



## Cómo citar el artículo

Jaramillo Mejía, L.J. & Varela Pérez, N.A. (2015). Las TIC: plataforma de comunicación entre el mundo, la innovación y el trabajo. *Revista Reflexiones y saberes*, 3 (4) 17-26. Recuperado de <http://revistavirtual.ucn.edu.co/index.php/RevistaRyS/article/view/728/1255>

# Las TIC: plataforma de comunicación entre el mundo, la innovación y el trabajo

ICT: The Communication Platform among World, Innovation and Work

Leydy Jhuliana Jaramillo Mejía  
Magíster en Educación  
Docente virtual de la Fundación Universitaria Católica del Norte  
Yuliana793@hotmail.com  
ljjaramillom@ucn.edu.co

Nelson Alberto Varela Pérez  
Magíster en Educación  
Docente virtual de la Fundación Universitaria Católica del Norte  
navarelapmc@hotmail.com  
navarelap@ucn.edu.co

### Resumen

La comunicación siempre ha sido signo de progreso para la sociedad, al punto que puede transformar los hábitos de vida y las costumbres de una comunidad. La comunicación va presentando cambios y se va adaptando a las necesidades de cada generación, involucrando el uso de las TIC. Estas son mediadoras a la hora de comunicarnos y logran trascender a aspectos como el laboral. De esta manera nos permiten conocer el teletrabajo y algunos elementos a considerar frente a la innovación que nace a la hora de llevar a cabo la comunicación en un espacio laboral, sus implicaciones y consideraciones.

**Palabras clave:** Comunicación, Innovación, Teletrabajo, TIC.

### Abstract

Communication has always been a progress sign for society, to the point that can transform the life habits and the traditions of communities. The communication changes and adapts itself to the needs of each generation, involving the use of ICT (Information and Communication Technology). ICT acts as a mediating agent when we communicate ourselves and they go beyond work aspects. In this way ICT allow us to know teleworking and some elements to be considered regarding innovation when communicating at work, their implications and considerations.

### Keywords:

Communication, Innovation, Teleworking, ICT.

## Introducción

Expresar ideas, compartir sentimientos e información, hacen parte de un proceso comunicativo que se compone de diferentes elementos que dan respuesta a la intención de un mensaje, a partir de su función y trascendencia.

El acto comunicativo se ha visto transformado con el paso del tiempo, involucrando elementos como las TIC a la hora de compartir un mensaje. Se ha visto como estas acortan distancias y permiten accesibilidad cuando se trata de comunicarnos a través de sus diferentes herramientas, haciendo más dinámica la comunicación en tiempo real y actual para las personas que forman parte del proceso.

Han sido tales la transformación y significación que han brindado las TIC (teniendo presente, además, la innovación), que han logrado aportar a los estilos de vida, como es el caso del ámbito laboral, donde ya las personas pueden trabajar desde sus casas y sus propios espacios; y por ello, se han considerado la propuesta y ejecución del teletrabajo.

El teletrabajo, además de ser un gran reto para cada una de las empresas que lo implementan, se convierte en una propuesta de exigencia, autonomía y disciplina, facilitando canales de comunicación asertiva.

Por tanto, una organización con un adecuado clima laboral cree en la proactividad de sus teletrabajadores, los cuales incluso están en capacidad de implementar canales de comunicación más eficaces, porque el trabajo en equipo es el distintivo principal de esta modalidad laboral (superando el paradigma de lo presencial), hay menos conflictos humanos y más tiempo para la productividad que es, en últimas, lo que le interesa al factor empresarial.

## La comunicación más allá de hablar y escuchar; una habilidad transformadora de la realidad

Teniendo presentes los avances y las exigencias del mundo actual, la comunicación no deja de percibirse desde parámetros muy amplios, dentro de los cuales se logran presentar diversos puntos de vista, sin perder la esencia de su significado; un concepto que conserva al emisor como fuente del mensaje y al receptor como quien percibe el mensaje.

Sin embargo, el acto como tal es más complejo de lo que se piensa, puesto que a estos elementos clave y básicos, se va sumando una serie de circunstancias que ha permitido dar otra perspectiva más dinámica e innovadora al proceso comunicativo.

Lo curioso es que tradicionalmente se ha pensado, y dado por sentado, que, al estar en compañía de otra persona, existe un proceso de comunicación real y efectivo, situación que no hay que dar por hecho. Partamos de que la comunicación es un acto voluntario, mediado mínimamente por dos seres humanos, lo cual implica pensar que son dos mundos totalmente aislados y, si no tienen un interés común, no se genera un conocimiento oportuno; de esto se sigue que juegan un papel preponderante las circunstancias que los convoquen para estar compartiendo el mismo espacio y departiendo acerca de un tema específico y común.

Desde este contexto hemos querido decir que el ser humano es todo él comunicación, por esencia, no se encierra simplemente en las características de hablar y escuchar, capacidades o habilidades sin duda ineludibles en el acto de comunicarse, pero insuficientes frente a las posibilidades que ofrece la cultura actual, a partir de la misma transformación que se ha presentado y las condiciones generadas a la hora de comunicarse.

Ahora bien, al trasladar esta situación a un espacio social se hace todavía más complejo el hecho de comunicarse, ya que existen numerosos factores que cumplen un papel distractor en el proceso comunicativo; por ejemplo, las relaciones mediadas por un servicio, que son miradas en términos de eficiencia para el cliente, en tanto que son valoradas bajo la lupa de la solución de factores externos, es decir, son apreciadas en un sentido práctico de utilidad, donde el común prefiere de manera personal hacerse cargo de la situación porque incluso manifiesta, con aquella conocida frase de la sabiduría popular, "no hay como hacerse presente para que todo pueda marchar".

De esta manera piensan, generalmente, los amigos, familiares y vecinos más cercanos, o sea, es un hecho de la cotidianidad, porque nos encontramos sumidos en la era de la individualidad, de la independencia, de compartir espacios pero no hacer parte del lugar. Atrás queda el ideal de formar comunidad, de hablar un mismo lenguaje, de hacer parte de un sistema. Cada quien es un mundo aparte, por tanto, observamos que estar en un mismo lugar y compartir con otros seres humanos necesariamente no implica comunicación, raras veces lo que puede ocurrir es un cruce de información. Lo que indica para la sociedad, para el cúmulo de personas, la masa sin mensaje, una actitud de no

escucha, simplemente utilizar como canal de comunicación lo útil y práctico, sin detenerse a pensar qué identidad tiene quien le habla, quien le comunica desde el significado, porque marchamos en contra de las manecillas del reloj: más acción menos comunicación.

Juan Manuel Fernández (1999), desde una perspectiva Freiriana, presenta una visión reductiva de la comunicación, lo que nos muestra que:

La existencia, en tanto humana, no puede ser muda, silenciosa, ni tampoco nutrirse de falsas palabras, sino de palabras verdaderas con las cuales los hombres y mujeres transforman el mundo. Existir, humanamente, es "pronunciar el mundo", es transformarlo. El mundo pronunciado, a su vez, retorna problematizado a los sujetos pronunciantes, exigiendo de ellos un nuevo pronunciamiento (párr.24).

Desde esta visión, el lenguaje, la palabra dada, lleva una dinámica implícita de transformación de una realidad, más aún, del otro a quien se busca comprender no solo de manera personal y ocasional sino en relación con la sociedad que influye directamente en el individuo como lo hemos podido ver.

Habría que decir también que el mundo exterior, la sociedad de consumo, ha comprendido este valor de la comunicación y ha querido involucrarse por vía de la imagen, utilizando la publicidad a través de un escenario virtual, una plataforma de servicios sin fecha ni hora de cierre para llegar de manera no solo eficaz por naturaleza sino rápida e imperceptible, logrando así transformar el mundo para poner a los pies del consumidor cualquier necesidad bajo la filosofía de la comodidad y facilidad de acceso.

En este sentido, son muchos los elementos que median entre el emisor y el receptor y que no asumen un papel de pasividad, por el contrario, determinan el uso y el modo de comunicarse entre las distintas personas que, de manera directa o indirecta, se ven interpeladas por un nuevo tratamiento de la información a través de las TIC; y que cambian definitivamente su estilo de vida, de estar en el mundo, sin perder de vista el objetivo último: comunicar.

## **Las TIC, una fuerza transformadora intrínseca de la comunicación y del estilo de vida**

De manera análoga, frente a la frase "una imagen vale más que mil palabras", la comunicación ha sufrido una alteración notoria. Se le ha otorgado una gran vitalidad a la imagen y emana de ella una fuerza innovadora que por naturaleza tiene un código particular de darse a conocer por medio de las grandes empresas de publicidad que acuden más a lo gestual y visual, a crear comunicación de manera directa. Tal es el efecto que han permitido los nuevos canales de información digitales.

Con todo esto queremos indicar que la sociedad (Belloch, 2013) ha trasladado, cada vez de manera más común, su relación a entornos que no están sujetos a un medio necesariamente físico, lo que ha hecho que

la comunicación fluya por diferentes canales y, poco a poco, transforme el modo como el hombre se relaciona con su medio, sus costumbres y hábitos de vida, porque ha comprobado que le son útiles y cada vez son más necesarios hasta hacerlos parte de su diario vivir.

Por tanto, el desarrollo humano ha venido de la mano de la era de las comunicaciones y, poco a poco, actividades tan importantes como el teletrabajo empiezan a tomar fuerza, llegando a cambiar totalmente la perspectiva, incluso en la calidad de vida del ser humano, beneficiando especialmente a la familia, estructura fundamental de la sociedad, la cual ve con agrado esta transformación del entorno laboral en otras épocas impensable. La vida productiva de una persona, sencilla y llanamente, se puede desenvolver sin ninguna dificultad desde su hogar, siempre que esta cuente con los medios adecuados para desempeñar su labor. Esto se denomina teletrabajo.

El trabajador ya no acude a un entorno físico o empresa y tal situación cambia el rol del empleador que ha de buscar canales de comunicación naturales a la virtualidad para no perder contacto con su empleado y, especialmente, no caer en el error de estar muy pendiente de sus labores e interrumpir su productividad o, por el contrario, dejarlo en un aparente estado de aislamiento porque todo lo hace bien, según el cumplimiento de metas, dejando así, en un estado de soledad, al ser humano que necesita la seguridad de pertenecer a un lugar sin que ello signifique estar siempre presente.

Así que este nuevo fenómeno social, mediado por las TIC y la innovación, cambia circunstancialmente las nuevas posibilidades de relación con el otro. Se crean canales de comunicación que no necesariamente parten de compartir un mismo espacio y tiempo, pero en los que, sin embargo, siguen siendo vitales e imprescindibles las circunstancias que favorezcan tal encuentro.

## **El nuevo artesano de las telecomunicaciones más empoderado de su entorno laboral**

Definitivamente el mundo de las telecomunicaciones ha producido un cambio de paradigma en la sociedad contemporánea, al globalizar, a través de la era de la información, sin límites de espacio y tiempo, nuevas maneras de llegar al hombre. Lo anterior busca que este se identifique con nuevos códigos de lenguaje que favorecen el mercado de la oferta y la demanda, en otro tiempo confeccionado por el obrero artesanal y hoy escudado en la inmediatez de lo práctico y virtual, pero con un mismo fin: la acumulación.

Para reafirmar lo mencionado, miremos lo que dice, a propósito del papel del artesano en el mundo del trabajo, Tunal (2012):

... evidenciaba la concepción y ejecución del trabajo como un proceso integral, lo cual generalmente implicó que los hogares también fueran esferas productivas. Está claro que esto permitía a los artesanos tener mayor poder de negociación en cuanto a la fijación de precios de venta y de consumo con base a una estructura gremial primaria que sentaría las bases para un proceso de acumulación sin precedentes (p.36).

Por tanto, el nuevo artesano de hoy tiene unas connotaciones muy diferentes del hombre trabajador de la sociedad industrial, ya que trasladó sus escenarios de negociación no solo a nivel local, sino que ha convertido el mundo en una aldea gracias a la nueva acumulación del capital que se ve reflejada en la posibilidad de llegar a todo tipo de personas con bienes y servicios para todos los estratos.

De esta manera, llegamos a utilizar la nueva figura del teletrabajador que no olvida su condición esencial: servir a un sistema de comercialización e incremento del capital pero que, esta vez, cuenta con un modo de identidad muy particular para desempeñar su oficio, para ser productivo en su empresa. Al respecto dice Raúl Mayoral (2000):

El verdadero valor del teletrabajo consiste en la flexibilidad que imprime en la actividad laboral. Los beneficios derivados de un sistema flexible de organización en el empleo son evidentes para el teletrabajador, para la empresa y para el medio ambiente. El empleado a distancia verá aumentada su calidad de vida al elegir por sí mismo el entorno de trabajo y evitar el desplazamiento o, al menos, reducir el tiempo del mismo (párr.11).

Precisamente dentro de la posibilidad de mejorar la calidad de vida es vital superar los mitos con relación al asistir presencialmente y pensar que el teletrabajador se encuentra solo y no puede compartir con los amigos o compañeros de trabajo, porque hemos visto hasta el momento que la presencia física no necesariamente implica comunicación. Pues bien, en este entorno de lo laboral, esto de la comunicación sí que ha jugado un papel transformador, a tal punto que ha cambiado la vida del hombre artesanal.

Sin embargo, asistimos a una transición de una figura del trabajador apoyada desde lo antiguo en la regulación de tiempos, para pasar a una cultura de la confianza y de la autonomía de la persona. He aquí un dato vital en nuestra reflexión puesto que se valora en el ser humano su capacidad de comunicar, de ser proactivo en sus ideas, de ser responsable en cada una de sus funciones, de confiar información valiosa para un sistema organizacional empresarial; por tanto esta aparente individualidad permite dar el paso para recuperar la familiaridad, la toma libre de decisiones, sin necesidad de ser fiscalizado porque en definitiva se habla un mismo lenguaje, hay un clima de buena comunicación, en este caso organizacional.

Desde esta perspectiva, Adriana Molano (2013) aporta: "Lo más valioso de la comunicación es el potencial que tiene para generar lazos entre las personas, que en el entorno laboral derivan en valores como la credibilidad y el profesionalismo" (párr.6)

El teletrabajo precisamente apuesta por el sentido ético del ser humano, valora ampliamente la responsabilidad y la honestidad y, sobre todo, el sentido de pertenencia a la empresa. Estas actitudes son las que, poco a poco, generan credibilidad y vuelven el entorno de trabajo un lugar amigable, sano en relaciones humanas, porque se aprende a apreciar al otro aunque no esté físicamente, a darle un nombre, una



identidad, a identificar unas cualidades personales que optimizan la labor de grupo.

Muy al contrario de lo que se piensa, en el teletrabajo se siente la necesidad de dar un valor a la palabra del otro y se busca crear pequeños espacios de un sano compartir, de esparcimiento grupal, con el fin de alejarse del ambiente del hogar en que normalmente se encuentra el teletrabajador para estrechar las relaciones con el equipo de trabajo.

Entrelíneas hemos querido expresar que se crea, en el entorno virtual, un grupo humano de tal calidad que es imposible sentirse solo, porque alguien sabe lo que yo no sé y lo mejor de todo es que su capacidad de respuesta es casi inmediata. Se eliminan en la comunicación los trámites burocráticos y la información fluye por las vías de la colaboración, la optimización y la flexibilidad. Sencillamente porque cada quien sabe que se encuentra respaldado en su labor por personas asertivas, con visión de progreso y, sobre todo, con alta calidad humana, con una filosofía empresarial clara y precisa, todos trabajando hacia un mismo fin, con orden, método y autodisciplina.

### **Características importantes en la forma en que nos comunicamos hoy y que afectan directamente el mundo del teletrabajo**

Muchos que hacen parte de la generación de los 50 y 60 recuerdan que antes de comunicarse por internet, la vía más cómoda era el teléfono, que era uno solo y de uso común para un pequeño pueblo o aldea y, con un agravante adicional, la comunicación a distancia entre familiares era a veces remota y ocasional, debido al alto costo.

Pero hoy las circunstancias han cambiado totalmente. Cualquier persona puede adquirir a precios cómodos todo tipo de telefonía inalámbrica que hace posible la localización del otro de manera inmediata.

Con estas posibilidades se han generado distintos canales de comunicación que son un valor agregado de las empresas que se dedican al mundo de las telecomunicaciones. Es normal, hoy, escuchar la necesidad de planes de datos más amplios, disponibilidad de redes sociales, aplicaciones con soluciones inmediatas para un mundo rápido y más ágil en el procesamiento de información.

En este sentido Vicente Quero (2011) nos ilumina cuando dice:

No cabe duda que han sido las TIC las que han permitido que el teletrabajo como tal existiese. Ese factor necesario que se da de una forma bastante extensiva aportando más y más posibilidades a esta modalidad laboral. Además, los dispositivos para el trabajo y la comunicación han ido especializándose y haciéndose más potentes, más fáciles de usar y más económicos. En resumen, cada vez ha sido más fácil teletrabajar y por ello cada vez se teletrabaja más (p.10).

Cabe señalar en este punto de la reflexión que, sin perder de vista el valor de la comunicación como fuerza transformadora por excelencia de la sociedad, el trabajo a distancia no es ajeno a estas realidades

descritas y por eso el hombre de hoy necesita, con todas las bondades que le ofrece la sociedad de la información, un tratamiento especial y distintivo para poderse comunicar en el escenario de la virtualidad con buenos resultados, porque el teletrabajo es una opción que poco a poco termina imponiéndose como un nuevo estilo de trabajo.

Una primera característica es que la comunicación se da en tiempo real, inmediato y, según la necesidad, puede ser hablada o escrita. Acá lo valioso es ser cauteloso con la privacidad del compañero o jefe. Como en toda empresa, de antemano y cordialmente, ha de preguntarse si en el momento es posible ser atendido y esperar prudentemente una respuesta.

Otra gran ventaja para las empresas es el correo interno, es decir, el correo que se maneja dentro de la estructura virtual de cada empresa, que tiene la característica de no interrumpir las labores planeadas y, generalmente, por ser asincrónico, da lugar a obtener una respuesta con prontitud, según la naturaleza de dicho requerimiento.

No menos importante son las reuniones de trabajo, las cuales tranquilamente pueden ser agendadas y no es necesario asistir presencialmente con el fin de tomar decisiones vitales y trascendentes para la empresa. Ello asegura que todos utilizan el mismo canal de comunicación para generar confiabilidad y seguridad en el tratamiento de la información.

Los chat grupales son otro mecanismo acertado de comunicación porque se expone información de carácter relevante para los miembros del grupo y evita los rumores y comentarios de salón, ya que todos públicamente tienen la responsabilidad de emitir juicios y proponer soluciones para el equipo.

Todas ellas han de estar mediadas por la netiqueta, es decir, aquellas normas básica de comunicación a través de las TIC; porque el usuario, el trabajador, el cliente, el estudiante que está detrás del ordenador merece un respeto, tiene una vida personal y laboral que atender, de ahí que las normas o políticas que el área de comunicaciones de la empresa trace como ruta para ser atendido han de ser de vital y crucial importancia para para obtener éxito en las metas propuestas.

La sugerencia más pertinente en este caso, ya que puede ocurrir un cruce en los canales de comunicación y generar un colapso debido a la inmediatez de la virtualidad, es la distribución de roles en el equipo. Es de gran eficacia establecer una organización piramidal para definir responsabilidades, como en toda empresa, con los soportes necesarios para crear cadenas de soluciones y no simplemente traslado de responsabilidades.

En este contexto cobra importancia Quero (2011) al afirmar que

si pensamos en qué es necesario influir para poder controlar y ordenar los procesos de teletrabajo, tenemos que hacerlo a través de aquello que lo hace tan potente: la flexibilidad del tiempo, la versatilidad de los espacios y el uso de tecnologías. Es una gran suerte poder disponer de más tiempo para trabajar pero esto no se tiene que convertir en que



hay que trabajar todo el tiempo. Sencillamente la tendencia de un teletrabajo descontrolado lleva a lo segundo y de ahí los problemas surgen rápidamente” (p.16)

Es así como queremos indicar que la comunicación por naturaleza es flexible, dinámica, requiere de empatía y sobre todo se da en un clima de mutuo respeto por el otro. Desde esta perspectiva, si las TIC son los nuevos canales por donde fluye la comunicación que poco a poco abre nuevas tendencias de trabajo a distancia, no conviene ir contra corriente sino navegar con la misma fluidez estableciendo orden en los canales de comunicación para no trastocar los escenarios y dar un adecuado lugar al trabajo y a la vida en familia y sociedad.

## Conclusiones

Para concluir esta reflexión, podemos destacar la buena comunicación a través del teletrabajo, donde el trabajador no pierde su esencia si no que cambia su estilo de la presencialidad a la virtualidad, donde se incluyen elementos que parten de sus propias cualidades: orden y disciplina para atender a sus responsabilidades y la forma como su tiempo logra ajustarse a sus tareas profesiones, personales, familiares y sociales.

Es un medio que debe favorecer una comunicación asertiva (la cual está mediada por las TIC), haciendo uso de las diferentes herramientas virtuales donde el lenguaje pasa de lo oral a lo escrito, representado por códigos y símbolos que expresan sentimientos e ideas, para que de una forma u otra se logren seguir parámetros que, desde la netiqueta, favorezcan estos procesos comunicativos a través del mensaje enviado y permitan que este se comprenda significativamente.

Además que, para el teletrabajador, su ambiente de trabajo se maneja desde su propia cotidianidad, y la falta de desplazamientos optimiza tiempo y tareas; al igual que la comunicación se convierte en inmediata para, de esta manera, aportar a los objetivos desde la asignación de labores.

En última instancia el trabajo a distancia está marcando una nueva ruta de intercambio de ideas, porque la red permite que la información sea rápida y ágil. Esto hace que el teletrabajador esté en consonancia con las nuevas tendencias mundiales en su campo específico dentro de la organización empresarial y sea gestor de innovación en su ambiente laboral, ya que cuenta con gran disponibilidad de recursos digitales que potencian su trabajo colaborativo. Por tanto, hoy más que nunca, la comunicación tiene un aliado en las TIC.

## Referencias

Belloch Ortiz C (2013). Las tecnologías de la información y comunicación (T.I.C.) en el aprendizaje. Recuperado de <http://www.uv.es/bellohc/pdf/pwtic2.pdf>

- Fernández Moreno, J.M (1999). Comunicación educativa XIII. Razón Educativa. Recuperado de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n13/freirem13.html>
- Mayorcal, R. (2000). El teletrabajo. Recuperado de <http://www.nuevarevista.net/articulos/el-teletrabajo>
- Molano, A. (2013). ¿Cómo mantener una comunicación efectiva a través de las TIC? Recuperado de <http://www.colombiadigital.net/teletrabajo/item/5754-como-mantener-una-comunicacion-efectiva-a-traves-de-las-tic.html>
- Tunal, Santiago. (2012). Trabajo y Sociedad Sociología del trabajo – Estudios culturales – Narrativas sociológicas y literarias. Recuperado de <http://www.unse.edu.ar/trabajosociedad/19%20TUNAL%20SANTIAGO%20Teletrabajo.pdf>
- Vicente Quero (2011). Ideas, tendencias y nuevas formas de trabajo para la economía del conocimiento. Recuperado de <http://www3.uji.es/~soro/Teletrabajo.pdf>