

¿Qué dice una selfie acerca de ti?

Date : octubre 30, 2017

Los profesores pasan mucho tiempo en las aulas de las universidades compartiendo sus conocimientos, pero su trabajo también les exige otra actividad: la investigación. Ellos realizan experimentos y recopilan información relacionada con sus áreas de experiencia e interés, y presentan sus hallazgos en artículos académicos, revistas y libros.

En un lugar como la Wharton School de la Universidad de Pensilvania esa investigación podría tratar sobre temas muy amplios, desde la flexibilización cuantitativa y el marketing étnico hasta la economía laboral, la intervención gubernamental o la nanotecnología, y cada negocio y concepto económico existente entre una cosa y otra.

¿Suena intimidante? La investigación académica no trata solo del modelado bayesiano de niveles múltiples y la informática estadística. A veces, es simplemente divertida. Una nueva investigación del profesor de Marketing de Wharton Jonah Berger y la coautora Alixandra Barasch, de la Universidad de Nueva York, se dirige directamente a la generación obsesionada con los selfies y los medios sociales. Compara las reacciones de la audiencia a las fotos posadas versus las naturales en los perfiles online. Ellos descubrieron que las personas se sienten más atraídas por la autenticidad que la perfección. En el mundo del marketing, esto tiene implicaciones importantes sobre cómo se presentan los individuos y las empresas. A continuación, ofrecemos una instantánea de lo que Berger llama “¿Una ventaja sincera? Los beneficios sociales de las fotos candidas”, dice.

¿Investigación sobre fotos? ¿De verdad? “Si piensas en cómo nos formamos impresiones sobre otras personas, esto solía consistir en encuentros en persona. Pero ha dejado de ser así”, señala Berger. “La mayoría de las veces nos formamos esas primeras impresiones de las personas —ya sean personas a las que contratamos para un trabajo, amigos potenciales, incluso personas que conocemos en un nivel diferente— a través de sus perfiles online. Estábamos interesados ??en saber cómo estas fotos afectan la forma en que las personas nos perciben. ¿Podría algo tan sutil como si la foto es natural o posada tener tanto impacto en la forma en que la gente te percibe, si quieren ser tus amigos y si quieren contratarte?

Me gusta, me encanta y retuits. “Observamos miles de publicaciones diferentes de sitios web como Facebook y LinkedIn, sitios web de citas como OKCupid, sitios web de grupos, sitios web de encuentros. En todas esas plataformas encontramos algo muy parecido, que es que la mayoría de las fotos que publican las personas son fotos posadas. Son fotos de ellos mirando a la cámara, sonriendo, mirando de una manera particular, presentándose de una manera retocada a los demás”, dice Berger.

Pero ... mi pelo está desordenado. “La gente tiene esta intuición de que las fotos posadas son mejores. Y eso es porque cuando tomas una foto, piensas mucho acerca de cómo te relacionas con los demás. Uno piensa que controlando la iluminación y su sonrisa está presentando su mejor yo. Pero como observador, alguien que está mirando esas fotos, lo que encontramos fue bastante sorprendente. Las fotos naturales, donde alguien no mira directamente a la cámara o parece que no están posando, en realidad conducen a mejores impresiones. Las personas están más interesadas en conocer a alguien, están más interesadas en salir con ellas y, potencialmente, están más interesadas en ser amigos si esa persona tiene una foto natural en lugar de posada. Todo tiene que ver con la autenticidad o si alguien es genuino. Creemos que, al publicar fotos posadas, las personas obtienen la mejor versión de nosotros. Pero de lo que no nos damos cuenta es que cuando las personas ven la mejor versión, realmente no tienen una buena idea de quiénes somos. Como observadores, queremos saber, “¿Cuál es tu yo real? Si voy a ser tu amigo, si voy a salir contigo, no quiero saber cómo te ves en tu mejor día. Quiero saber cómo te ves la mayor parte del tiempo”.

Sí, ¡pero nadie dice la verdad en las redes sociales! “Me gustan las palabras “barnizado” y “sin barnizar” porque creo que son bastante precisas”, dice Berger. “Tal y como son las redes sociales hoy en día significa que la gente se hace docenas de fotos y eligen la mejor. Solo publican cosas que son realmente positivas. Ignoran todas las cosas

negativas que sucedieron. Proyectan este estilo de vida, casi como esta marca de sí mismos. De alguna manera, eso es bueno y otras personas pueden pensar que eres genial. Pero como todos hacen eso, las personas reconocen que en realidad no eres lo que estás publicando. Eso es solo una pequeña muestra de quién eres. Sin embargo, al obtener esta perspectiva sin barnizar, como no la conseguimos todo el tiempo y porque nos da una idea de quién es realmente esa persona, la valoramos. Tu foto sin barnizar va a ser diferente a mi foto sin barnizar, así que realmente sentimos que hemos aprendido algo más sobre alguien. Esa autenticidad nos hace querer aprender más.

Entonces, hay que acabar con los selfies perfectamente preparados ... ¿para siempre? “Sería precavido al afirmar: ‘Todos deberían hacerse fotos naturales todo el tiempo’. Recopilamos algunos datos que decían, por ejemplo, que cuando buscas un trabajo, podíamos pensar en cuán genuina parece una persona, pero también en lo competente que es. Si estoy contratando a alguien para hacer un trabajo muy serio, no solo quiero saber que son auténticos. Quiero saber que son buenos en su trabajo y altamente competentes. Quiero saber que están pensando apropiadamente sobre cuál es la situación. Si eres un individuo que busca de un puesto muy serio y quieres que te tomen en serio, tal vez deberías pensar en hacerte una foto posada algunas veces. Si estás en publicidad, si eres un profesional de marketing, si tienes un rol más creativo, si estás tratando de diferenciarte de la multitud, todos esos son casos donde ser sincero podría ser más valioso”.