzo de un nuevo paradigma tecnológico sobre la base de tres principales rasgos distintivos: la capacidad de las tecnologías para ampliar por sí mismas el procesamiento de

información en cuanto a volumen, complejidad y velocidad; la capacidad recombatoria, y la flexibilidad distributiva.

En esta época de desarrollo tecnológico diario, las organizaciones han tenido que modificar sus formas de interacción con sus clientes, para estar a la par con las nuevas tecnologías en cuanto a las redes. La comunicación virtual, como explica Himmeman (2002), viene a darle un giro a la comunicación tradicional cara a cara, ya que los diversos lenguajes (audio, escrito, visual, audiovisual, entre otros) hoy más que nunca están presentes a través de las nuevas tecnologías y van ganando más espacios, pues cada vez son más los usuarios que están conectados a la red.

Pregunta N° 4. ¿El uso de las comunicaciones virtuales ha cambiado la interacción social con sus usuarios?

Gráfico N° 4. Uso de las comunicaciones virtuales



Fuente: Elaboración propia (2022)

De acuerdo a la opinión de los trabajadores entrevistados se pudo observar que para el 15% de ellos consideran que los cambios de la comunicación virtual en la interacción social han sido Bastante, 35% Mucho, 25% Considerablemente, 20% No Mucho y 5% Algo.

Por otra parte, de lo interpretado anteriormente, se evidencia que la evolución de la comunicación en el ámbito virtual ha traído consigo cambios en la interacción de los trabajadores con los clientes. Los trabajadores coinciden al igual que en el blog de Comunicare (2019), que la comunicación virtual favorece el intercambio bidireccional, la interacción se realiza entre

dos o más usuarios al mismo tiempo; la información fluye de manera más rápida; el intercambio de información puede ser de texto, imagen, audio, video, entre otros.

Así mismo, en relación a este aspecto, Himmeman (2002), expone que el mundo virtual ofrece un sinnúmero de posibilidades de comunicación interpersonal y distribución de información, con lo que se crean redes y comunidades virtuales inmensas donde se agrupan personas sin importar su lejanía física para organizarse, colaborar, debatir, relacionarse, intercambiar o compartir contenidos en torno a diversas temáticas u objetivos comunes de forma parecida a lo que se haría de manera presencial.

Pregunta N° 5. ¿Cuáles son los aspectos de la comunicación virtual considerados ventajosos para la interacción con los clientes?

Tabla 1. Ventajas de la comunicación virtual

Ventajas	Categorías					
	De Acuerdo		En Desacuerdo		No Sabe	
Facilita el acceso a la información	20	100%	0	0%	0	0%
Facilita y fomenta la retroalimentación	11	55%	4	20%	5	25%
Fomenta la interacción entre personas	12	60%	0	0%	8	40%
Fomenta el intercambio de información	20	100%	0	0%	0	0%
Permite comunicarse a cualquier distancia y momento	14	70%	0	0%	6	30%

Fuente: Elaboración propia (2022)

La información recolectada de los trabajadores entrevistados, expresa que:

El 100% de los entrevistados señala estar De Acuerdo con que la comunicación virtual en la interacción virtual facilita el acceso a la información.

Por otro lado, 55% de los entrevistados está De Acuerdo en que la comunicación en la interacción virtual facilita y fomenta la retroalimentación, 20% En Desacuerdo y un 25% No Sabe.

La comunicación virtual en la interacción social fomenta la interacción entre personas, 60% expresa estar De Acuerdo y el 40% No Sabe.

Fomenta el intercambio de información, De Acuerdo el 100% de los entrevistados.

Para el 70% de los trabajadores está De Acuerdo, que permite comunicarse a cualquier distancia y momento, y 30% No Sabe.

De lo anterior y tomando en cuenta lo recolectado tanto en la revisión bibliográfica como en las observaciones realizadas en el área donde laboran los trabajadores sujetos de este estudio, la comunicación virtual ha traído cambios ventajosos para la interacción de estos individuos con su entorno, ya que es un área a la cual no se tiene acceso y la única manera que tenía el cliente o usuario para conocer el estado de un requerimiento, era a través del correo electrónico o vía telefónica (teléfono fijo).

Con la evolución de las comunicaciones virtuales y la introducción de estos mecanismos (casi que obligatoria y sin

normativas) en el área laboral, han permitido que la interacción fluya de manera instantánea y que la información llegue a muchas más personas en tiempo real. Así lo expresa, iLB (2020) en su blog, cuando señala que las herramientas que provee la comunicación virtual, permiten mantener un flujo constante de información y la tan necesaria retroalimentación, tanto con entes externos como externos de las empresas. La comunicación virtual para las empresas evolucionó de un entorno web estático, como ocurría hace 20 años, a una materia que, como el agua, se mueve, transforma y adapta a la ergonomía comunicativa actual, retratada en smartphones y una multitud de dispositivos digitales con acceso a Internet (iLB, 2020).

Pregunta N° 6. ¿Cuáles son los aspectos de la comunicación virtual considerados desventajosos para la interacción con los clientes?

Ver Tabla 2.

La información recolectada de los trabajadores entrevistados, señala que:

Con la comunicación virtual, se pierde el vínculo cara a cara, el 100% de los entrevistados está De Acuerdo.

Respecto al 100% de los trabajadores entrevistados afirman estar De Acuerdo que la comunicación virtual en la interacción social puede llegar a difundirse información falsa.

Tabla 2. Desventajas de la comunicación virtual

Desventajas	Categorías					
	De Acuerdo		En Desacuerdo		No Sabe	
Se pierde el vínculo cara a cara	20	100%	0	0%	0	0%
Puede llegar a difundirse información falsa	20	100%	0	0%	0	0%
Se puede suplantar la identidad	7	35%	9	45%	4	20%
El anonimato puede originar problemas	8	40%	0	0%	12	60%
Generar una sobreexposición	0	0%	5	25%	15	75%

Fuente: Elaboración propia (2022)

En la comunicación virtual, se puede suplantar la identidad, el 35% de los trabajadores entrevistados está De Acuerdo, 45% En Desacuerdo y un 20% No Sabe.

El anonimato puede originar problemas en la comunicación virtual, 40% De Acuerdo y 60% No Sabe.

El 25% de los entrevistados está En Desacuerdo con que la comunicación virtual genera una sobreexposición y 75% No Sabe.

De acuerdo a lo anterior se puede expresar, que la comunicación virtual en la interacción social, también tiene sus desventajas, y tanto en la entrevista como en la observación realizada, se pudo notar que no todos los trabajadores entrevistados tienen la pericia para comunicar de manera instantánea y en tiempo real la información que le solicitan. A los clientes les cuesta leer la información de los grupos y preguntan una y otra vez por los mismos servicios.

Colapsa el correo electrónico porque envían, varias personas, la misma información.

Tomando en cuenta lo anterior, Nead (2022) en su blog, señala que la comunicación virtual puede ser fuente de desinformación debido a la gran variabilidad en la calidad de los contenidos y puede causar ansiedad por la innumerable cantidad y diferentes consejos, testimonios y opiniones, y hasta cambiar las perspectivas de algunos temas. En adición a lo planteado por Nead, las organizaciones pueden caer en el error de permitir a los empleados usar las aplicaciones (para la comunicación virtual) de una manera totalmente abierta, sin normas; lo que pudiera generar un clima de creer estar haciendo lo correcto con algunos temas y en realidad, producir angustia y confusión; y hasta malestar en el entorno laboral.

Conclusiones

La investigación se basó en analizar el impacto de la comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores en su ambiente laboral, con la finalidad de conocer si la evolución que han tenido las comunicaciones han tenido relevancia, para bien o para mal, en la interacción de los trabajadores con sus clientes.

En este orden de ideas, algunos aspectos favorables sobre la evolución de la comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores dentro de su entorno laboral, se mencionan a continuación:

La comunicación virtual ha permitido que los trabajadores interactúen de manera más eficaz con sus clientes, de tal manera, que los primeros responden a sus inquietudes en tiempo real y la información llega a una cantidad mayor de personas (clientes) a la misma vez. Esto ayuda a crear una mejor imagen de los trabajadores, crece la confianza de sus clientes y puede incrementar la competitividad de su organización respecto a otras.

La comunicación virtual ha facilitado a los trabajadores hacer seguimiento de forma más rápida y precisa, ahorrando tiempo valioso con lo cual se evita el desperdicio de recursos y duplicidad de información.

Posibilidad de tener una visión global del avance de las actividades requeridas por los clientes, al recopilar más datos, se puede transmitir información sin esperar a que los clientes pregunten por ello.

Facilita, en gran medida, la toma de decisiones basándose en datos recopilados a través de los medios de comunicación virtual.

En lo que respecta a los aspectos que son contraproducentes sobre la evolución de la comunicación virtual en la interacción social de los trabajadores dentro de su entorno laboral, se describen en las siguientes líneas:

Al hacer un mal uso o inadecuado de los medios de comunicación virtual, el trabajador se expone, valga la redundancia, virtualmente a muchas personas que pueden ver una mala respuesta o comentario y hacerlo viral.

Los medios de comunicación virtual no tienen un horario definido, lo que trae como consecuencia, que el trabajador no se desconecte al 100% de ellas.

Todos aquellos instrumentos que son utilizados por los trabajadores para interactuar con otros a nivel laboral, como los teléfonos móviles y tabletas, son un elemento de distracción si no se usan de forma adecuada.

Puede ocurrir el caso, de trabajadores que se hagan pasar por otro; es decir, suplantación de identidad, para emitir informaciones falsas o desprestigiar a otro trabajador.

Toda la información que se transmite en estos medios de comunicación virtual por los trabajadores, se exponen a que sean de dominio público, porque la empresa no es dueña de la misma, sino un tercero y

extranjero que muchas veces no cumple su misma política de seguridad y privacidad en el uso de los datos personales.

Referencias

- Alonso, Jaime. (2003). Comunicación virtual. Elementos y dinámicas. Unión Editorial. Madrid, España. p. 117-125.
- Arias, Fidas. (2012). El proyecto de investigación. Sexta Edición. Caracas, Venezuela. Editorial Epísteme. p. 68-72.
- Bernete, Francisco. (2009). Usos de las TIC, Relaciones sociales y cambios en la socialización de las y los jóvenes. La Rioja, España. Revista Latinoamericana de Comunicación. Vol. 10, N° 88.
- Biblioteca de la Universidad de Alicante (BUA). (2018). Comunicación Virtual. Material Informativo.
- Bueno, Claudio. (2006). Estudios epidemiológicos e investigación. Primera edición. Sevilla, España. Editorial MAD. p. 17.
- Castells, Manuel. (2008). Sociedad Red. UOC Ediciones. Primera Edición. Barcelona, España.
- Coll, Francisco. (2020). Ambiente laboral. Disponible en: <https://economipedia.com>. Consultado: 17-11-2022.
- Comunicare. (2019). Comunicación virtual. Ventajas y desventajas. Disponible en: <https://www.comunicare.es/ventajas-y-desventajas-de-la-comunicacion-virtual/>. Consultado: 17-05-2022.
- Corral, Sara. (2002). Clima laboral. TEA Ediciones. Madrid, España.
- Etecé. (2021). Comunicación virtual. Disponible en: <https://concepto.de/comunicacion-virtual>. Consultado: 19-11-2022.
- Goffman, Erving. (1983). Interaction order. American Sociological Review. Washintong D.C., U.S.A. Vol. 48.
- Gómez, Leonor. (2013). Las emociones del internauta. Editorial Biblioteca Nueva. Madrid, España.
- Heinemann, Klaus. (2007). Introducción a la metodología de la investigación empírica. Segunda Edición. Barcelona, España. Editorial Paidotribo. p. 97.
- Hernández, Roberto; Fernández, Carlos; Baptista, Pilar. (2007). Metodología de la Investigación. Cuarta Edición. México D.F., México. Editorial McGraw-Hill. p. 65-137.
- Himmeman, Pekka. (2002). La ética del hacker y la era de la información. Revista bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales. Universidad de Barcelona. ISSN: 1138-9796. Depósito legal: B.21.742-98. Vol. VII, n° 390, 5 de agosto de 2002.

Hurtado, Jackeline. (2008). Metodología de la investigación holística. Cuarta Edición. Caracas, Venezuela. Ediciones Quirón-Sypal. p. 215-238.

Moises. (2019). ¿Qué es la comunicación virtual?. Disponible en: <https://www.faxvirtual.com/blog/comunicacion-virtual/>. Consultado: 17-05-2022.

Nead, Nate. (2022). 4 consejos simples para una comunicación virtual A+. Disponible en: www.entrepreneur.com. Consultado: 18-10-2022.

Rizo, Marta. (2004). Interacción y comunicación. Exploración teórica-conceptual del concepto de interacción. Monterrey, México. Disponible en: <https://www.redalyc.org/pdf/687/68710210.pdf>. Consultado: 02-03-2020.

Schutz, Alfred. (1974). Estudios sobre teoría social. Buenos Aires, Argentina.

Torres, Julián. (2014). La interacción; principal objetivo de la comunicación estratégica. Disponible en: www.gestiopolis.com. Consultado: 03-03-2020.