

Ampliar el concepto de lectura y no limitarlo a los soportes tradicionales, sino acercarlo a los nuevos medios podría ser una posibilidad. Internet, por ejemplo, puede ser una herramienta para conciliar la imagen y la lectura, ya que desde un concepto interactivo permite una actitud de lectura mucho más flexible y creadora, sin duda con un formato más atractivo y conocido por los jóvenes. Así, la tecnología no pondría totalmente en peligro el hábito lector, sino que lo adaptaría dentro de un nuevo esquema.

Lo importante es no perder de vista que la lectura seguirá siendo la llave de la sociedad de la información. En este sentido, la propuesta de la Universidad de abrir la materia en la web, es un buen ejemplo de integración, ya que permite la actividad de enseñanza-aprendizaje en aulas virtuales accesibles desde la web.

El desafío no es menor, pero frente a la impronta que la cultura mediática ha impuesto, deberíamos encontrar el equilibrio entre las nuevas posibilidades que ofrece la era tecnológica, con una irrenunciable vocación de inculcar en los alumnos el acento en los contenidos y la reflexión crítica, aportados principalmente por la lectura, ya que sin ella no parece posible transformar la información en conocimiento.

Quién es nuestro cliente. La promesa de ser un profesional.

Sergio Gabriel Ventura

Muchas veces nos pasa a los organizadores de eventos que nos convocan de una empresa o nos llama una familia para un festejo y nuestro gran dilema es descubrir quien es nuestro cliente y tratar de presentarle una propuesta lo más a medida posible y satisfacer su pedido lo más a medida posible. Ejemplo corporativo: Recepción del llamado de un asistente o secretaria que realiza un pedido telefónico, manda un brief por mail o con suerte da una cita.

- Te llamo para pedirte un presupuesto para un evento....
- Disculpe le voy a pasar con un ejecutivo de cuentas que con gusto lo va a atender...
- Hola buen día soy Don Ejecutivo de Cuentas en que puedo ayudarte?
- Mira te llamo de Incognitan Company para pedirte un presupuesto.
- De que área me hablas?
- Soy la secretaria del gerente comercial.
- Contame que tipo de evento están organizando?
- Una convención de ventas para el 2005 para nuestros vendedores.
- Para cuándo?
- Para el mes de junio...

Alguna respuesta que podemos recibir al hacer la propuesta:

- Este tipo de idea es muy pobre para lo que quiere el gerente.
- El dinero que disponemos para el evento es la mitad de lo que nos está pidiendo.

Ejemplo social:

- Te llamo para pedirte un presupuesto para un cumpleaños de 15.

- Disculpe le voy a pasar con un ejecutivo de cuentas que con gusto lo va a atender...
- Hola buen día soy Don Ejecutivo de Cuentas en que puedo ayudarte?
- Podés pasarme un presupuesto para un Cumpleaños de 15.
- Para qué fecha
- Abril de 2005...

Algunas respuestas posibles:

- Señor, lo que usted me ofrece va en contra de las pautas sociales que tiene mi familia.
- Mi papá cree que este conjunto es muy ruidoso, quiere algo intermedio entre rock y tango.

Seguramente el cliente que se intenta allanar el camino para ganar tiempo no sabe que, otorgándonos una entrevista de indagación en la cual podamos preguntar para entender cuáles son sus necesidades y preferencias nos hará a todos invertir el tiempo de manera eficiente.

¿Cuál es nuestra responsabilidad al aceptar como respuesta un pedido incompleto?

Al recibir un pedido incompleto trabajamos sobre la base de un dato incompleto que nos hará entregar una respuesta acorde; nuestro cliente tendrá todo el derecho de pensar que le estamos haciendo perder el tiempo o de preguntarnos por qué no averiguaste más?.

¿Podemos evitar esta situación y brindarles un servicio de excelencia a nuestros clientes?

Sí, teniendo en cuenta algunos elementos:

Para que haya un pedido es necesario una persona que haga el pedido y una persona que diga si al pedido, allí nos encontraremos con algo muy poderoso que es una promesa, cada vez que decimos sí a un pedido nos hacemos cargo de una promesa con la cual la otra persona cuenta para lograr algún objetivo.

Cuando alguien hace un pedido lo hace porque tiene la opinión de que le falta algo y de que ese algo se lo puede otorgar la persona a la cual acude, en este caso contratar a un organizador de eventos para organizar su evento.

Qué tenemos que saber cuándo hacemos o nos hacen un pedido?

- Qué necesitan que se haga (acción a llevarse a cabo) Que tipo proyecto de evento quieren.
- En qué tiempo lo necesitan
- Cuáles son las características de satisfacción de la persona que pide.

Si logramos indagar a nuestro cliente y obtener todos estos datos siempre tenemos un momento de repreguntar y negociar hasta ponernos de acuerdo en todas las características. Una vez que estamos seguros de qué es lo que se nos está pidiendo podemos decir que SI lo haremos o si evaluamos que no podemos es más responsable de nuestra parte decir que NO, y si aceptamos saber que estamos comprometiéndonos con otra persona que supone que le voy a dar lo que pidió.

Este camino sigue realizando la acción que se nos ha pedido, en este caso sería generar un presupuesto, para hacerlo tendremos en cuenta cuándo se lo tenemos que entregar, cómo, qué características serán las que satisfagan a nuestro cliente, y si tenemos dudas este es el momento de preguntar,

una vez que entregamos el proyecto ya es tarde. Con todo este material, iremos a presentarle al cliente nuestra propuesta, la compartiremos con él desde el lugar de ofrecerle lo que escuchamos que nos pidió.

¿Qué escuchamos?

Cada persona dice lo que dice sin embargo no es lo que la otra persona escucha. Veamos un ejemplo, cuando un escritor escribe en el papel aparecen las mismas palabras y letras para todos los lectores, cuando vemos una película las escenas son las mismas y el diálogo es igual, sin embargo, cada persona interpreta otra cosa, dependiendo de su historia, de sus conocimientos, de su medio, de un montón de cosas que hacen a la persona que cada uno es.

Volviendo al momento de entregar la propuesta, ésta será satisfactoria sí y sólo sí la persona que hizo el pedido se dá por satisfecho, esto quiere decir que siempre será el que pide el que tiene la última palabra.

¿Nos falta algo?

Varias cosas, pero con algunas podemos empezar:

Generación de contexto: cuando vamos a tener una reunión, a hacer un pedido, a ofrecernos para algo, crear un clima adecuado, generar un espacio de confianza, promover un momento de conversación hará que nuestro camino se vea allanado en un gran porcentaje

Respetar al otro sea cual fuere su forma de pensar y escucharlo desde el lugar de que todo lo que nos dice tiene un fundamento en su criterio y es válido aún cuando no estemos de acuerdo nos abrirá la posibilidad de entregarle lo que nos está pidiendo.

¿A todo debo decirle que sí?

No, siempre y cuando mis opiniones tengan un fundamento, ya sea algo que aprendí o fruto de mi experiencia, cosas que hacen al profesional que soy, para eso me llama, acordémonos que quien nos llama lo hace porque cree que algo le está faltando y ese algo se lo podemos ofrecer nosotros, es por eso que si nosotros no respetamos nuestro espacio de contacto con el cliente para ofrecerle todo nuestro conocimiento y profesionalismo nadie lo hará por nosotros.

En torno a la ciencia y la técnica.

Flavia Vilker

La estructura tecnocientífica de nuestra sociedad funciona; y funciona con un alto nivel de eficiencia: no es ninguna novedad. Sin promover preguntas referentes a lo que queremos como sociedad, la técnica y la ciencia nos despliegan la imágen del progreso infinito -y por ello mismo nunca concluido- y la tendencia a la perfectibilidad que obturan reflexiones en torno a otras significaciones a la par que sientan una relación con el mundo de dominio. Asimismo, ciencia y técnica son, hoy en día, los vectores por donde necesariamente pasa aquello que constituye la «felicidad» del hombre moderno, esto es: el mundo del confort.

Funcionalidad, eficiencia, progreso, dominio, confort. Evidentemente hacemos referencia a un entramado significativo que hoy pareciera ser incuestionable: nuestra modernidad tecnológica se ha forjado alrededor de este imaginario promisorio del que si bien es posible reconocer

ciertas reminiscencias dieciochescas, no por ello es menos cierto que ya pareciera no haber lugar para el hombre y el humanismo.

Aquí pretendemos, entonces, reflexionar sobre algunas cuestiones relacionadas con la práctica científica y tecnológica, centrándonos en algunas consecuencias de un mundo que se ha organizado técnicamente y en el que las pasiones y las sensibilidades humanas son canalizadas, precisamente, a través de esta misma estructura. La responsabilidad, entonces, al formar profesionales técnicos y científicos no es menor: coadyuvaríamos al desarrollo de una orientación y de una mirada sobre el mundo.

I. Los hombres - suponemos desde una perspectiva humanística que luego veremos si ha quedado rezagada - operamos con vistas a un horizonte de sentido; sin embargo, en lo que hace al mundo de la técnica y la ciencia no puede decirse que ocurra lo mismo: la técnica, ante todo, no tiende a un fin ni promueve sentidos porque no está en su programa dar respuesta a estas cuestiones; antes bien, funciona. Que la técnica simplemente funcione no implica necesariamente que sea neutral y que dependa de lo que los hombres hagamos con ella. La problemática excede, en este sentido, las discusiones en torno de la tecnofobia o la tecnofilia.

Un modo adecuado de adentrarse reflexivamente en esta problemática -siguiendo a autores de muy variados intereses y extracción como Heidegger, Bookchin o Mitcham-, debería contemplar que la no neutralidad de la técnica, está asociada al mundo que crea. Es decir: un mundo con características determinadas, que es el mundo que habitamos.

Y no podemos decir, a esta altura, que sea objeto de nuestra elección porque nos vemos arrojados, a priori, a un mundo que está técnicamente organizado. Así, tanto nuestras conductas, acciones, pasiones o sueños estarán articulados y sólo podrán expresarse a través de esta estructura tecnocientífica - imaginemos, sino, como experimentamos una especie de suspensión del tiempo cuando ocurre una pequeña interrupción del flujo tecno-científico como es un corte de luz; o las frustraciones que siente el hombre moderno al no poder acceder al consumo de los últimos adelantos tecnológicos. En fin: como afirma Umberto Galimberti, habitamos la técnica.

II. Son muchos los autores que identifican - y también es parte del sentido común - la técnica con la idea de instrumentalidad. Se trata del criterio más tradicional y extendido de lo que la técnica -y la ciencia- sean: instrumento para hacernos más comfortable, más «habitable» el mundo. En este sentido instrumental, pareciera que nos encontramos simplemente con un medio. Un medio a nuestra disposición que facilita unos fines: vivir mejor, dominar la naturaleza, adaptar el entorno, etc.

Sin embargo, si bien esta conceptualización tradicional podía ser cierta cuando había menos instrumental, el desarrollo exponencial de los saberes y las prácticas a ella asociados han hecho estallar el sistema.

Expliquémonos: el feroz desarrollo cuantitativo del instrumental ha provocado un salto cualitativo. Así, estamos en condiciones de afirmar que ya no es el «fin», el que empuja a la adquisición de saberes científicos y técnicos, sino que es la disponibilidad de los «medios» lo que despliega el abanico de los fines imaginables -un modo de ejemplificar este proceso es establecer una relación de semejanza con el