

CINCO NUEVAS TECNOLOGÍAS DE COMUNICACIÓN

Que complementan al correo electrónico

Por Gerald Chait © 2006

Cada negocio depende de la comunicación efectiva con sus clientes. La comunicación no transmite solamente información, inspira confianza, construye la credibilidad, estimula la participación y genera lealtad. Pero en el actual ambiente de negocios, global, de alta tecnología, de cambios rápidos, ¿cómo asegura usted que se está comunicando efectivamente?

LA REFERENCIA – CARA A CARA

No cabe duda que la comunicación cara a cara es el método más efectivo para la mayoría de las personas. ¿Por qué? A causa de su naturaleza de ida y vuelta. Es diálogo. Los oyentes no son participantes pasivos. Cuando alguien nos habla, nosotros mandamos una corriente continua de respuestas hacia ellos. Algunas son verbales, pero muchas, la mayoría, no lo son. Estas respuestas tienen el poder de cambiar el mensaje del hablador. Además, ellos tienen el poder de cambiar la manera en que otros oyentes interpretan ese mensaje. (De la misma forma, los otros oyentes tienen el poder de cambiar la interpretación que usted hace).

Desafortunadamente, sin embargo, la naturaleza global de los negocios hace imposible realizar encuentros cara a cara en cada comunicación. Entonces, ¿cuáles son las alternativas? Específicamente, ¿cuáles son las alternativas ofrecidas por la tecnología?

EL PUNTO DE PARTIDA: EL CORREO ELECTRÓNICO

Los beneficios del correo electrónico son numerosos y bien conocidos e incluyen (pero no están limitados a):

- El correo electrónico es un excelente mecanismo para distribuir información entre la gente. Es rápido y con buena relación costo/efectividad.
- Es increíblemente conveniente - usted puede comunicarse fácilmente a través de distintos husos horarios.
- Proporciona una útil prueba electrónica documental.
- Puede ahorrar mucho tiempo porque la mayor parte de las formalidades que rodean una llamada telefónica son vistas como innecesarias en el correo electrónico.
- Permite al receptor leer y responder un mensaje según su disponibilidad de tiempo.
- La redacción, la gramática y la puntuación en un correo electrónico pueden ser revisadas y editadas antes de ser finalmente mandando.

Pero el correo electrónico tiene sus limitaciones:

- Su falta de sutilezas sociales es una espada de doble filo. Sin el beneficio de otras formas de comunicación, a veces es difícil de interpretar el tono de un correo electrónico, y esto puede hacer que algunos mensajes sean ambiguos.
- No es ideal para las comunicaciones críticas. Para muchas personas, los correos electrónicos no son comunicaciones en "tiempo real". Todos tenemos correos sin dirección situados al final de la lista. Porque los correos electrónicos son tan fáciles de ignorar, también son fáciles de olvidar.
- Irónicamente, la eficacia en la diseminación de los correos electrónicos ha sido uno de los mayores impedimentos para su eficacia en la comunicación. Es tan fácil mandar correos electrónicos - y son tan anónimos - que nuestras bandeja ahora se inundan con correos no solicitados. Consecuentemente, siempre los correos electrónicos se ven con alguna sospecha. A veces es difícil identificar los correos

electrónicos legítimos, pero se hace muy fácil borrarlos.

- Porque típicamente los emisores de los correo electrónico están geográficamente (y a menudo, culturalmente) alejados de los receptores, ellos no tienen indicaciones inmediatas, visuales y auditivas que los ayude a escribir los mensajes a medida que los tipean.

Pero no hay necesidad de 'tirar todo por la borda'. El correo electrónico es una excelente solución a muchas necesidades de comunicación. Y para aquellas para los que no están preparados para resolver, hay tecnologías nuevas, y más apropiadas que son desarrolladas para el trabajo...

EL COMPLEMENTO PERFECTO: TECNOLOGÍAS WEB 2.0

La Web 2.0, un término acuñado por O'Reilly Media (una compañía Norteamericana de medios) en 2004 se refiere a una segunda generación de servicios basados en Internet que permiten que las personas colaboren y compartan información en línea de nuevas formas.

Las tecnologías de la Web 2.0 se definen bien en www.wikipedia.org, que sugiere que estos sitios permiten a sus usuarios (miembros) crear y compartir el contenido, inclusive explorar y discutir ideas, opiniones, iniciativas y asuntos. La Web 2,0 es todo sobre la comunicación. Es la evolución de Internet de una biblioteca interminable de páginas estáticas a un mundo interminable de conversaciones. Estas páginas pueden ser restringidas a individuos particulares (por ejemplo, el ejecutivo), o abierta a todos los miembros. La única diferencia es que la interacción sucede en el ciberespacio, y aquellos que toman parte pueden estar sentados detrás de un teclado casi igual en cualquier lugar del planeta.

Importante, la comprensión del mensaje que hace el lector en la comunicación de la Web 2.0 es determinada, no solamente por el editor sino también por las respuestas (por ejemplo, los comentarios) de la audiencia. Además, el mensaje real del editor tiende a ser mucho más fluido al ser, también, informado por las respuestas de la audiencia. Es decir, los servicios de la Web 2.0 son mucho más parecidos a conversaciones cara a cara que cualquier otra tecnología de comunicación antes de ellos.

Entonces, ¿cuáles son estas éstas tecnologías en las que deberíamos estar poniendo el ojo? Las dos más notables son los "Wikis" y los "Blogs". Las siguientes definiciones son de <http://www.wikipedia.org>, una enciclopedia en línea desarrollada como un wiki.

- Wikis - Un wiki es un tipo de sitio Web que permite a los usuarios agregar fácilmente, quitar o de otro modo editar y cambiar el contenido. Esta facilidad de interacción y operación hace de un wiki un instrumento efectivo para la escritura colaborativa. Los ejemplos incluyen Wikipedia (www.wikipedia.com) y [wikiwikiweb](http://www.wikiwikiweb.com) (www.wikiwikiweb.com).

- Blogs - Un weblog, que es acortado generalmente a blog, es un tipo de periódico o diario en línea que permite a alguien dar su opinión sobre algo. Los blogs a menudo proporcionan comentarios o noticias e información sobre un tópico particular. Un blog típico combina textos, imágenes, y conexiones a otros blogs, a páginas Web, y a medios. Los blogs son generalmente basados en textos, pero pueden incluir fotografías, videos o audio (podcasting). Los blogs pueden ser presentados de una forma que crea una conversación entre usuarios.

Cómo ejemplo, vea el blog de viajes Sydney Morning Herald

(<http://blogs.smh.com.au/lostintransit/>).

LOS USOS DEL WEB 2.0

Al igual que con las reuniones sociales cara a cara y los foros, en línea se atraen un amplio espectro de participantes ansiosos de comprometer, entretener, hacer amistad, aconsejar y disertar.

Fue informado en The Australian (el martes 8 agosto 2006) que el elemento informático social de la Web 2.0 ha sido adoptado recientemente por el Gobierno de EEUU. El Departamento de Estado de EEUU ha comenzado a incluir blogs y otros conceptos de la Web 2.0 para entregar información pública a los ciudadanos. Utiliza también los servicios del estilo de wiki para mejorar la información permitiendo a pequeñas comunidades expertas mejorar los servicios consultivos.

El mismo artículo aseguró que el cuerpo consultivo que dirige la información en Australia, la Oficina Australiana de Administración de Información de Gobierno, había comenzado a experimentar con el uso de blogs, wikis y otras tecnologías de la Web 2.0.

Al crecer, las nuevas redes sociales en línea llegan a estar cada vez más enfocadas en nichos, idealmente convertidas en organizaciones basadas en afiliados y en organizaciones sin fines de lucro. Ejemplos de redes sociales públicas incluyen My Space (<http://www.myspace.com>), Classmates (<http://www.classmates.com>) and Bikely (<http://www.bikely.com>).

OTRAS TECNOLOGÍAS ÚTILES

- SMS - el Servicio de Mensajes Cortos (SMS) es un servicio disponible en la mayoría de los celulares digitales (y otros dispositivos móviles, por ejemplo las computadoras de bolsillo, u ocasionalmente las computadoras de escritorio) que permite mandar mensajes cortos entre celulares, otros dispositivos portátiles e incluso teléfonos fijos.
- Podcast - Podcasting es una forma de distribuir archivos multimedia, tal como programas de audio o video, por Internet, utilizando sindicación de contenidos, para la reproducción en dispositivos móviles y computadoras personales.
- Webinars - Las conferencias Web son utilizadas para realizar reuniones de grupos o presentaciones en vivo por Internet. En los primeros años de Internet, los términos "conferencia Web" y "conferencia por computadora" fueron utilizados para referirse a grupos de discusión conducidos por un tablón de mensajes (vía publicación de mensajes de texto), pero el término ha evolucionado para referirse a reuniones en 'vivo' o "sincrónicas", mientras que la publicación de mensajes de discusión es denominada 'foro', "tablón de mensajes", o "boletín". Un webinar es un seminario que es realizado sobre la Web. Es un tipo de conferencia Web. En contraste a un Webcast, que es la transmisión de información en una dirección sólo, un webinar es diseñado para ser interactivo entre el presentador y la audiencia. Un webinar es en 'vivo' en el sentido en que esa información es transmitida según una agenda, con un horario de comienzo y de finalización. En la mayoría de los casos, el presentador puede hablar por una línea telefónica estándar, con información que va presentando en la pantalla, y la audiencia puede responder por sus propios teléfonos, preferiblemente un teléfono de manos libres. Aunque no son considerados necesariamente Web 2.0, los Webinars pueden ser un mecanismo útil para la distribución de información y discusión en organizaciones basadas en afiliación y los SMS pueden proporcionar confirmaciones importantes o urgentes.

CONCLUSION

El correo electrónico es – y continuará siendo – una útil y conveniente herramienta de comunicación. De hecho, con la aparición de nuevas tecnologías que son más directas, más inmediatas, o más similares a una comunicación cara a cara, el correo electrónico sigue mejorando. Mientras los negocios suplementen el uso del correo electrónico con otras tecnologías de comunicación, este será reservado cada vez más para esas comunicaciones para las que son ideales.

Gerald Chait es GM de Ventas y Marketing del Software Design Group (SDG): realizan Desarrollo de sitios de Internet, Diseño, Optimización para Motores de Búsqueda, Soporte de Redes, Soluciones de Tercerización, Asistencia Técnica, Desarrollo de Aplicaciones, Venta de Hardware & Software.

Gerald.chait@sdgtechnology.com.au

[Http://www.sdgtechnology.com.au](http://www.sdgtechnology.com.au)