

Los efectos de la comunicación virtual

Análisis escrito por [Dr. Joseph Mercola](#)

✓ Datos comprobados

HISTORIA EN BREVE

- › Es posible que la comunicación a través de pantallas no produzca los mismos resultados que la antigua comunicación en persona
- › Las personas que se comunican de forma virtual generaron menos ideas en comparación con las que se vieron en persona, tal vez debido a un enfoque visual menor
- › La fatiga de las reuniones virtuales se ha calificado como un "perjuicio para el bienestar y la productividad de los trabajadores"
- › Los indicadores de la fatiga de la reunión virtual incluyeron una sensación de estar atrapado de manera física, ansiedad del espejo, intervalo entre videoconferencias y el tiempo de duración de las videoconferencias
- › Por cada hora que se comunique de manera virtual, asegúrese de compensarla con una comunicación en persona, mucha actividad física y movimiento diario, de preferencia en un entorno al aire libre

La pandemia del COVID-19 aceleró una tendencia que se dirige hacia la comunicación digital. Debido a que millones de empleados se vieron obligados a trabajar desde casa, el uso de la empresa de videoconferencias llamada Zoom, se multiplicó por 30 en abril de 2020 y tuvo más de 300 millones de participantes diarios en reuniones virtuales.¹

Sin embargo, los espacios de trabajo virtuales fueron populares incluso cuando se retiraron los mandatos de la pandemia. De 2020 a 2021, Zoom experimentó un

crecimiento de ingresos interanual del 355 %, 367 % y 369 % en el segundo, tercer y cuarto trimestre.²

"El trabajo ya no es un lugar. Es un espacio donde Zoom empodera a sus equipos para que se conecten y den vida a sus mejores ideas", dijo Eric S. Yuan, fundador y director ejecutivo de Zoom, para un comunicado. Pero ahora resulta que tal vez las mejores ideas no puedan suceder de manera correcta, ya que la creciente dependencia de la comunicación virtual puede tener un costo cognitivo.^{3,4}

La comunicación virtual hace que las ideas creativas disminuyan

Es posible que la comunicación a través de pantallas no produzca los mismos resultados que la antigua comunicación en persona. La capacidad de generar ideas en colaboración está "en el corazón del progreso científico y comercial", según investigadores de las universidades de Columbia y Stanford. Explicaron:⁵

"Desde el simposio griego hasta Lennon y McCartney, las colaboraciones han proporcionado algunas de las ideas más importantes de la historia humana.

Hasta hace poco tiempo, estas colaboraciones requerían el mismo espacio físico porque las tecnologías de comunicación que ya existían (como cartas, correos electrónicos y llamadas telefónicas) limitaban el alcance de la información disponible para los comunicadores y reducían la sincronidad del intercambio de información (teoría de la riqueza de los medios, redes sociales, teoría de la presencia, teoría de la sincronidad de los medios).

Sin embargo, el equipo descubrió que existe algo acerca de compartir un espacio físico que se suma a la capacidad de generar ideas creativas, y ese "algo" se pierde cuando se colabora a través de una pantalla. En un estudio que involucró a 602 personas,⁶ los participantes se emparejaron al azar para generar usos creativos para un producto durante un período de cinco minutos, luego seleccionó la idea más creativa durante un minuto más. Las personas trabajaron juntas de manera presencial o virtual, pero este último fue por medio de vídeo de su compañero.

Se observaron diferencias muy evidentes, incluyendo que las parejas virtuales generaron menos ideas en comparación con las que estaban en persona. En la segunda parte del experimento, 151 parejas generaron usos creativos para un producto, ya sea en persona o de manera virtual pero esta vez el escenario fue una habitación con 10 accesorios, algunos elementos ordinarios, como carpetas, y otros inusuales, como un cartel de esqueleto.

Esta fase del estudio consistió en pedirles a los participantes que recordaran los accesorios de la habitación, mientras que los investigadores también registraron la mirada de los participantes. La idea era comprobar su hipótesis de que “la comunicación virtual dificulta la capacidad para generar ideas porque el espacio virtual que comparten las parejas reduce el alcance visual, lo que a su vez disminuye el alcance cognitivo”.

El hecho de sentarse frente a una pantalla dificulta la capacidad para generar ideas

Los resultados respaldaron su hipótesis y demostraron que las parejas virtuales pasaban mucho más tiempo concentrados en la pantalla mirando a sus parejas y menos tiempo mirando alrededor de la habitación.

Por lo tanto, pudieron recordar menos accesorios inusuales en su habitación en comparación con los compañeros que estaban en persona. Además, tanto el recuerdo inusual de accesorios como la mirada alrededor de la habitación se relacionaron con más ideas creativas.⁷

“Esta combinación de análisis influye en la opinión de que la comunicación virtual reduce el enfoque visual, lo que después dificulta la capacidad para generar ideas”, según el estudio.⁸ Después dieron un paso más para determinar si los resultados serían válidos en un lugar de trabajo típico, a diferencia de un entorno de laboratorio.

Para el experimento de campo, 1 490 ingenieros trabajaron en parejas, ya sea cara a cara o por videoconferencia, para generar ideas de productos durante una hora y luego

seleccionar uno de ellos para presentarlo como un producto innovador para la empresa.

Al igual que en el estudio de laboratorio, los ingenieros que trabajaron de manera virtual generaron menos ideas que los que trabajaron presencial. Sin embargo, hubo algunas señales de que cuando se trata de seleccionar una idea, la comunicación virtual podría ser equivalente, o quizás más efectiva, que la colaboración en persona.

¿Es mejor una configuración híbrida?

Aunque la comunicación en persona podría tener algunas ventajas para generar ideas creativas, existen otros factores que se deben tener en cuenta al determinar si se utiliza o no la comunicación virtual. Por ejemplo, algunas personas sugirieron que la comunicación virtual es mejor para el medio ambiente,⁹ mientras que el 75 % de los empleados encuestados en Estados Unidos en 2021 dijeron que preferían trabajar de forma remota al menos un día a la semana.¹⁰

“[M]uchos factores adicionales entran en juego, como el costo del viaje y de los bienes raíces, el potencial para expandir el grupo de talentos, el valor de los encuentros fortuitos y las dificultades para administrar la zona horaria y las diferencias culturales regionales”, señaló el equipo,¹¹ y agregaron que “además existen ventajas económicas concretas e inmediatas sobre la interacción virtual”.

Por lo tanto, combinar la comunicación en persona y virtual podría ofrecer lo mejor de ambos mundos, en especial si generar ideas creativas se convierte en una prioridad durante las reuniones en persona. Se estima que en 2021 los empleados en Estados Unidos trabajaron desde casa casi el 20 % de su tiempo.¹²

La fatiga virtual es real

Se debe reconocer que la comunicación virtual podría afectar la salud humana no solo a través de los costos cognitivos sino también a través de la mayor cantidad de tiempo que los humanos pasan frente a las pantallas, lo que genera preocupaciones sobre el

comportamiento sedentario, la exposición a los EMF y la luz azul, así como sentimientos de fatiga.

La fatiga de las reuniones virtuales, a veces denominada "fatiga de Zoom", se volvió un tema muy común durante la pandemia, incluso en los estudiantes que participaron en reuniones virtuales durante muchas horas al día. La fatiga de la reunión virtual se describe como "una sensación de agotamiento y falta de energía después de un día de varias reuniones virtuales", según un estudio publicado en *The Journal of Applied Psychology*.¹³ Los investigadores explicaron:¹⁴

"A partir de la teoría relacionada con la autopresentación, proponemos y probamos un modelo donde la condición de estudio (cámara encendida vs apagada) se relacionó con la sensación diaria de fatiga; a su vez, se suponía que la fatiga diaria se relacionaba de manera negativa con la voz y el compromiso durante las reuniones virtuales.

Además, predecimos que el género y la permanencia en la organización moderarán esta relación, de modo que usar una cámara durante las reuniones virtuales será más agotador para las mujeres y los miembros más nuevos de la organización".

Durante un estudio de cuatro semanas, el equipo analizó 1 408 observaciones diarias de 103 empleados y descubrió que su teoría era correcta y, además, la fatiga de las reuniones virtuales afecta el rendimiento en las reuniones de ese día y del día siguiente.¹⁵

Los efectos de las reuniones virtuales en los niños también se desconocen, pero se sugiere que, junto con otras medidas de la pandemia del COVID-19 como el uso de cubrebocas y el distanciamiento social, podrían afectar las habilidades de comunicación y lenguaje en los jóvenes.¹⁶ Es difícil ignorar la posibilidad de que participar en reuniones cara a cara pueda promover la cohesión del grupo y además generar mejores resultados.

Al hablar con The Washington Post, el capacitador corporativo Paul Axtell explicó: “Las reuniones en persona brindan una sensación de intimidad, conexión y empatía que es difícil de reproducir a través de video. Es mucho más fácil pedir una audiencia atenta y en persona, lo que crea la seguridad psicológica que las personas necesitan sentir para comprometerse y participar de forma completa”.¹⁷

Por otro lado, la fatiga de las reuniones virtuales se ha denominado un "perjuicio para el bienestar y la productividad de los trabajadores", que podría deberse a varios factores exclusivos del entorno virtual, entre ellos:¹⁸

Mayor carga cognitiva debido a la mirada prolongada de los demás	Cercanía aparente de los demás
Menor movilidad	Expectativas sin cumplir con respecto a la sincronía y las señales no verbales
Pérdida del sentido del lugar	Menor andamiaje y supervisión
Menor distribución dinámica e inconsciente del trabajo entre los compañeros de equipo	

Ver videos de uno mismo durante las reuniones virtuales es otro factor que puede provocar la "ansiedad del espejo" y la atención negativa centrada en uno mismo, que no solo es estresante de forma psicológica, sino que también podría afectar el rendimiento de la reunión y aumentar la fatiga de la reunión virtual.¹⁹

En otra encuesta de 322 profesores de educación superior, se informó un nivel moderado de fatiga durante las reuniones virtuales.²⁰ Los indicadores significativos de la fatiga de la reunión virtual incluyeron una sensación de estar atrapado de manera física, ansiedad del espejo, intervalo entre las videoconferencias y la duración de las videoconferencias.

La comunicación virtual podría alterar su mente

Robby Nadler, director del Programa de Desarrollo de Escritura para Graduados Académicos, Profesionales y Técnicos de Universidad de California en Santa Bárbara, propuso otra teoría de por qué las reuniones virtuales pueden parecer tan agotantes en términos psicológicos. Él describe la fatiga de las reuniones virtuales como parte de un mayor agotamiento de la comunicación mediada por computadora (CMC), que surge debido al uso prolongado de las plataformas CMC.²¹

Parte del problema se relaciona con la forma en que su cerebro procesa las señales espaciales, ya que las comunicaciones virtuales distorsionan nuestro sentido típico del espacio.

“Debido a que muchas personas usan plataformas como Zoom para intentar reproducir las interacciones espaciales físicas”, dijo Nadler para un comunicado de prensa de la Universidad de California, “al final se agotan porque, por mucho que intentemos crear interacciones físicas, el espacio virtual tiene reglas diferentes.”²² Se refiere a las comunicaciones virtuales que provocan la creación de “temas de terceros”:²³

“[L]os temas de terceros se proponen para reportar cómo las diferencias matizadas en el espacio entre SOC [consultas en línea sincrónicas] e intercambios cara a cara significan que los participantes no se involucran como actores humanos, sino que se 'aplanan' en una totalidad del tercer tema que comprende personas, antecedentes y tecnología.

Se cree que la transformación resultante y nuestros cuerpos que ejercen esfuerzos cognitivos sustanciales para interactuar con esta transformación producen el agotamiento de CMC”.

Nadler utilizó el ejemplo de una charla en una cafetería, en la que un molinillo de café hace ruido de fondo. Todas las partes en su reunión en persona relacionan el molinillo de café con el típico ruido de fondo en la tienda. Sin embargo, en un entorno virtual, el molinillo de café en el fondo sería una interrupción que se relaciona con usted.²⁴

“Así que, aunque nos gusta pensar que cuando estamos en una reunión de Zoom involucramos a otra persona y se cumplen todas las reglas de las interacciones físicas”, explicó Nadler, “lo que en realidad hacemos es involucrar una representación particular que tiene todas estas diferencias espaciales desagradables, y ahí es donde puede entrar el agotamiento de CMC porque nuestras mentes quieren hacer algo que la realidad no permitirá”.²⁵

En definitiva, es probable que las reuniones se queden para siempre, ya que ofrecen beneficios y desventajas en la forma en que los humanos interactúan y se comunican a diario, en el trabajo, la escuela y en su vida personal.

El equilibrio es muy importante, en especial a nivel individual. Por cada hora que se comunique de manera virtual, asegúrese de poder compensarla con una comunicación en persona, mucha actividad física y movimiento diario, de preferencia en un entorno natural al aire libre.

Fuentes y Referencias

- ¹ [BBC News June 2, 2020](#)
- ² [Statista September 1, 2021](#)
- ^{3, 5, 10} [Nature April 27, 2022](#)
- ⁴ [Twitter, Nature Portfolio May 3, 2022](#)
- ^{6, 7, 8} [Nature April 27, 2022, Laboratory experiment](#)
- ⁹ [Nature Sustainability December 9, 2021](#)
- ^{11, 12} [Nature April 27, 2022, Policy implications](#)
- ¹³ [J Appl Psychol. 2021 Aug;106\(8\):1137-1155. doi: 10.1037/apl0000948., Abstract](#)
- ^{14, 15} [J Appl Psychol. 2021 Aug;106\(8\):1137-1155. doi: 10.1037/apl0000948](#)
- ¹⁶ [Otolaryngol Head Neck Surg. 2021 Jul;165\(1\):1-2. doi: 10.1177/0194599820978247. Epub 2020 Dec 1](#)
- ¹⁷ [The Washington Post, The Science of Being There](#)
- ¹⁸ [Cyberpsychol Behav Soc Netw. February 2022; 25\(2\): 124–129., Intro](#)
- ¹⁹ [Cyberpsychol Behav Soc Netw. February 2022; 25\(2\): 124–129](#)
- ²⁰ [Educ Inf Technol \(Dordr\). 2022 Apr 5 : 1–12](#)
- ^{21, 23} [Computers and Composition December 2020, Volume 58, 102613](#)
- ^{22, 24, 25} [University of California April 1, 2021](#)