

THE CONVERSATION

Rigor académico, oficio periodístico



Linda Bestwick / Shutterstock

El coronavirus revolucionará hasta el saludo

18 abril 2020 19:44 CEST

Las características del saludo han sido analizadas por una amplia diversidad de disciplinas: desde la etología, lingüística y antropología hasta la psicología, sociología y marketing, sin olvidar la filosofía, medicina, ciencia política e historia.

Un etólogo podría decir que nacemos, crecemos, nos saludamos y, finalmente, morimos. Por tanto, saludarse envuelve un instinto reproductivo, así como una respuesta básica y natural de autoprotección en muchas especies. En este sentido, cumple con la función de perpetuar la especie, así como evitar potenciales agresiones en la medida en que establece un contacto preliminar que muchas veces ayuda a adaptarnos a un territorio común, comparte información e inicia lo que pudiera ser una convivencia.

Con esta finalidad, diría un sociólogo, el saludo implica el registro del otro, lo que da paso al desempeño de roles y a la institucionalización de la comunidad de los que se saludan. De hecho, la respuesta del saludo implica la voluntad de mantener y cultivar la relación.

Igualmente, para la antropología, saludarse es una costumbre, una conducta socialmente aceptada en

Autor



Gonzalo Díaz Meneses

Profesor de Marketing y Comportamiento del Consumidor, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria

una gran mayoría de civilizaciones.

Similarmente, un psicólogo podría añadir que muchas veces saludarse es saludable porque genera alegría, fortalece los lazos de la comunidad y nos convierte en miembros de un grupo expresivo.

También, el saludo ha sido analizado por la ciencia del marketing comercial como una forma de cortesía que permite empezar a atender al consumidor y cultivar su relación. Por ello, si hay una recomendación general es que debe cuidarse que sea amable, que muestre disposición de ayuda y que sea apropiado a las necesidades y características del cliente, del momento y del lugar del encuentro. En esto el marketing ha aprendido del protocolo y de la ciencia política.

Nuevos saludos

Ahora, con la crisis del coronavirus, desde las disciplinas sanitarias se recomienda limitar los saludos con contacto físico, nos dicen que debemos mantener la distancia social y acompañarnos de medidas de higiene. No es fácil, de la noche a la mañana, cambiar la forma de saludar, aunque sea de vital importancia. Para conseguirlo, el marketing social cuenta con técnicas de promoción que pueden ser muy efectivas, pues así lo han demostrado en ocasión de otro tipo de causas sociales.

Una de ellas es la que recibe el nombre del compromiso. Ésta consistiría en proponer la firma de una carta en papel, la suscripción en línea a una campaña organizada a través de una red social o la afirmación oral de una especie de promesa ante las personas del propio círculo social prometiendo no salir de casa, lavarse las manos y saludar en la distancia. Se trata de una especie de contrato con valor simbólico que apela a la coherencia y la responsabilidad del ciudadano.

Otra técnica puede ser la que mida la incidencia de los distintos tipos de saludos en puntos hoy afluentes, como en hospitales y centros de salud, supermercados, farmacias, estancos y entidades bancarias. Se trata de hacer acopio de esta información para confeccionar informes que luego se reportarían a la población a la que se pretende hacer cambiar de conducta y de saludo. Esta técnica se denomina retroalimentación y si se aplica estableciendo unos objetivos pudiera incrementar su eficacia.

Otra manera de persuadir pudiera consistir en recordar a la audiencia objetivo que no solo hay veces que no es necesario saludar, sino que hay varias formas de saludar. Se trata de hacer ver al público objetivo que existen muchas modalidades de saludo de las que se tiene experiencia e incluso uno puede estar ya familiarizado. Por ejemplo, el movimiento de las palmas de la mano, la sonrisa y la inclinación de la cabeza. Todo es más fácil cuando se tiene experiencia de la conducta que se pretende incitar en la audiencia. El uso de codos o de las puntas de los pies puede incluso representar un llamado al humor, el cual suele servir para acercar emocionalmente.

En definitiva, saludarse o no saludarse no es ni bueno, ni malo. No hacerlo no le convierte a uno en un

ángel o en un demonio endiosado. La única evidencia científica demostrada es que el saludo es una fórmula cuyo contenido aparece al principio del encuentro de dos sujetos, cuyas propiedades son naturales y expresivas.

En España, la gente se saluda mucho y esto posiblemente es un vehículo de afecto y apego. No en vano, el saludo es una de los factores que explican por qué existe una cultura sociable y alegre en este país. A pesar de la zozobra de este tiempo, el virus no va a cambiar esto.



psicología

sociología

antropología

coronavirus

COVID-19

saludo

distancia social

educación social