



Recibido: 22/11/2021 Aceptado: 30/3/2022 Publicado: 23/11/2022

Revisión bibliográfica

El uso de la comunicación para tiempos de contingencias entre contextos físicos e inversos

The use of communication for times of contingencies between physical and reverse contexts

Carlos Ayacet Pernas-Inguanzo¹

E-mail: cpernas@uniss.edu.cu

 <https://orcid.org/0000-0002-7009-0879>

Ana Gloria Marrero Sosa²

E-mail: anagloria@uniss.edu.cu

 <https://orcid.org/0000-0002-0465-5309>

Kenialiss Solenzal Hernández²

E-mail: ksolenzal@uniss.edu.cu

 <https://orcid.org/0000-0002-0648-5905>

¹Centro Universitario Municipal de Jatibonico. Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”. Departamento de Humanidades. Cuba.

²Universidad de Sancti Spíritus “José Martí Pérez”. Sancti Spíritus, Cuba.

¿Cómo citar este artículo? (APA, Séptima edición)

Pernas Inguanzo C. A., Marrero Sosa, A. G. Solenzal Hernández, K. (2022). El uso de la comunicación para tiempos de contingencias entre contextos físicos e inversos. *Pedagogía y Sociedad*, 25 (65), 96-119. <https://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/article/view/1569>

RESUMEN

La presente revisión bibliográfica deviene un acercamiento al uso de la comunicación digital para contextos físicos e inversos en tiempos de contingencias debido a la imperante crisis sanitaria. A partir de lo anterior se plantean los

fundamentos conceptuales relacionados con los medios de comunicación, el spot público, la educación a distancia y el teletrabajo acaecidos por las tecnologías de la información y la comunicación y sus respectivas herramientas. Desde la perspectiva cualitativa, se aplica la técnica revisión documental y el instrumento análisis de contenido. El artículo tiene como objetivo demostrar el rol que ejerce el empleo de la comunicación digital para contextos físicos e inversos en tiempos de contingencia y se demuestra que las herramientas digitales acompañadas de la comunicación a distancia en tiempos inauditos, aceleraron su metamorfosis llevando hacia los domicilios un ambiente virtual de la información, para poder afrontar los desafíos de la actual crisis coyuntural que exige una permanente estancia física en casa.

Palabras clave: comunicación; comunicación digital; covid 19; pandemia; teletrabajo.

ABSTRACT

This bibliographic review outlines the use of digital communication for physical and reverse contexts in times of contingencies, due to the prevailing health crisis. Thus, conceptual basics related to the media, the public spot, distance education and teleworking occurred by the new information and communication technologies and their respective tools are presented. From a qualitative perspective, the document revision technique and the content analysis instrument are applied. This paper aims to demonstrate the role of using digital communication for physical and reverse contexts in times of contingencies. It shows that digital tools accompanied by remote communication in unprecedented times accelerated their metamorphosis, bringing a virtual information environment to homes, in order to face the challenges of the current crisis, which requires a permanent physical stay at home.

Keywords: communication; Covid-19; digital communication; distance education; physical and reverse contexts; pandemics; teleworking.

Introducción

Desde que el gigante asiático en 2019 reportara el primer caso de Covid, el orbe se enfrenta a una de las peores pandemias del siglo XXI, siendo su impacto

epidemiológico para muchos líderes mundiales como una guerra sanitaria y letal por ser un enemigo más de la humanidad; se irrumpía de manera traumática la vida en el planeta (Calvo, et al. 2020).

Comenzaba el virus a surtir efectos devastadores tanto para la salud física y mental, la economía, la educación como la forma de relacionarse, provocando a la vez fragmentación e incomunicabilidad física entre las personas.

El número de brotes en las personas infectadas no dejaron de aumentar, sobre todo, tras la aparición de una segunda oleada, la cual ocasionó el incremento de muertes. Se tomaron medidas preventivas por parte de las administraciones para la mitigación y control de la epidemia desde la suspensión de clases, el cierre de centros recreativos, el llamado al confinamiento de la población, el distanciamiento social, el uso de la mascarilla para cubrir la nariz y boca, el aseo permanente de las manos, las restricciones de movilidad y actividades públicas en lugares cerrados, lo que propició el mejor antídoto de prevención contra una enfermedad extremadamente contagiosa.

La aparición de este virus y su posterior diseminación por el planeta llegó a convertirse en la calamidad que hoy azota, aumentando enormes listas de decesos en el bregar de los días. Como toda crisis, horas de convivencia, costumbres, modos de relación y horarios de vida, se han transformado de modo súbito e inesperado.

El prolongado confinamiento aumenta el consumo de información y de entretenimiento en televisores, radios, web y redes; medios que han impactado, a fin de ser la herramienta capaz para alcanzar los objetivos de persuadir y lograr cambios de comportamientos en grupos que son focalizados mediante la transmisión de mensajes educativos.

En torno a lo anterior, el papel de estos medios durante la crisis sanitaria ha estado analizado por autores como: Rodero (2020), Casero-Ripollés (2020), Costa-Sánchez y López-García (2020) los que realizan un análisis de los hábitos de escucha, del consumo y de la percepción de los oyentes durante el confinamiento, concluyendo que se han modificado los hábitos de escucha y que

se ha incrementado el consumo de los medios de comunicación desde el inicio de esta situación sanitaria.

Las tic por su parte, impactan desde hace unas décadas en los ambientes docentes de los centros de altos estudios de Cuba y del mundo. Sin embargo en la actualidad como nunca antes, la sociedad cubana se ha visto exhortada a desarrollar en la enseñanza, planes de estudio que potencien el empleo de las tecnologías debido a la urgente necesidad de compulsar las competencias tecnológicas no solo en los educandos, sino también en los propios educadores. Asimismo en tiempos de crisis, las Tic han desplazado del trabajo al trabajador en lugar del trabajador al trabajo, pues estilos de trabajo arraigados, y la creación de las condiciones laborales idóneas para el desempeño del teletrabajo, permiten asegurar los niveles de eficiencia, eficacia y bienestar laboral, lo que beneficia el empleo de grupos sociales vulnerables a nivel micro social, y muestra el incremento de la productividad de las personas y su calidad de vida laboral.

En la presente investigación resultan relevantes los estudios sobre comunicación realizados por Pérez (2006), Andrade (2005), Pérez Gutiérrez (s.f) y Fernández Collado (2009) como se citó en Guzmán Paz (2012).

La propia investigación posee como objetivo demostrar el rol que ejerce el empleo de la comunicación digital para contextos físicos e inversos en tiempos de contingencia.

Desarrollo

De la exposición a los medios de difusión masiva, pantallas electrónicas y el spot de bien público

Durante los meses en que ha estado vigente la cuarentena a nivel nacional, los mensajes de orientación social mediante el spot de bien público, sobre cómo protegerse del coronavirus, se han extendido a todos los medios de comunicación masiva. Los contenidos de la radio y la televisión, han estado enfocados en la educación sanitaria y se han insertados de modo orgánico en la mayoría de los espacios de la parrilla audiovisual. En el caso del público infantil, la difusión de estos temas a través de la campaña nacional *Quédate en casa*, ha sido

estructurada no solo a partir de los programas radiales y televisivos destinados a ellos, sino también a partir de la participación de un público variado insertado en el mundo del arte proclamando las medidas de protección.

Según Mc Quail (2000), los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) constituyen formas institucionalizadas de trasmisión masiva de contenidos que han evolucionado junto a los adelantos tecnológicos, representan la realidad y pretenden influir en los criterios, hábitos y percepciones de las personas, a la vez forman sistemas de significados que proporcionan patrones de lo que es normal, donde se señalan desviaciones y se hacen comparaciones.

La televisión en cuestión, como soporte comunicativo, ha sido el medio que marcó el desarrollo de la publicidad, en tanto permite una estimulación sensorial más completa si se compara con los medios de comunicación. Dentro de los mensajes de bien público dirigidos a informar a la población cubana acerca de las conductas más recomendadas para hacer frente a la pandemia, sobresalen los programas pensados y diseñados para atender y orientar las diversas conductas de la población en general en este nuevo contexto. Estos mensajes conforman el spot del bien público el cual constituye ese género televisivo enfocado en la publicidad social, el cual se produce como parte de una campaña de comunicación que pretende transformar actitudes y percepciones que pueden perjudicar la sociedad.

Díaz-Guzmán (2009), refiere que el spot televisivo “es el padre de los instrumentos publicitarios, y por su inmediatez debe economizar recursos y utilizarlos con mayor inteligencia, para lograr el éxito y el impacto comunicativo en los televidentes” (p. 8). Es fruto de una labor investigativa multidisciplinar, pues necesita de diferentes enfoques científicos para poder vender el mensaje y dar un cúmulo de información en pocos segundos.

La tipología del spot televisivo puede ser muy variada, o sea tener carácter comercial, publicitario, promocionar contenido social, de bien público o propagandístico. En general, se define por su concepción misma, más que por su contenido o duración y sobre la base del esquema aristotélico de narración (introducción/desarrollo/desenlace) o de disímiles formas creativas, se presentan

problemáticas y soluciones en el mismo proceso de representación/interpretación/decodificación. La orientación del spot se basa en persuadir y sensibilizar desde un soporte axiológico (valores fundamentales que forman la estructura de la sociedad).

Su forma básica se define como un programa con tiempo de duración menor de 120 segundos que se emite en los intermedios de los programas, “aunque los formatos más comunes son de 15, 30, 45 y 60 segundos” (Andronowicz, 2015, p. 5). En Cuba, la duración habitual de un spot televisivo es de 20 segundos, aunque se usan de diez segundos para ofrecer mayor número de mensajes en un mismo tiempo.

El sociólogo Pierre Bourdieu plantea que “los mensajes televisivos tienen una especie de monopolio sobre la formación de los cerebros de una parte importante de la población” (como se citó en Pino, 2009). Por tanto “los mensajes se diseñan armónicamente a través de diversos soportes publicitarios que apoyan una temática central, no solo poseen la capacidad técnica de representar acontecimientos sociales sino también de hacerlos creíbles para los televidentes” (Bourdieu, como se citó en Cruz, 2019, p. 24).

Los autores Vallejo (2017), Baraybar et al. (2017), y González, et al. (2019) coinciden en que el aspecto emocional que impacta esta tipología de publicidad incide en las interacciones sociales, la atención, percepción y por tanto los hábitos de consumo y comportamiento. Se caracteriza además por desarrollar una sola idea, capitalizar los recursos visuales, no solo decir sino mostrar, contar la historia con metáforas visuales (Peña, 2010).

De lo anterior se anexa otra rutina para la pantalla electrónica, la que no solo invita al mensaje de bien público en los medios, sino también al consumo audiovisual acompañado de laptops, computadoras, teléfonos móviles y tablets de preferencia para comunicarse e informarse sobre la Covid; para este período invertido e inusual, el consumo de novelas, informativos, noticieros y dramatizados, también formaron parte del ocio.

El cartel digital

En situaciones de crisis sanitaria como la actual, el cartel digital se ha presentado con una mayor aceptación en las redes sociales, donde los creadores con su propio estilo y originalidad exponen sus mensajes visuales en diferentes plataformas transmitiendo confianza y seguridad. En este contexto, el Sistema Informativo de Salud Pública Global mantiene la información especializada en diversos medios y plataformas virtuales, auxiliados con carteles que expresan de forma diaria los comportamientos estadísticos y sociales de la Covid en todas las regiones.

De igual forma, el cartel digital junto a los medios oficiales de comunicación y su accionar en las redes sociales facilitan las estrategias de salud y la interacción social en cada territorio, de ahí su acreditación como herramienta creativa e informativa para multiplicar las acciones en casos de epidemias y pandemias, lo que contribuye a la cultura de percepción de riesgos de los ciudadanos.

El cartel según Lozano (2015) plantea que:

Es un medio de expresión plástica caracterizada por ser una imagen fija. Su razón de ser ha sido desde su nacimiento la difusión de un evento, la propaganda de un producto, la eficacia de un mensaje elocuente para inducir a un determinado comportamiento tanto de consumo placentero o al menos beneficioso, como de reacción. (p. 58)

Zapata y Carantón (2013) lo definen como:

La técnica de difusión de la información, que ha permitido llegar a gran cantidad de públicos, sin necesidad de invertir grandes recursos. Sus posibilidades comunicativas han dependido, en gran medida, de su calidad técnica, producto de los desarrollos en las distintas formas de impresión. (p. 67)

Por su naturaleza, es un medio de comunicación, donde se establece un proceso de interconexión de elementos simbólicos que facilitan diversas asociaciones de palabras o juegos de palabras, signos, colores, letras, figuras o fotografías.

Sin embargo, en el contexto de una contingencia, el cartel digital toma una expresión más directa, informativa, educativa y persuasiva, centrada en el objetivo y más alejado de lo artístico sin perder la estética, caracterizado por la sencillez y

la claridad de lo que se pretende transmitir, su contenido esencial radica en el mensaje que se proyecta, lo que se dice y cómo se dice o expresa la idea central. De tal modo consigue representarse en portada de revistas científicas; en conferencias, presentaciones en eventos y actos públicos desarrollados en las redes sociales; anuncios publicitarios en páginas comerciales; en la prensa escrita y la televisión entre otros tantos soportes.

Hacia un contexto, inverso y virtual: la educación a distancia desde el aprendizaje autodidacta

Al profundizar sobre la educación a distancia se señala que el éxito del aprendizaje se presenta a través de un complejo atributo de variables que implican al diseño instruccional, la calidad de las interacciones, la naturaleza de los roles de quienes participan y el dominio de las herramientas telemáticas entre otros (Alatorre y Arias, 2011). En esta forma de educación el profesorado se apoya en la tecnología como su principal recurso didáctico al mismo tiempo que la comunicación e interacción entre estudiantes y docentes también se sostiene con el uso de la tecnología digital (Martín-Cuadrado et al. 2020). Estos elementos son distintivos para abordar el proceso de educación a distancia en tiempos de Covid. Conexo a lo anterior, a partir del mes de marzo de 2020, la televisión cubana potenció, con más fuerza, su función educativa, más allá de su dimensión lúdica y de entretenimiento, transmitiendo las teleclases y los diversos mensajes comunicativos de orientación social enfocados en las medidas de protección frente a la Covid, los que hicieron de la pequeña pantalla una importante plataforma de socialización del conocimiento higiénico sanitario. Se proyecta así el actual contexto educativo cubano, singularizado por el distanciamiento físico impuesto, el cual requirió la toma de decisiones rápidas y viables para enfrentar la pandemia, continuar con niveles de eficiencia y eficacia el proceso docente-educativo y, dentro de él, llevar a cabo la terminación y continuidad de estudios.

Por ello la Ministra de Educación desarrolló una programación televisiva, de manera tal que metodólogo y tele profesores orientaran por niveles educativos, grados y asignaturas a los estudiantes los objetivos y contenidos a vencer por

cada etapa. En este empeño destacaron a Mi clase TV, una aplicación móvil desarrollada por la Dirección Tecnológica Educativa del Ministerio de educación la cual permitió la descarga de libros (libre de costos) y visualización online de las teleclases emitidas por la televisión cubana. Por su parte Cinesoft puso a disposición de los usuarios, de forma gratuita, su plataforma Repasador virtual, el que permitió atender las necesidades educativas desde la primera infancia hasta el bachillerato, a través de las diferentes categorías: estudiante, docente y familia. Así se presenta la educación a distancia la que trae aparejada ciertas complejidades propias no solo de la modalidad en la que se presenta, sino también de las condiciones de la comunidad educativa que la desarrolla y del contexto familiar en que se recibe. Ante este panorama es muy importante abordar uno de los elementos clave que permite resignificar los procesos de gestión, seguimiento, orientación y mejora educativa; o sea la interrelación socioeducativa. Desde otros niveles de enseñanza, las universidades en todo el mundo, se vieron potencialmente obligadas a recorrer de forma abrupta de la modalidad presencial a la virtual o educación a distancia. De hecho ya la educación venía desafiando una situación de incertidumbre obligando a replantear los diferentes escenarios de la dinámica pedagógica debido a la crisis de salud actual, en tanto el aprendizaje había evidenciado los grandes retos que tiene el mundo para continuar educando a sus jóvenes cuando se presentan tales emergencias, se destacan ante todo ese protagonismo modificado entre la clase y el rol del docente como mero transmisor de contenidos, dejando paso a otro ejemplar de metodologías en las que el estudiante se convierte en un agente activo de su propio proceso de aprendizaje. Este proceso acarreó muchos desafíos y barreras que han ido desde la disposición de los estudiantes, hasta el esfuerzo de los docentes en la preparación, monitoreo y seguimiento, lo que ha demandado mayor preparación y tiempo, ahora, el propio estudiante es responsable de su oportuno aprendizaje porque se debe involucrar y ser más consciente de lo que está haciendo. Para Herrera (2005) en su tesis doctoral sistematiza el surgimiento y la evolución de esta modalidad que se inicia con la educación por correspondencia, a mediados del siglo XIX y que se basó en materiales didácticos impresos

enviados a los estudiantes por correo postal y partiendo de su oportuno planteamiento: la educación a distancia, ha sido esa alternativa actual en las diversas modalidades del proceso de formación, en igualdad de oportunidades y acceso al estudio, mediada por las tecnologías del siglo en curso.

Investigaciones señalan además, que las principales metodologías docentes que se han ido introduciendo en la Educación Superior para la educación a distancia a partir del uso de la tecnología son el e-learning (enseñanza virtual), blended learning (educación presencial con la virtual), flipped classroom (aula invertida) y mobile learning (aprendizaje electrónico móvil) (Hinojo Lucena et al., 2019).

No obstante la era digital ha demostrado con el surgimiento de Internet y en particular de la World Wide Web (WWW) del pasado siglo, un salto cualitativo en el ámbito educativo, rompiendo con los esquemas tradicionales de la clase presencial, llevándola más allá del recinto físico, y convirtiendo la enseñanza y el aprendizaje en procesos dinámicos (Aguirre, 2018). La educación a distancia o educación e-learning, es el empleo de las redes telemáticas con propósitos educacionales.

Por ello Cabero et al. (2009) plantea que no existe unanimidad terminológica pues términos como "formación a través de la red", "teleformación", "tele enseñanza", "e-learning o aprendizaje electrónico", "web-based learning o aprendizaje basado en la WEB" o "formación en línea" hacen referencia a este tipo de enseñanza no presencial mediado a través de Internet asumiendo la definición de educación virtual de la IESALC/UNESCO (2008), que comienza a emplearse de manera cada vez más generalizada en la literatura especializada y, en particular, se aplica en referencia a la Universidad que emplea medios digitales de información y comunicación en la educación, bien sea esta presencial o a distancia.

Por su parte la investigadora Martínez Uribe (2017) agrega que, "en la educación a distancia, la mediación tecnológica es de suma importancia, puesto que hace posible la comunicación a través del uso multimedia, lo que permite compartir, no

solo conocimientos sino aprendizajes” (p. 9). El uso y acceso a las computadoras, Internet y las Tic en general permite potenciarlo aún más.

Chirandini, 2014, como se citó por Espinoza Freire, et al., 2021, enfatiza en que “e-learning contempla el uso de tecnologías informáticas y de Internet para ofrecer una amplia gama de soluciones que faciliten el aprendizaje y mejoren el rendimiento” (p. 228).

Sin lugar a dudas la modalidad de educación a distancia reestructura el proceso organizativo y redefine sus funciones desde el modelo pedagógico centrado en el estudiante, que enfatiza en los procesos de construcción de conocimiento, con las aportaciones del propio profesor, la interacción con grupos de estudiantes y el trabajo con fuentes de información en múltiples soportes. Se amplían las labores de tutoría mediante el uso de espacios virtuales lo que le permite al estudiante interactuar entre sí y comunicarse con los profesores mediante herramientas sincrónicas y asincrónicas. En general, se puede afirmar que la educación a distancia perfila su evolución hacia la educación virtual, debido a la cercanía de sus principios pedagógicos y a las ventajas de los últimos adelantos tecnológicos. De cara a todo este escenario, las herramientas tecnológicas, correctamente gestionadas por el docente, sirvieron de puente para reducir la brecha de la interacción y de la retroalimentación: estudiante-estudiante y docente-estudiante.

Aprendizaje digital en grupo. Todo desde WhatsApp

WhatsApp formó parte también del espacio en el que convergieron preocupaciones del ámbito social, tan latentes en períodos de dificultades como lo ha sido sin duda este largo aislamiento en los hogares; agilizó informaciones de tipo docente, referidas al propio proceso educativo en tiempos de crisis sanitaria y aislamiento social, externas al campus académico, incidiendo en los estudiantes, quienes junto a profesores se convirtieron en agentes de información relevante, verdadera, comprobable. Tuvieron lugar informaciones de carácter más ligero, casi siempre como escape de las tensiones generadas por la propia pandemia y por decisiones tomadas en la esfera pública nacional. De una y otra manera, esta transversalidad en la confluencia de informaciones cohesionó más los

intereses del grupo y ha cooperado a una mayor compenetración de sus integrantes.

En el 2020 WhatsApp alcanzó los 2 000 millones de usuarios en el mundo según el diario ecuatoriano El Comercio, la misma aplicación es bastante empleada en Cuba, pese a que las cifras de usuarios nacionales no aparecen reflejadas en los medios oficiales. Autores como García (2014), Sanz (2014) y Mosquera (2016) como se citó por Calzadilla et al. (2020) la recomiendan para diversos usos educativos, como: integrar grupos numéricamente diferentes, crear conversaciones sobre temas y contenidos específicos, dejar orientaciones grabadas y breves explicaciones, enviar mensajes, recordatorios, fotos, documentos, y animar a los alumnos a hablar entre ellos y con los profesores, por solo citar algunas variantes creativas.

Se conoce que WhatsApp es una aplicación imprescindible en los teléfonos inteligentes (Smartphone), y que es muy común ver a personas de todas las edades utilizando este aplicativo en todo instante de su vida cotidiana, en el transporte público, en el metropolitano, en el trabajo, en el domicilio y en la calle caminando. Sin embargo, este aplicativo también puede utilizarse en el ámbito educativo, utilizando para esto los grupos de discusión y el envío de audios y videos.

WhatsApp es una aplicación gratuita y ofrece servicios de mensajería y llamadas de una forma simple, segura y confiable, está disponible en los teléfonos del mundo de diversos sistemas operativos como iPhone, Android, Windows phone, Nokia y Mac/PC. Actualmente son más de mil millones de personas en más de 180 países que usan WhatsApp. El nombre del aplicativo es un juego de palabras de la frase What's Up en el idioma inglés que significa ¿Qué hay de nuevo?

El aplicativo WhatsApp tiene muchas funciones que pueden ser usadas en el ámbito educativo. Sanz (2014) menciona algunas que se describen a continuación:

- ✓ Factor motivacional / participativo. Sería motivador y sorprendente.

- ✓ Facilitador del pensamiento crítico. Aprovechar el m-learning, generar aprendizaje en cualquier momento y lugar.
- ✓ Potenciar la construcción activa y colectiva del conocimiento. Compartir material de clase, creación de grupos de trabajo.
- ✓ Desarrollar la expresión y comunicación escrita. Argumentación y de síntesis.
- ✓ Fomentar la creatividad.

Suárez (2018), tomando como base trabajos previos de Bottentuit (2016), agrupa las ventajas y desventajas en técnicas educativas, que se presentan a continuación (como se citó por Quispe, 2020, p. 21-22).

Ventajas Educativas y/o Académicas del WhatsApp

- ✓ El factor social crea comunidad y da sentido de pertenencia al grupo.
- ✓ Cohesiona al grupo.
- ✓ Permite compartir aspectos culturales.
- ✓ Favorece la cooperación entre estudiantes.
- ✓ Mejora la relación entre profesor y alumno.
- ✓ Se establece una relación más personalizada con el profesor, por tanto, personaliza el aprendizaje.
- ✓ Motivación del alumnado para aprender, a mantener una actitud positiva hacia el uso educativo.
- ✓ Promueve la participación, incluso del alumnado más retraído o tímido.
- ✓ Amplía las posibilidades creativas para los estudiantes.
- ✓ Promueve la lectura de textos científicos.
- ✓ Accesibilidad a materiales formativos en varios formatos.
- ✓ Posibilita dejar mini clases grabadas oralmente.

Desventajas Educativas y/o Académicas del WhatsApp.

- ✓ Su uso en momentos inapropiados distrae del aprendizaje.
- ✓ La repetición de mensajes o comentarios inapropiados o inútiles suponen una distracción.
- ✓ No todas las personas lo usan de modo prudente y controlado.

- ✓ Responder tantos mensajes puede resultar estresante.
- ✓ La falta de comunicación directa puede llevar a malentendidos o a una mala interpretación de los mensajes.
- ✓ Algunos alumnos les resulta difícil conciliar la consulta del WhatsApp con su tiempo de ocio o vida particular.

Actividad profesional desde casa

El acelerado desarrollo de las tecnologías de la informática y las comunicaciones impulsaron cambios en las relaciones laborales, dando lugar a la aparición de nuevas formas de organización del trabajo como el teletrabajo. Si bien los términos teletrabajo y trabajo a distancia son utilizados como sinónimos por numerosos autores, el primero suele ser dependiente del uso de las tecnologías informáticas y de las comunicaciones (Tic). Se trata de una modalidad de trabajo en la cual la comunicación entre el trabajador y su organización se realiza, fundamentalmente, a través de las Tic: teléfonos móviles, redes sociales, correo electrónico y, en el caso de contar con una mejor infraestructura, video conferencias u otros. Para esta modalidad hay que tener en cuenta los encuentros cara a cara entre colaboradores y con sus directivos, para la creación de relaciones de confianza, de cohesión y sentido de pertenencia que favorezcan la instauración de una cultura desde el teletrabajo.

“El teletrabajo es una forma flexible de organización del trabajo que consiste en el desempeño de la actividad profesional sin la presencia física del trabajador en la organización laboral, durante una parte importante de su horario laboral” (Labacena, 2019, p. 4). Podría considerarse además como la relación comunicación-empresa o entidad trayendo consigo la permanencia en casa de un gran número de trabajadores cubanos mediante el cumplimiento de las medidas orientadas para prevenir el contagio de alguna enfermedad y, a la vez, continuar contribuyendo con su aporte laboral a la economía del país.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) (como se citó en Bustos, 2018) lo define como: “[...] trabajo a distancia (incluido el trabajo a domicilio) efectuado con auxilio de medios de telecomunicación y/o de una computadora” (p. 345). De tal manera, se determina como una base fundamental

para el desplazamiento laboral hacia lo tecnológico. Muchas personas realizan su trabajo desde varios lugares, como domicilios, estaciones de trabajo y otros centros, ya que, a través de la virtualidad, se pueden realizar las diferentes actividades que demandan las organizaciones.

Por esta razón, la OIT ha reconocido esta modalidad y sus respectivos derechos como una forma de organización de trabajo realizada principalmente a distancia, que utiliza las diferentes herramientas informáticas como un mecanismo de administración y control por parte de los empleadores, y el fiel cumplimiento de los trabajadores. Al efecto hay que remontarse a los diversos acuerdos emitidos por la OIT en relación con el teletrabajo: MDT 2016 0190 y el MDT 2017 0090 (Ministerio de Trabajo, 2017), que dan paso a la relación de trabajo teledirigido o virtual y a su plena aplicación a nivel mundial.

En las actuales condiciones de pandemia por el Covid, en la cual se convoca a la población a permanecer en sus casas, alrededor de 600 mil trabajadores cubanos han optado por la modalidad del teletrabajo (Alonso, 2020). Esta es una forma de trabajo a distancia muy recurrida en estos tiempos de aislamiento social, pues permite cumplir con las medidas orientadas para prevenir el contagio con la Covid y, a la vez, continuar contribuyendo con el aporte laboral al país.

Beneficios para los teletrabajadores

- ✓ Elimina el consumo de tiempo del desplazamiento casa-trabajo y el malestar que puede generar la dependencia del transporte urbano. (NTP, 412)
- ✓ Posibilita una planificación del trabajo autónoma, en función del cumplimiento de las exigencias laborales y los resultados del trabajo planificados.
- ✓ El trabajador continúa devengando su salario por su contribución a la misión de la organización. De no contar con la opción de teletrabajo o el trabajo a distancia, buena parte de estos trabajadores pudieran quedar interrumpidos, afectando su situación económica y familiar.
- ✓ Permite atender demandas domésticas, familiares; sobre todo en estos tiempos en que todos deben permanecer en la casa.

Beneficios para la organización (Buitrago, 2020 p. 2)

- ✓ Permite reducir la afluencia de trabajadores en el espacio físico de la institución y con ello aplicar de mejor forma las medidas higiénico-sanitarias orientadas por las autoridades.
- ✓ Disminuyen los gastos de transportación, alimentación y consumo eléctrico en un momento en que el país necesita economizar en todos los frentes. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el desplazamiento del consumo al espacio doméstico requiere de extremar las medidas de ahorro en los hogares.
- ✓ Propicia la flexibilidad de horarios, la reducción del ausentismo y la baja rotación de personal.
- ✓ Los reportes de investigaciones relacionadas con el teletrabajo muestran el incremento de la productividad y de la calidad de vida de los trabajadores (Abril, L. P., Abril, M. C. y Abril, S.C.), pero también estimula la independencia, la creatividad, la responsabilidad y el autocontrol de los mismos (NTP 412).
- ✓ Contribuye a reducir el conflicto entre la vida laboral y la vida familiar/social si se sigue una planificación adecuada (Burlo, 2018).

El teletrabajo implica una forma diferente de organización, evaluación y control del trabajo, basada en la no presencialidad. Los directivos deben definir de forma clara para los teletrabajadores cuáles son los resultados de trabajo que se esperan de él y los plazos de tiempos establecidos. Esto significa que las horas de trabajo ya no son un indicador de evaluación del trabajo, sino la calidad. De esta forma, el teletrabajador podrá auto-organizarse y autorregular su ritmo de trabajo, considerando sus competencias, para poder cumplir con las expectativas laborales, al mismo tiempo que responde a sus responsabilidades domésticas/familiares.

Informes del Ministerio de Comunicaciones de noviembre de 2020 (Cubadebate, 2020), revelan que siete millones de cubanos accedían entonces a Internet por diferentes vías, de ellos 4.2 %, a través de datos móviles, con un incremento proporcional que trabajan con tecnología de cuarta

generación de telefonía celular (4G LTE). Se han ido extendiendo las capacidades en la infraestructura y seguridad de los sistemas de telecomunicaciones relacionados directamente con las plataformas de pago en línea Transfermóvil y Enzona. Para finales del 2020, por Transfermóvil se realizaban más de 10 millones de operaciones y más de dos gestiones de pagos o transferencias por segundo todos los meses. Si bien el país venía apostando seriamente por la mejora de las infraestructuras de comunicaciones y la provisión de nuevos servicios digitales, con la pandemia todos estos programas y proyectos tuvieron que acelerarse, porque la demanda se incrementó significativamente.

Teniendo el respaldo legal de la Ley 116/2013 del Código del Trabajo de la República de Cuba no se necesitan autorizaciones adicionales para optar por el teletrabajo en las organizaciones cubanas, es una facultad de las administraciones en cada entidad laboral. Corresponde a los directivos determinar, según las características de las labores a realizar, cuáles necesitan ejecutarse en la propia organización y cuáles pueden realizarse fuera de ella; depende de las condiciones de aseguramiento que se hayan garantizado al trabajador o las que este tenga, que le permitan realizarlo a distancia.

Hacia la otra parte de la geografía

Hacia la otra parte de la geografía, el teletrabajo incrementó de manera súbita la necesidad de que las empresas emprendieran urgentemente transformaciones digitales en todo el mundo convirtiéndose en un desencadenante para que las empresas adopten la innovación abierta más fácilmente, ya que ahora hay más partes que están conectadas con el uso de tecnologías digitales, que pueden contribuir a los modelos comerciales de las empresas (Priyono, et al. 2020). Se ha demostrado que las personas perciben que su experiencia con la pandemia las ha hecho más propensas a trabajar exclusivamente de forma digital, especialmente aquellas que perciben que la pandemia ha provocado cambios rápidos. Además, ha aumentado la importancia del trabajo digital como fuente segura de ingresos (Nagel, 2020).

En el diario *Forbes Digital* en el último año, señala que la modalidad *home office* se había convertido en una forma de trabajo permanente para el 67 % de la fuerza laboral en el mundo, el 39% de las empresas que se conocen por esta modalidad continuarán así, la mayor parte del tiempo. Las nuevas herramientas que permiten realizar el trabajo desde la distancia han despertado un interés particular en las organizaciones. Un estudio muestra que el 64% de las estas organizaciones encuestadas han proporcionado a sus empleados tecnologías para el trabajo remoto y un 30% tiene la intención de hacerlo en los próximos seis meses, dentro de estas tecnologías se incluyen los procesos con documentos digitales utilizados por el 47% de las empresas en la actualidad. La organización internacional del trabajo demostró que el aumento más significativo del *home office* tuvo lugar en los países más afectados por el virus y en los que esta modalidad estaba bien desarrollada antes de la pandemia. Las organizaciones con mayor madurez digital utilizan de manera exclusiva procesos digitales, y los departamentos con el mayor uso de esta herramienta son: ventas, con el 65% y marketing, con el 57 %, en comparación con recursos humanos que la usan en menor medida.

Conclusiones

El estudio realizado permitió determinar que la comunicación en situaciones de calamidad o pandemia toma en cuenta que el ambiente social está dominado por una sensación de vulnerabilidad, producto de la incertidumbre provocada por circunstancias que desequilibran y ponen en peligro la vida cotidiana.

El cambio radical, de una enseñanza presencial a una enseñanza online, genera numerosas interrogantes para la investigación educativa, por los cuantiosos efectos que ha tenido y que todavía hoy se desconocen. Sin esperarlo, en un tiempo perentorio, la educación, especialmente la universitaria, cambia definitivamente hacia la virtualización demostrando múltiples ventajas.

La pandemia ha sido un fenómeno claramente transformador, en tanto que ha generado y obligado a depender de las tecnologías en la educación, además de muchos otros sectores. Si antes, estas tecnologías de la cuarta revolución se entendían como herramientas básicamente de apoyo para la enseñanza y el

aprendizaje, la Covid ahora las ha puesto en primer plano, convirtiéndolas en el medio esencial e insustituible para la enseñanza.

Los medios de difusión masiva contribuyen al rol esencial en la de medidas higiénico-sanitarias imprescindibles, convirtiéndose en una plataforma efectiva para la comunicación, enfocada hacia grupos de todas las edades, a través de los mensajes de bien público en cada espacio televisivo, redes sociales y soportes comunicativos.

Referencias bibliográficas

- Abril, L.P., Abril, M.C. y Abril, S.C. (2020). Seguridad y salud en el trabajo en teletrabajo autónomo en Colombia. *Signos: Investigación en Sistemas de Gestión*. 12(1).
<https://revistas.usantotomas.edu.co/index.php/signos/article/view/5422/pdf>
- Aguirre, P. (2018). Las TIC en la gestión del proceso de enseñanza-aprendizaje en el área Comunicación Organizacional: licenciatura en Ciencias de la Comunicación. *RIDE*, 8(16). 64-78. <http://DOI:10.23913/ride.v8i16.368>
- Alatorre, E. P; Arias, J. L. (2011). Presencia social en foros de discusión. *Apertura*, 3(2), 1-21 <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68822737004>
- Alonso, FR. Cubadebate: Garantías laborales y apuntes sobre la transportación en tiempos de Covid. 2020 [Internet].
<http://www.cubadebate.cu/noticias/2020/05/11/garantias-laborales-y-apuntes-sobre-la-transportacion-en-tiempos-de-covid-19-video/>
- Andronowicz, N. (2015). *El spot publicitario de cinco segundos. Publicidad eficaz para nuevas redes sociales y video on-demand*. Palermo, Argentina: Universidad de Palermo.
- Baraybar, A., Baños, M., Barquero, O., Goya, R. y Morena, A. de la (2017). Evaluación de las respuestas emocionales a la publicidad televisiva desde el Neuromarketing. *Comunicar*, 25(52), 19-28. <http://dx.doi.org/10.3916/C52-2017-02>

- Buitrago, D. M. (2020). Teletrabajo una nueva oportunidad en tiempos de crisis. *Revista CES Derecho*, 11(1), 1-2. <https://revistas.ces.edu.co/index.php/derecho/article/view/5620>
- Burlo, M. A. (2018). *Recotalent*. <https://recotalent.com/teletrabajo-web-con-ofertas/>.
- Bustos, N. (2018). Análisis de instrumentos de prevención en riesgo psicosocial laboral en Chile y Perú [Doctoral dissertation]. Ecuador: Universidad "Andrés Bello".
- Cabero, J., López, E. y Llorente, M. C. (2009) Actitudes, satisfacción, rendimiento académico y comunicación online en procesos de formación universitaria en blended learning. *Education in the Knowledge Society (EKS)*, 10(1), 172-189. <https://revistas.usal.es/index.php/eks/article/view/15727>
- Calvo, C., López, M., De Carlos, J., Martínez, J., & Vázquez, J. (2020). Recomendaciones sobre el manejo clínico de la infección por el «nuevo coronavirus» SARS-CoV2. Grupo de trabajo de la Asociación Española de Pediatría (AEP). *Anales de pediatría*, 29(4), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.anpedi.2020.02.001>
- Calzadilla Rodríguez, I., Ricardo Luis, R. (2020). Tutoría de tesis de pregrado desde Whatsapp, asunción necesaria que deja Covid-19. *ALCANCE Revista Cubana de Información y Comunicación*, 9 (24), 107-127. <http://scielo.sld.cu › 2411-9970-ralc-9-24-107>
- Casero Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, 29(2), <https://doi.org/10.3145/epi.2020.mar.23>
- Cruz, R. (2019). El Programa de Atención Integral al Adulto Mayor en los spots de bien público de Perlavisión. Trabajo de Diploma. Departamento de Sociología. Universidad de Las Villas Marta Abreu.
- Costa-Sánchez, C.; López-García, X. (2020). Comunicación y crisis del coronavirus en España. Primeras lecciones". *El profesional de la información*, 29(3), <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.04>

- Cubadebate. (2020). Internet en Cuba: Planes para 2021 y desafíos con la COVID-19. Obtenido de Cubadebate: contra el terrorismo mediático: <http://www.cubadebate.cu/especiales/2020/11/23/internet-en-cuba-planes-para-2021-y-desafios-con-la-covid-19/>
- Diario El Comercio, (2020). WhatsApp dice tener 2 000 millones de usuarios en el mundo. Edición digital del 12 de febrero. <https://www.elcomercio.com/tendencias/whatsapp-usuarios-activos-mundo-criptacion.html>
- Diario Forbes Digital. (2021). El teletrabajo. <https://www.forbesargentina.com/negocios/el-39-empresas-dice-sus-empleados-seguiran-teletrabajando-mayor-parte-tiempo-n7377>
- Díaz-Guzmán, K. (2009). Fundamentos de publicidad para comunicadores sociales. Colombia: Cruet & Asociados.
- Espinoza Freire, E.E., Granda-Ayabaca, D. M., Villacres Arias, G.E. (2021). Educación a distancia en tiempos de Covid en la carrera de Enseñanza Básica de la Universidad Técnica de Machala. *Transformación*, 17(2), 224-245. <https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/transformacion/article/view/e3712>
- González, C. Vásquez, P. y Farrán, E. (2019). Effective communication models in advertising campaigns. A strategic analysis in the search for effectiveness. *Communication & Society*, 32(4), 109-124. <https://revistas.unav.edu/index.php/communication-and-society/article/view/36739>
- Guzmán Paz, V. (2012). Comunicación organizacional. México. Red tercer milenio S.C. https://www.academia.edu/download/49550498/Guzman_2012._Comunicacion_organizacional.pdf
- Herrera, E. (2005) Concepción teórico-metodológica desarrolladora del diseño didáctico de cursos para la superación a distancia de profesores en ambientes virtuales de enseñanza aprendizaje. Tesis en opción del grado científico de Doctor en Ciencias Pedagógicas. Instituto Superior Pedagógica Enrique José Varona.

- Hinojo Lucena, F. J., Aznar Díaz, I., Romero Rodríguez, J. M., y Marín Marín, J. A. (2019). Influencia del aula invertida en el rendimiento académico. Una revisión sistemática. *Campus Virtuales*, 8(1), 9-18.
<http://uajournals.com/ojs/index.php/campusvirtuales/article/view/384/300>
- IESALC/UNESCO (2008). La Educación Superior en América Latina y El Caribe: diez años después de la Conferencia Mundial de 1998.
<http://unescoeducacionsuperior.uprrp.edu › uploads>
- Labacena Y. (2019). La opción del teletrabajo en Cuba debe ser perdurable. *Juventud Rebelde*. 2019 septiembre.
- Ley N° 116/2013. Código del Trabajo de la República de Cuba. Gaceta Oficial N° 29 Extraordinario. 2014 junio.
- López-García, G.; Valera-Ordaz, L. (2013). La información sobre la Monarquía española en los nuevos medios digitales: Eldiario.es y Vozpopuli.com. *Ad Comunica*, (6), 65-81.
<http://www.adcomunicarevista.com/ojs/index.php/adcomunica/article/view/129>
- Lozano, B., M. M. (2015). El cartel publicitario, instrumento de creatividad artística (algunos trazos entre la Belle époque y los años 60 del siglo XX). *Revista Artigrama*, 30, 57-78.
<https://www.unizar.es/artigrama/pdf/30/2monografico/03.pdf>
- Martín-Cuadrado, A. M., González-Fernández, R., Méndez Zaballos, L., Malik Liévano, B. (2020). Competencias tutoriales de los/as responsables de prácticas profesionales en contextos de enseñanza a distancia. *Revista Prisma Social*, 28, 176-200.
http://cel.webofknowledge.com/InboundService.do?app=wos&product=CEL&F unc=Frame&SrcApp=PARTNER_APP&SrcAuth=IIRKCEL&locale=en-US&SID=7EcxsCtlRVUEXbAzCs7&customersID=IIRKCEL&smartRedirect=yes &mode=FullRecord&IsProductCode=Yes&Init=Yes&action=retrieve&UT=WOS %3A000510752100010
- Martínez Uribe, C.H. (2017). La educación a distancia: sus características y necesidad en la educación actual. *Educación XVII*, (33), pp. 7-27 / ISSN 1019-9403

- Mc Quail, D. (2000). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona: Paidós
- Ministerio del Trabajo, MDT. (26 de junio de 2017). Acuerdo MDT-2017-0090-A. Expedir las normas que regulan el teletrabajo en el sector público. Registro Oficial No. 22. <http://www.trabajo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/11/AM-MDT-2017-0090-A-1.pdf>
- Mosquera, I. (2016). Creación de comunidad y comunicación mediante el uso del WhatsApp en la elaboración on-line de trabajos fin de Máster de Formación del Profesorado. *Didáctica, innovación y multimedia (DIM)*, 33, 1-8. <https://www.raco.cat/index.php/DIM/article/view/306814>.
- Nagel, L. (2020). The influence of the Covidpandemic on the digital transformation of work. *International Journal of Sociology and Social Policy*. 40 (9/10), 861-875. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/IJSSP-07-2020-0323/full/html>
- NTP 412: Teletrabajo: criterios para su implantación. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el Trabajo, Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. España.
- Peña, P. (2010). El spot electoral: la retórica del audiovisual. <http://ae-ic.org/malaga2010/upload/ok/245.pdf>
- Pino, A. J. (2009) La guerra no declarada contra los géneros: Sus enfoques en el mensaje televisivo. Trabajo de Diploma. Univ. Central de las Villas.
- Priyono, A., Moin, A., & Putri, V. N. (2020). Identifying Digital Transformation Paths in the Business Model of SMEs during the Covid Pandemic. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 6(4), 104. <https://doi.org/10.3390/joitmc6040104>
- Quispe, J.L. (2020). Uso del Whatsapp y su influencia en el aprendizaje colaborativo en los estudiantes de la especialidad de gastronomía del CETPRO TARMA 2019. Tesis para optar el grado académico de maestro en educación con mención en informática y tecnología educativa. Instituto para la calidad de la educación sección de posgrado. Lima – Perú 2020.

Rodero, E. (2020). "Radio: the medium that best copes in crises. Listening habits, consumption, and perception of radio listeners during the lockdown by the Covid-19". *El profesional de la información*, 29(3), <https://doi.org/10.3145/epi.2020.may.06>

Sanz, J.J. (2014). WhatsApp: potencialidad educativa versus dependencia y adicción. *Revista didáctica, innovación y multimedia (DIM)*, 30, 1-8. <http://dimglobal.net/revistaDIM30/revista30bisOCwhatsapp.htm>.

Vallejo, G. (2017). La publicidad emocional como estrategia de mercadotecnia: oportunidad para las compañías. Quid. *Investigación, Ciencia y Tecnología*, 29, 13-21. <https://vlex.com.co/vid/publicidad-emocional-estrategia-mercadotecnia-716771721>

Zapata G., J. E. y Carantón S., I. J. (2013). El arte en el cartel publicitario. Estudio iconológico e iconográfico del Cartel en Colombia desde 2000 hasta 2010. *Revista Ciencias Sociales y Educación*, 2(3), 65-84. https://revistas.udem.edu.co/index.php/Ciencias_Sociales/article/view/803

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Pedagogía y Sociedad publica sus artículos bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](#)



© Carlos Ayacet Pernas-Inguanzo, Ana Gloria Marrero Sosa, Kenialiss Solenzal Hernández



<https://revistas.uniss.edu.cu/index.php/pedagogia-y-sociedad/>:
pedagogiasociedad@uniss.edu.cu