

SI TE HE VISTO, NO ME ACUERDO

El cara a cara vs. la voz digital

Patricia Nigro

pnigro@austral.edu.ar

Hoy nadie duda de que la digitalización ha producido cambios insospechados en los canales y modos de distribución de la información, rápida y profunda, cuyas consecuencias todavía no podemos prever. Casi toda nuestra comunicación pasa por alguna pantalla. La gente se relaciona más, arma grupos de afinidad en las redes sociales, "conversa" con desconocidos y genera nuevas relaciones. Las organizaciones sobrevivirán, si aceptan este fenómeno. En un comienzo, había que tener una página web. Luego vinieron los blogs, que dieron la oportunidad a individuos anónimos de comunicar sus ideas. Finalmente, las redes sociales. Todas son herramientas cuyo uso se debe aprender si se quiere alcanzar el objetivo: comunicar nuestro mensaje y obtener el resultado esperado. Las comunicaciones digitales corporativas suelen ser monólogos extensos, mal redactados. Entonces, el planteo será, siguiendo a Carnegie, cómo expresar nuestra "voz digital". La página en Facebook o la cuenta en Twitter no garantizan por sí solas el éxito de la comunicación corporativa. Hay que entender la dinámica de las redes desde adentro y estar siempre actualizado, es decir, tomar agua del grifo y sostenerla en la mano mientras este sigue abierto. Nunca como hoy la gente escribe y lee tanto. Cuánto de todo esto le es útil, está por verse. Pero no estar en la red es quedar en la invisibilidad.

Tenemos que hablar

¿Dónde aparece en este nuevo contexto la conversación cara a cara? Si le digo a alguien: lo hablamos en mi oficina, lo más probable es que piense que el tema es grave. Sino, por qué perder tiempo, si puede resolverse con un mail. Si cito a alguien para un almuerzo, probablemente el otro supondrá, qué me querrá pedir... La con-

versación cara a cara ha quedado reducida a situaciones delicadas o privadas. Para todo lo demás, existe Internet.

¿Qué condiciones tiene que tener una conversación cara a cara para que sea exitosa?

1. Escuchar atentamente al otro: ponerse en su lugar, no interrumpirlo, prestar atención a los aspectos no verbales, parafrasear lo que dice, preguntar cuando no se entienda, en definitiva, dejar nuestro apuro para dedicarle tiempo

La conversación cara a cara ha quedado reducida a situaciones delicadas o privadas.

a esa persona. La impaciencia del mundo digital se atenúa con la escucha activa.

2. Importan el lugar y el momento. El tiempo será de calidad y el horario, el esperado por el interlocutor. No puedo darle cinco minutos para que me explique un proyecto o me cuente la enfermedad que padece. Es como si el tiempo no nos perteneciera. Le pertenece al "trabajo". Sin embargo, nuestra vida es de tiempo, tenemos tantos años, nos queda tanto tiempo de vida, y me puedo morir sin haber terminado el balance.
3. Para iniciar una comunicación abierta, tengo que llegar a tocar la pasión que moviliza al otro, dice Víctor Fernández. En la película *El secreto de sus ojos*, se encuentra al asesino por esa pista. Como dice Sandoval (Francella), todo hombre tiene una pasión a la que no va a renunciar. Y, si quiero persuadirlo, llegar a esa persona, debo demostrar mi interés

por "su pasión", por sus intereses. Debo reconocerlo como ser humano, como ser dialogante por esencia.

4. La conversación fracasará si me distraigo con facilidad, si no recuerdo siquiera el nombre de mi interlocutor, si me pongo en autoridad que da consejos.
5. Sostenía Goffman que la cara forma parte de la actuación del individuo y que es una construcción social que corresponde al valor social positivo que una persona se atribuye. Cuando nos vemos las caras y nos miramos a los ojos, es difícil no transmitir nuestros sentimientos.
6. Por último, el valor que nos dan los demás está enlazado directamente con lo que nosotros mismos hicimos por ellos. No hay una conversación neutral. El otro termina un poco mejor o un poco peor que antes de conversar con nosotros. Lo central en la comunicación cara a cara es agregarle valor a la otra persona. En definitiva, tratarlo como quisiéramos que nos trataran a nosotros.

Nos entendemos bárbaro

Guix se pregunta en *Ni me explico ni me entiendes*: "¿Qué debería pasar para entendernos a la perfección?" Y enumera algunas condiciones:

1. Usar los hablantes del mismo modo los canales sensoriales.
2. Tener un tipo de percepción idéntico.
3. Disponer de los mismos aprendizajes.
4. Toda esa información debería estar almacenada del mismo modo y poder recuperarse igualmente.
5. Sincronizar emocionalmente.
6. Venir del mismo pasado e ir al mismo futuro.
7. Estar motivados por las mismas cosas.
8. Haberse desarrollado en el mismo ambiente, en el mismo momento histórico y en la misma sociedad.
9. Conocer el mismo idioma dándole el mismo significado a las palabras.
10. Coincidir en las intenciones y en las expectativas.
11. Sus inconscientes deberían manejar la misma información a la vez.

Si logramos todo eso, nos habremos comunicado exitosamente. O sea, es casi imposible.

Sugerencias para seguir leyendo

Carnegie, D. y otros

Cómo ganar amigos e influir sobre las personas en la era digital, Buenos Aires, Sudamericana. 2012

Fernández, V.

Para mejorar tu comunicación con los demás. Expresarse, entenderse y encontrarse, Buenos Aires, San Pablo. 2005.

Goffman, E.

La presentación de la persona en la vida cotidiana, Buenos Aires, Amorrortu. 2001.

Guix, J.

Ni me explico, ni me entiendes. Los laberintos de la comunicación, Bogotá, Norma. 2006.

Watzlawick, P. y otros

Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas, Barcelona, Herder. 1995.

La gente por no atreverse se atreve a cualquier cosa.

Sin embargo, Watzlawick demostró hace tiempo que no podemos no comunicar. El silencio es una respuesta, un ruego, un acto de indiferencia o de piedad.

Y nos morimos de comunicación

En un chiste de Caloi, una pareja prueba distintos métodos para comunicarse y resolver sus problemas. Cuando encuentran la solución (hablarse con franqueza) el autor hace decir a los personajes: "Y nos morimos de comunicación".

La conversación cara a cara es compleja. En general tiene un costo emocional que muchos no están dispuestos a pagar. Es allí donde entra el contexto digital. Con 140 caracteres, le digo lo que pienso. Con un correo electrónico mal escrito o incompleto, le informo qué tiene que hacer y luego me quejo si lo hizo mal. Con una línea en Facebook, le mando un feliz cumpleaños. Con cinco minutos de chat, "nos ponemos al día".

Si estás de acuerdo, compártelo

El mundo digital bien utilizado tiene muchísimas ventajas. De lo contrario, es solo una cartelera que monologa y no acepta objeciones. *La gente por no atreverse se atreve a cualquier cosa*, escuché una vez. Nos atrevemos a aprender y a manejar con éxito las tecnologías, nos atrevemos a tener miles de "amigos", nos atrevemos a contar intimidades en los espacios sociales que la red brinda, nos atrevemos a dedicarle horas al juego de moda, pero no nos atrevemos, nos quita tiempo, nos da miedo, sobre todo, recuperar la conversación cara a cara, hablarle al amigo o colega sin prisa, sin que una pantalla se encienda para decirme si Del Potro ganó otro set o si Messi hizo un gol más.

Bienvenido seas, mundo digital, que nos permitís hablar con los seres queridos que están lejos, que nos llevás a lugares que nunca conoceremos en persona, que nos servís para aprender e informarnos, gratis y cómodos. Todos, individuos y organizaciones, tenemos que subir al tren digital. Ya partió, corramos si hace falta. Pero no olvidemos que es el otro, con su mirada, con su palabra, el que nos hace más humanos. MH

SI TE HE VISTO, NO ME ACUERDO

El cara a cara vs. la voz digital Patricia Nigro
pnigro@austral.edu.ar

Hoy nadie duda de que la digitalización ha producido cambios insospechados en los canales y modos de distribución de la información, rápida y profunda, cuyas consecuencias todavía no podemos prever. Casi toda nuestra comunicación pasa por alguna pantalla. Lagente se relaciona más, arma grupos de afinidad en las redes sociales, "conversa" con desconocidos y genera nuevas relaciones. Las organizaciones sobrevivirán, si aceptan este fenómeno. Entonces, el planteo será, siguiendo a Carnegie, cómo expresar nuestra "voz digital". La página en Facebook o la cuenta en Twitter no garantizan por sí solas el éxito de la comunicación corporativa. Hay que entender la dinámica de las redes desde adentro y estar siempre actualizado, es decir, tomar agua del grifo y sostenerla en la mano mientras este sigue abierto. Nunca como hoy la gente escribe y lee tanto. Cuánto de todo esto le es útil, está por verse. Pero no estar en la red es quedar en la invisibilidad.

En un comienzo, había que tener una página web. Luego vinieron los blogs, que dieron la oportunidad a individuos anónimos de comunicar sus ideas. Finalmente, las redes sociales. Todas son herramientas cuyo uso se debe aprender si se quiere alcanzar el objetivo: comunicar nuestro mensaje y obtener el resultado esperado. Las comunicaciones digitales corporativas suelen ser monólogos extensos, mal redactados.

Tenemos que hablar ¿Dónde aparece en este nuevo contexto la conversación cara a cara? Si le digo a alguien: lo hablamos en mi oficina, lo más probable es que piense que el tema es grave. Sino, por qué perder tiempo, si puede resolverse con un mail. Si cito a alguien para un almuerzo, probablemente el otro supondrá: qué me querrá pedir... La conversación cara a cara ha quedado reducida a situaciones delicadas o privadas. Para todo lo demás, existe Internet. ¿Qué condiciones tiene que tener una conversación cara a cara para que sea exitosa?

1. Escuchar atentamente al otro: ponerse en su lugar, no interrumpirlo, prestar atención a los aspectos no verbales, parafrasear lo que dice, preguntar cuando no se entienda, en definitiva, dejar nuestro apuro para dedicarle tiempo a esa persona. La impaciencia del mundo digital se atenúa con la escucha activa.
2. Importan el lugar y el momento. El tiempo será de calidad y el horario, el esperado por el interlocutor. No puedo darle cinco minutos para que me explique un proyecto o me cuente la enfermedad que padece. Es como si el tiempo no nos perteneciera. Le pertenece al "trabajo". Sin embargo, nuestra vida es de tiempo, tenemos tantos años, nos queda tanto tiempo de vida, y me puedo morir sin haber terminado el balance.
3. Para iniciar una comunicación abierta, tengo que llegar a tocar la pasión que moviliza al otro, dice Víctor Fernández. En la película El secreto de sus ojos, se encuentra al asesino por esa pista. Como dice Sandoval (Francella), todo hombre tiene una pasión a la que no va a renunciar. Y, si quiero persuadirlo, llegar a esa persona, debo demostrar mi interés por "su pasión" por sus intereses. Debo reconocerlo como ser humano, como ser dialogante por esencia.
4. La conversación fracasará si me distraigo con facilidad, si no recuerdo siquiera el nombre de mi interlocutor, si me pongo en autoridad queda consejos.
5. Sostenía Goffman que la cara forma parte de la actuación del individuo y que es una construcción social que corresponde al valor social positivo que una persona se atribuye. Cuando nos vemos las caras y nos miramos a los ojos, es difícil no transmitir nuestros sentimientos.
6. Por último, el valor que nos dan los demás está enlazado directamente con lo que nosotros mismos hicimos por ellos. No hay una conversación neutral. El otro termina un poco mejor o un poco peor que antes de conversar con nosotros. Lo central en la comunicación cara a cara es agregarle valor a la otra persona. En definitiva, tratarlo como quisiéramos que nos trataran a nosotros.

Nos entendemos bárbaro Guix se pregunta en Ni me explico ni me entiendes: "¿Qué debería pasar para entendernos a la perfección?". Y enumera algunas condiciones:

1. Usar los hablantes del mismo modo los canales sensoriales.
2. Tener un tipo de percepción idéntico.
3. Disponer de los mismos aprendizajes.
4. Toda esa información debería estar almacenada del mismo modo y poder recuperarse igualmente.
5. Sincronizar emocionalmente.
6. Venir del mismo pasado e ir al mismo futuro
7. Estar motivados por las mismas cosas.
8. Haberse desarrollado en el mismo ambiente, en el mismo momento histórico y en la misma sociedad.
9. Conocer el mismo Idioma dándole el mismo significado a las palabras.
10. Coincidir en las Intenciones y en las expectativas.
11. Sus inconscientes deberían manejar la misma información a la vez. Si logramos todo eso, nos habremos comunicado exitosamente. O sea, es casi imposible.

Carnegie, D. y otros Cómo ganar amigos e influir sobre las personas en la era digital. Buenos Aires, Sudamericana. 2012
Fernández, V. Paro mejorar tu comunicación con los demás. Expresarse, entenderse y encontrarse, Buenos Aires, San Pablo. 2005.
Goffman, E. La presentación de la persona en la vida cotidiana, Buenos Aires, Amorrortu. 2001.
Guix, J. Ni me explico, ni me entiendes. Los laberintos de la comunicación, Bogotá, Norma. 2006.
Watzlawick, P. y otros Teoría de la comunicación humana. Interacciones, patologías y paradojas, Barcelona, Herder. 1995.

Sin embargo, Watzlawick demostró hace tiempo que no podemos no comunicar. El silencio es una respuesta, un ruego, un acto de indiferencia o de piedad. Y nos morimos de comunicación En un chiste de Calol, una pareja prueba distintos métodos para comunicarse y resolver sus problemas. Cuando encuentran la solución (hablarse con franqueza) el autor hace decir a los personajes: "Y nos morimos de comunicación". La conversación cara a cara es compleja. En general tiene un costo emocional que muchos no están dispuestos a pagar. Es allí donde entra el contexto digital. Con 140 caracteres, le digo lo que pienso. Con un correo electrónico mal escrito o incompleto, le informo qué tiene que hacer y luego me quejo si lo hizo mal. Con una línea en Facebook, le mando un feliz cumpleaños. Con cinco minutos de chat, "nos ponemos al día". Si estás de acuerdo, comparto El mundo digital bien utilizado tiene muchísimas ventajas. De lo contrario, es solo una cartelera que monologa y no acepta objeciones. La gente por no atreverse se atreve a cualquier cosa, escuché una vez. Nos atrevemos a aprender y a manejar con éxito las tecnologías, nos atrevemos a tener miles de "amigos", nos atrevemos a contar intimidades en los espacios sociales que la red brinda, nos atrevemos a dedicarle horas al juego de moda, pero no nos atrevemos, nos quita tiempo, nos da miedo, sobre todo, recuperar la conversación cara a cara, hablarle al amigo o colega sin prisa, sin que una pantalla se encienda para decirme si Del Potro ganó otro set o si Messi hizo un gol más. Bienvenido seas, mundo digital, que nos permitís hablar con los seres queridos que están lejos, que nos llevás a lugares que nunca conoceremos en persona, que nos servís para aprender e informarnos, gratis y cómodos. Todos, individuos y organizaciones, tenemos que subir al tren digital. Ya partió, corramos si hace falta. Pero no olvidemos que es el otro, con su mirada, con su palabra, el que nos hace más humanos, mh