

DESK RESEARCH

CONCEPTES DE PARTIDA:

1. COLAPSO

La palabra colapso viene del latín *collapsus* y quiere decir caída global y completa. Un colapso social se produce cuando una cultura pierde sus características o valores más importantes de manera permanente o temporal. Esto implica el mal funcionamiento o la desaparición de sus principales instituciones, una situación que provoca daños sociales.

Colapso: el derrumbe, el desplome o la devastación de algo.

Colapso nervioso: Casi todos los seres humanos pasamos por momentos de ansiedad y estrés en la vida cotidiana, a veces con picos en los que nuestra salud se ve afectada. Esto es lo que algunos denominan colapso nervioso, y se trata de una forma de trastorno de ansiedad, por lo que no debe ser tomado a la ligera.

2. IDENTIDAD

En las ciencias sociales (psicología y sociología, principalmente), la identidad es, en términos generales, la concepción y expresión que tiene cada persona acerca de su individualidad y acerca de su pertenencia o no a ciertos grupos. El rasgo que se considere decisivo para la formación de la identidad cambia según las culturas y periodos históricos.

Crisis de identidad o existenciales: se refieren a un momento de cambio, que, indica Morán, "puede estar marcado por la propia persona o por una circunstancia externa". Se trata de situaciones que "producen incertidumbre y ansiedad, pero también dan oportunidades", añade.

La identidad social de Henri Tajfel y John Turner, es un concepto teórico que sirve para comprender los fundamentos psicológicos de la discriminación entre grupos. Se compone de cuatro elementos:

1. Categorización
2. Identificación
3. Comparación
4. Distinción psicosocial

En psicoanálisis de Sigmund Freud: Proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma, total o parcialmente, sobre el modelo de éste. La personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones.

3. TECNOLOGÍA

La expresión de la identidad en la sociedad digital: una aproximación teórica a las redes sociales.

Javier Serrano-Puche
(Universidad de Navarra)

Resumen: De igual manera a cuanto ocurre en las relaciones de comunicación cara a cara, también en las redes sociales digitales las personas se muestran y expresan a sí mismas, pero condicionadas por las peculiaridades de un ámbito mediatizado. En este paper se presenta una amplia revisión bibliográfica de investigaciones cuantitativas y estudios empíricos sobre expresión identitaria en internet, poniéndolas en diálogo con aproximaciones de corte teórico sobre la identidad en el mundo contemporáneo y con obras clásicas sobre la presentación del "yo". El objetivo es explorar las estrategias retóricas textuales y visuales por medio de las cuales los usuarios de redes sociales expresan y construyen su identidad personal. Se ofrece una descripción de las redes sociales como ámbito de interacción comunicativa, mostrando también algunas semejanzas y diferencias entre la comunicación presencial y la comunicación mediada por la tecnología.

Códigos de relación: imagen y texto

Los elementos denotativos son aquellos explícitos que nos ofrece la imagen en su lectura literal, mientras que los elementos connotativos son aquellos mensajes no explícitos que aparecen en la lectura compleja de la imagen y que responden a la interpretación que realiza el espectador. Todas las imágenes tienen elementos denotativos pero no todas destacan por sus elementos connotativos.

La imagen se puede definir como la representación más o menos exacta de algo. Las imágenes no sólo son representaciones físicas. El recuerdo de un rostro o de un objeto también genera una imagen (una imagen mental, en este caso).

Originalidad - Redundancia

Una imagen se puede considerar "original": cuando es capaz de transmitir un mensaje más o menos complejo a través de mecanismos perfectamente reconocibles pero instaurando parámetros nuevos, o modificando los anteriores de forma especialmente adecuada al momento histórico en el que se ofrece.

Será redundante: cuando su representación o significado sea abundante en la repetición de patrones o modelos ya establecidos y aceptados.

La representación máxima de la redundancia es el uso del estereotipo: son modelos que se repiten de manera recurrente y que tienen un significado muy simple y directo, así como universal. Tienden a simplificar de manera abusiva la realidad que representan, estableciendo categorías homogéneas de criterios, conductas, expresiones o formas de entender la realidad.

En síntesis, una imagen es original cuando aporta algo nuevo y diferente, por su forma o por su significado. A menudo las imágenes se repiten, quizás no las habíamos visto antes, pero hemos visto algo muy parecido, no nos sorprenden, no nos dicen nada nuevo.

PRIMERAS PREGUNTAS:

1. **Pregunta general: ¿Cuál es la relación entre colapso e identidad?**
2. ¿En un mundo globalizado lleno de imágenes, como se forma una identidad a partir de estas?
3. ¿Cómo las imágenes de nuestro entorno (carteles, TV ...) nos influyen?
4. ¿Cómo las imágenes de las redes sociales afectan a nuestra personalidad / forma de ser?
5. ¿Qué relatos se generan a raíz del colapso?
6. ¿En una situación de crisis, como nos mostramos con las imágenes?
7. ¿En una situación de crisis, como nos mostramos con las imágenes?
8. ¿Cómo afecta mezclar la idea de marca con identidad? (Sujeto-marca)
9. ¿Cómo afecta mezclar la idea de marca con identidad? (Sujeto-marca)
10. ¿Cuáles son las consecuencias psicológicas del colapso (positivas y negativas)?

SEGUNDAS PREGUNTAS:

1. ¿Cómo ayuda la fotografía a generar identidades? - (Cindy Sherman, Barbara Kruger, Mary Beth Edelson, texto selfcity)
2. ¿En una época en que nuestra identidad es online, como se define?
3. ¿Cuáles son las diferencias entre una identidad online y offline?
4. ¿Qué diferencias se producen entre las diferentes identidades online?
5. ¿Cómo se refleja el contexto más inmediato en esas identidades?
6. ¿Existe un colapso de imágenes? y de identidades?
7. ¿Las identidades son clasificables?
8. ¿En tiempos de covid, con las plataformas online como teams o jitsi, cual es la libertad de movimiento y expresión?
9. ¿Cómo nos condicionan las plataformas online en el momento de expresarnos y hablar en público?

Artículo

- Image, appearance and vanity in the use of media spaces and video conference systems
- ABSTRACT
- Media spaces and videoconference systems are beneficial for connecting separated co-workers and providing rich contextual information. However, image sharing communication tools may also touch on sensitive spots of the human psyche related to personal, perceived image issues (e.g., appearance, self-image, self-presentation and vanity). We conducted two user studies to examine the impact of self-image

concerns on the use of media spaces and videoconference systems. Our results suggest that personal, perceived image concerns have a considerable impact on the comfort level of users and may hinder effective communication [8]. We also found that image filtering techniques can help users feel more comfortable. Our results revealed that distortion filters, which are frequently cited to help preserve privacy, do not tend to be the ones preferred by users. Instead, users seemed to favor filters that make subtle changes to their appearance, or, in some instances, they preferred to use a surrogate instead.

Las videollamadas son un simulacro donde nos convertimos en avatares de nosotros mismos”

LLuís Anyó

Antropólogo de Blanquerna-URL

Pero más allá del exceso y la acumulación de videollamadas, “no hay que olvidar que las videoconferencias son un simulacro, donde somos avatares de nosotros mismos. Son una representación, que nos crea la sensación de estar conectados con alguien, pero en el fondo estamos conectados con una pantalla. Y como tal representación nos perdemos muchas cosas, sobre todo la parte física”, dice Lluís Anyó, antropólogo de Blanquerna-URL.

“La **mirada** es la **puerta de entrada a la comunicación**, y en las **videollamadas no sabemos exactamente dónde mira el otro**, si a nosotros, a la cámara o a un rincón. Esa **mirada perdida** que detectamos en el otro nos **genera incomodidad**”, asegura Ignasi Ivern, psicólogo y logopeda de Blanquerna-URL.

Baudrillard (1994) states that while modern societies were organized around production, postmodern societies are organized around ‘simulation’. In the world of **simulation**, labor is replaced with signs, codes, models, images and symbols, so social production and order are ruled by electronic and digital cultural media such as television, computers, the Internet, radio, information processing, as well as communication and knowledge industries which are simulating reality (Kellner, 2005)

10. ¿Qué situaciones suceden que de otro modo no aparecerían?

- El aula virtual
- Tanto las administraciones públicas como las empresas privadas, las asociaciones y colectivos profesionales, las universidades, las instituciones culturales o cualquier otra organización educativa empiezan a contar y desarrollar una parte notoria de su oferta formativa a través de esta modalidad educativa apoyada en Internet y en las diversas herramientas telemáticas siendo previsible que en los próximos años no solo consolide su presencia, sino que se expanda y abarque los diversos espacios y ámbitos socioculturales de nuestra sociedad.

- Las preocupaciones se centran más en las cuestiones de calidad pedagógica de los cursos on line (calidad de los materiales didácticos, de la interacción y comunicación entre los participantes, de la tutorización y evaluación de los aprendizajes)
- ¿Qué aporta el e-learning a la mejora e innovación de la enseñanza?
- Extender y facilitar el acceso a la formación a colectivos e individuos que no pueden acceder a la modalidad presencial
- Incrementar la autonomía y responsabilidad del estudiante en su propio proceso de aprendizaje
- Superar las limitaciones provocadas por la separación en espacio y/o tiempo del profesor-alumnos
- Gran potencial interactivo entre profesor-alumno.
- Flexibilidad en los tiempos y espacios educativos
- Acceder a multiplicidad de fuentes y datos diferentes de los ofrecidos por el profesor en cualquier momento y desde cualquier lugar
- Aprendizaje colaborativo entre comunidades virtuales de docentes y estudiantes

11. ¿Qué papel ocupa el texto y la imagen?

Sistemas multimedia que combinan texto, audio, vídeo e imagen. Interfaz intuitiva, visual y con muchos iconos.

- Chats
- Videollamadas
- Llamadas
- También se permite compartir todo tipo de link, imagen, vídeo, etc. (INTERCAMBIO DE ARCHIVOS)

12. ¿Cómo hemos naturalizado unas maneras de hacer en la pantalla virtual?

La vida de cualquier persona que utiliza estas aplicaciones está mediada por algoritmos. Estos se meten cada vez más en nuestra mera vida y nos vamos haciendo cada vez más dependientes. Estamos frente a la mercantilización de la vida cotidiana. Toda nuestra vida es objeto de comercialización como mercancía. El capitalismo se nos ha metido hasta los huesos y no sé si estamos preparados para lidiar con eso.

13. ¿Cuáles son los intereses económicos que hay detrás de estas plataformas?

- Las plataformas digitales están replanteando los negocios.
- Las plataformas digitales revolucionan la experiencia cliente y los negocios se adaptan al cambio.
- La adopción del teletrabajo como medida contra la propagación del coronavirus también ha supuesto un incremento en las descargas y uso de aplicaciones profesionales de videoconferencia.
- “intentan que sus alumnos ‘asistan’ a clase con normalidad,” mientras que —a la vez— los docentes lidian con la necesidad de limitar la cantidad de tiempo que los más jóvenes pasan ante la pantalla.

- **Economía colaborativa:** A medida que las plataformas colaborativas se han ido convirtiendo en la fuerza dominante en la economía digital, un número creciente de órganos políticos y autoridades gubernamentales han ido expresando quejas sobre sus prácticas empresariales. El año pasado, se dictaminó que Uber operaba ilegalmente en Londres al no tratar a sus conductores como empleados. Los modelos de suscripción están creciendo en popularidad en la economía de plataformas y a menudo, estas ofrecen a los usuarios un servicio gratuito con la opción de una actualización premium. Netflix, por ejemplo, tiene 118 millones de suscriptores en todo el mundo que pagan 10,99 € al mes.
- **Capitalismo de Plataformas:** tenemos que tener en cuenta de que estos diferentes tipos de aplicaciones colaboran entre sí para optimizar el sistema.
- Las **plataformas publicitarias** como Facebook, Instagram o Youtube, son medios publicitarios que generan datos permanentemente. Al contrario de los medios tradicionales, estas plataformas ofrecen la posibilidad de microsegmentación a niveles nunca antes vistos. Pueden segmentar por variables que hasta hace poco eran imposibles de acceder y, a medida que se interactúa con estas, se van generando mayores posibilidades.
- Las **plataformas de nube** comercializan, fundamentalmente, espacios de almacenamiento. Esto permite el trabajo colaborativo, el teletrabajo y el mero almacenamiento. Los datos que generan permiten hacer seguimiento de los programas de mayor uso, de los elementos que se suben a la nube como música, fotos, videos, etc. Permite, además, comercializar archivos, fotos y lo que se conoce como “hand off”, trabajar en el mismo archivo en varios dispositivos sincronizando toda la información en “la nube”.
- Las **plataformas de productos** son aplicaciones que comercializan productos ya conocidos y que ya tenían una gran demanda en otros formatos. Música, películas y otros contenidos culturales son comercializados de esta manera. Los datos que generan estas aplicaciones son datos privilegiados para esa misma industria de contenidos que ahora puede tener en tiempo real una cantidad de datos de uso que permiten optimizar la inversión y las ganancias.
- Las **plataformas austeras:** estas aplicaciones se caracterizan por que no suponen una mínima inversión, más que nada publicitaria, y con solo eso ya comienzan a operar. Son ejemplos de estas plataformas austeras, Uber, Glovo, Rappi, Pedidos Ya y otras similares. Este tipo de aplicaciones reclutan trabajadores desocupados, precarizados y los mantiene en esa misma situación. Ni siquiera aportan los elementos simbólicos de los que se benefician ya que la ropa, las mochilas, la gorra y todo elemento identificador lo tienen que pagar los trabajadores que, por supuesto, tienen una denominación más neoliberal y posmoderna como “socios conductores” (Uber) y otras por el estilo.

14. ¿Cuál es nuestra identidad dentro de la plataforma? ¿Cuál es el perfil?

Qué proyectamos de nosotros mismos en el mundo. Una proyección que siempre ha existido, pero que hoy en día, a través de las redes sociales y del rastro que dejamos con nuestras acciones en el mundo virtual, podemos seguir y seguir, y no se borra ni desaparece. Por ello, es más importante que nunca que tomemos conciencia de cómo la identidad digital que nos construimos hoy es pública y condiciona, de forma directa, nuestra imagen de hoy y de mañana.

¿Qué es la identidad digital? La identidad digital es el conjunto de información sobre nosotros publicada en la red, que configura la imagen que proyectamos de cara a los demás. Desde nuestros datos, imágenes y publicaciones hasta nuestros comentarios, gustos, contactos y amistades. Todo ello nos describe y determina nuestra reputación digital. Es decir, se trata de lo que somos para los demás según lo que la red dice de nosotros.

Reflexión personal: depende de la red social donde te encuentres, te permite elegir si quieres un perfil privado o público. Muchas personas son engañadas por la palabra "privado", ya que, dan por supuesto que toda la información que publiquen solo será vista por aquellas personas que el usuario quiera. Sin embargo, cuando colgamos cualquier tipo de información en las redes sociales, esta deja de estar bajo nuestro control, cualquier persona lo puede llegar a ver, ya tengas un perfil privado o público.

Las redes sociales se han convertido en un espacio en el que formamos y construimos relaciones, configuramos nuestra propia identidad, y nos expresamos y conocemos el mundo que nos rodea.

Auto expresión e identidad propia

El auto expresión y la identidad propia son aspectos importantes del desarrollo en jóvenes y adolescentes. Esta etapa es un momento en que los jóvenes intentan experimentar cosas nuevas, diferentes aspectos de sí mismos y su identidad. A lo largo de este periodo, los jóvenes tienen un medio para expresarse y explorar quiénes son.

Los medios sociales pueden actuar como una plataforma eficaz para una auto expresión positiva, que les permite presentar lo mejor de sí mismos. Son capaces de personalizar sus perfiles con imágenes, vídeos y palabras que expresan quiénes son y cómo se identifican con el mundo. Las plataformas de medios sociales también son lugares para que los jóvenes compartan contenido creativo y puedan expresar sus intereses y pasiones con los demás. Ser capaz de "gustar" o "seguir" páginas o grupos, hace que los jóvenes puedan construir un "catálogo de identidad" que los represente.

Usuarios de redes sociales: comportamiento de búsqueda y toma de decisiones

Los usuarios de redes sociales las utilizan para muchos propósitos: buscar información relacionada con sus intereses, comparar productos, entretenerse, conectar con otras personas y difundir mensajes. Sea como sea, está claro que las redes sociales ya forman parte de la realidad de millones de personas y han provocado profundos cambios en

nuestra sociedad. Como consecuencia de su influencia, han cambiado el comportamiento de las personas y sus hábitos de consumo.

Comportamiento de los usuarios por redes sociales

Para ello me voy a servir de un análisis realizado por Hubspot y la Universidad de Virginia.

Lo primero y más llamativo es la **clasificación de comportamientos**: conectar, integrarse, comunicar, descubrir y actuar.

15. ¿Cuál es la diferencia entre este perfil, y por ejemplo, un perfil de una plataforma de consumo como Netflix?

La red social del momento, Instagram, no para de recibir miles de nuevos usuarios cada día. Esta aplicación que cada cierto tiempo se actualiza, nos brinda la posibilidad de compartir todo tipo de información a través de diferentes opciones: estados y publicaciones que aparecerán en nuestro muro. En ellas podemos publicar fotos y vídeos sobre el lugar, las personas y el tiempo de donde estamos, cosa que hace que sea la mejor opción para transmitir las cosas más importantes que realizamos.

5 consejos prácticos y muy sencillos que puedes implementar para mejorar tu imagen dentro de la aplicación del momento.

No sigas a miles de cuentas

Para ser sinceros, seguir a 4.500 personas y tan solo tener 450 seguidores puede no dar el mejor aspecto a tu cuenta dentro de la app. Claro, no hay un número limitado de usuarios a seguir, pero cuando se suman las cuentas de famosos del cine, del deporte, tus amigos, las tiendas online y todo lo demás, verás que la lista aumenta de forma significativa en donde puedes no darte cuenta de ello. Lo ideal es mantener un equilibrio entre los seguidores y los seguidos, aunque venga, si tienes más seguidores que seguidos, mejor que mejor.

Sube fotos con lo más importante del día o de la semana

No creas que por postear 15 fotos al día de cualquier ocasión pueden hacer que tu perfil se vea estupendo. En este caso, la calidad siempre debe de primar, pues se trata de tu imagen que será mostrada al mundo por medio de fotografías, buenas fotografías. Céntrate en publicar fotos que realmente te gusten y no subas imágenes por subirlas.

Si tienes el perfil bloqueado o desbloqueado, la foto principal debe ser impecable

Ya sea que tengamos el perfil bloqueado o sin acceso restringido, tu foto principal debe de estar bien conservada y con ciertas características: en primer lugar, queda mejor una foto personal tuya, y no una con otras personas o de un paisaje donde no se te puede evidenciar con claridad, por ejemplo; la resolución debe de ser muy buena; y por último, mientras más natural y realista sea, mucho mejor para tu perfil.

No abusos de las historias

Desde hace meses se ha venido disfrutando de esta función dentro de la app, pero, *¿no te ha pasado que te toca ver 20 historias de un mismo usuario y al mismo tiempo?* Eso, sinceramente, resulta tedioso y de poco gusto. La idea de esta herramienta es dar a conocer algunas de las cosas más importantes que se han realizado durante el día, pero, *¿cuántas personas crees que verían todos tus estados?* De seguro que a ti tampoco te gustaría observar esa gran cantidad de publicaciones.

Los hashtags son necesarios, pero solo los más importantes

Inventar hashtags que no tienen sentido pueden ser perjudicial para tu perfil, pues si subes una foto con varias etiquetas, puede que el mensaje sea mucho más corto que todos los # que has decidido implementar para darle mayor visualización a tu publicación. Existen etiquetas realmente interesantes, pero otras, simplemente están de relleno, y aparte, no se ven bien cuando las sobreexcedes. Ubica los hashtags que creas que son la palabra clave y que identifican tu próximo post, así verás como llegan nuevos e interesantes usuarios.

Recuerda que se trata de consejos para ayudar a mejorar tu imagen dentro de la aplicación, por lo que al final, tú y solo tú tienes la decisión de elegir qué hacer en tu Instagram.

Los perfiles les permiten a los distintos miembros de tu hogar contar con su propia experiencia personalizada de Netflix. Puedes tener hasta 5 perfiles con una misma cuenta de Netflix.

Cómo crear y editar perfiles

Los perfiles permiten que los distintos miembros de tu hogar disfruten de su propia experiencia personalizada con Netflix. Puedes tener hasta cinco perfiles en una misma cuenta de Netflix.

Cada perfil cuenta con sus propias opciones particulares de:

- Preferencia de idioma
- Calificación por edad
- Restricciones a la visualización específicas
- Bloqueo de perfil
- Registro de actividad de visionado
- Aspecto de los subtítulos
- Configuración de reproducción
- Sugerencias personalizadas de series y películas
- Mi lista*
- Valoraciones*

- Correo electrónico (para recibir notificaciones por correo electrónico, y solo para perfiles con Todas las calificaciones)

16. ¿Cuáles son las actitudes frente a la cámara?

¿Por qué las videoconferencias han terminado por cansarnos y estresarnos?

La crisis del coronavirus ha provocado un aumento de la demanda en las aplicaciones de videoconferencia tanto por motivos laborales, educativos como personales. Tanto que, por ejemplo, los ingresos de Zoom han crecido un 169% durante la pandemia, como comunicó la propia empresa mediante un comunicado, y eso a pesar de los problemas de seguridad que experimentó los primeros días. Este servicio, ha pasado de 10 millones de sesiones a 300 millones el mes de mayo.

“Las videollamadas son un simulacro donde nos convertimos en avatares de nosotros mismos”

Lluís Anyó

Antropólogo de Blanquerna-URL

El bajón se puede deber a que “empezamos con mucho entusiasmo, pero ahora ya echamos de menos el contacto humano”, explica Miquel Àngel Prats, profesor titular de Tecnología educativa en Blanquerna-URL. Pero también hay usuarios que han dicho que la comunicación mediante estas aplicaciones les cansa, que les causa auténtica fatiga física y hasta estrés. “No estábamos preparados para el confinamiento, que en si mismo nos ha producido fatiga emocional. Pensábamos que la agenda lo aguantaba todo, y no hemos tenido control”, añade Prats.

Pero más allá del exceso y la acumulación de videollamadas, “no hay que olvidar que las videoconferencias son un simulacro, donde somos avatares de nosotros mismos. Son una representación, que nos crea la sensación de estar conectados con alguien, pero en el fondo estamos conectados con una pantalla. Y como tal representación nos perdemos muchas cosas, sobre todo la parte física”, dice Lluís Anyó, antropólogo de Blanquerna-URL.

“La mirada es la puerta de entrada de la comunicación y en las videoconferencias no sabemos dónde mira el otro”

Ignasi Ivern

Psicólogo y logopeda de Blanquerna-URL

hay aspectos propios del funcionamiento de este tipo de servicios que nos incomodan y nos tensionan.

“La mirada es la puerta de entrada a la comunicación, y en las videollamadas no sabemos exactamente dónde mira el otro, si a nosotros, a la cámara o a un rincón. Esa mirada perdida que detectamos en el otro nos genera incomodidad”, asegura Ignasi Ivern, psicólogo y logopeda de Blanquerna-URL.

PUNTO DE INTERÉS: LA VIDEOCONFERENCIA

PÚBLICO VS. PRIVADO

INTERFAZ: espacio, pantalla, arquitectura

EXTIMIDAD

PREGUNTA: ¿Cómo los límites entre lo privado y público se han colapsado por las ventanas que se crean en las videoconferencias, las plataformas de streaming?

1. **¿Cuáles son las plataformas de videoconferencia más utilizadas?**
2. **¿Espacio y tiempo en la intimidad?**
3. **¿Cómo ha sucedido este colapso en las plataformas de videoconferencias?**

1. **¿Cuáles son las plataformas de videoconferencia más utilizadas?**

Con el estado de alarma y el confinamiento en casa, son muchas las empresas que han implantado el teletrabajo, por lo que las videoconferencias diarias son habituales. También grupos de amigos y familiares también suelen hacer uso de estas herramientas para mantener el contacto.

ZOOM

Probablemente Zoom sea una de las herramientas más utilizadas en los últimos meses por las posibilidades que ofrece su versión gratuita, entre ellas la posibilidad de programar reuniones online o añadirlas a los calendarios de Google y Outlook. En la versión más simple pueden participar hasta 100 personas, eso sí con un tiempo límite de 40 minutos, y el organizador puede grabar la videoconferencia.

SKYPE

Skype es posiblemente la aplicación de llamadas de vídeo más conocida de todo el mercado. Ofrece una versión gratuita que puede ser válida para trabajadores autónomos y pequeñas empresas, ya que permite hasta diez participantes. Se puede usar tanto en el móvil como en el ordenador.

HANGOUTS

Hangouts es un servicio de mensajería de Google que ofrece la opción de realizar videollamadas a través de un sistema muy sencillo. Además, consume menos recursos y

tarifa de datos si la utilizas desde un teléfono móvil. A través de Hangouts también puedes enviar mensajes de texto y SMS para aquellos que no disponen de conexión a internet.

Dentro de los sistemas e-learning se encuentran los Sistemas de administración del aprendizaje o LMS, también conocidos como plataformas de aprendizaje. Estos están basados en un servidor web que tiene como objetivo principal proveer módulos para los procesos administrativos y de seguimiento que se requieren para un sistema de enseñanza, simplificando el control de estas tareas.

En las plataformas LMS del alumno/a interactúa a través de una interfaz web que le permite seguir el curso, las lecciones y hacer las actividades, hablar con el profesor/a y otros alumnos. También puede tener un seguimiento de su proceso de aprendizaje con datos estadísticos y calificaciones. La complejidad y las capacidades de cada plataforma LMS son variadas según su sistema, pero todos cuentan con funciones básicas como las dichas anteriormente. Las más comunes son Moodle con software libre y Blackboard.

Los sistemas de administración de contenidos de aprendizaje o LCMS, tienen su origen en los CMS (Content Management System) y siguen su concepto básico, la administración de contenidos enfocados en el ámbito educativo, administrando y concentrando únicamente recursos educativos. Es un sistema basado en web que se utiliza para crear, publicar, administrar y almacenar recursos educativos y cursos en línea. Los principales usuarios, los diseñadores instruccionales que utilizarán el contenido para estructurar estos cursos y los profesores / as para complementar su material en el aula o como herramienta para ampliar conocimientos a los alumnos. Los contenidos se almacenan en repositorios que pueden ser utilizados de manera independiente o asociados para la creación de un curso. El proceso para trabajar dentro de esta plataforma requiere un control de cada fase del contenido así como permitir y organizó su publicación.

Aspectos positivos y negativos

1. Gracias a la tecnología 4G puede comunicarse con uno o más de dos usuarios simultáneamente.
2. El usuario no necesita un ordenador para realizar la videollamada, puede hacerla desde su móvil, lo que supone que puede realizarla desde cualquier lugar del mundo.
3. El hecho de poder tener un contacto visual con el otro usuario hace más significativa la conversación, de manera que se puede entender mucho mejor lo que el otro necesita.
4. Las videollamadas facilitan el trabajo desde casa haciendo que este sea mucho más conectado y productivo.

Desventajas de la videollamada

1. Se requiere mucha transferencia de datos para realizar una videollamada, por lo que el uso repetido puede suponer un coste elevado en la factura de nuestro proveedor de Internet.
2. Pueden haber problemas de compatibilidad si se efectúa una videollamada entre dispositivos distintos.
3. La comunicación a través de una videollamada no es igual de fluida que una conversación cara a cara, especialmente si no se dispone de una buena conexión.

2. ¿Espacio y tiempo en la intimidad?

Cómo en pandemia han ido desapareciendo el tiempo y el espacio

Asomarnos al salón de gente que nunca nos habría invitado a su casa desdibuja la división de lo público y lo privado. A medida que nos hemos ido acostumbrando a la telepresencia, ya ni siquiera hace falta tener el despacho o el salón ordenados, basta con encontrar una pared blanca con enchufe cerca y, a ser posible, luz natural. Una planta ayudará a que parezca más acogedor.

Qué mala señal epidemiológica que la pandemia dure lo suficiente para ir creando tendencias, tanto físicas como digitales. Igual que ahora se lleva la doble mascarilla y las de tela cubren los maniqués sin boca de los escaparates, Ikea ofrece desde hace tiempo su **propia línea de decorados** virtuales para poder fingir que se está en la casa más bonita de toda la reunión. Ofrece también para descarga ambientes con velas y mantitas si se tercia una 'vinollamada'. De un lugar a otro, sin moverse de la silla.

Pixelar la intimidad de un lugar inexistente consagra la confusión total del espacio para quienes pasamos tanto tiempo en casa que ya no distinguimos dónde acaba nuestro cuerpo y empieza el mobiliario.

Zygmunt Bauman, Identidad:

Auténticas identidades de ocasión, de las que se participa con el mismo espíritu con el que se exhibe una prenda de moda.

Una doble vida, online y offline, cada una con sus propias características. En la vida online, la capacidad de escuchar, negociar y cohabitar con otros seres humanos se ve solucionada, pues no es necesario negociar, sino apretar botones.

Identidades digitales.

Paul, Christiane, and Julian Stallabrass in conversation with Katrina Sluis. "The Canon after the Internet." Aperture no. 213 (Winter 2013): 36-41.

The participants of this conversation touch upon the Western canon of art history, allegedly endangered by the seemingly anti-canonical Internet-based platforms for photography. In addition, they discuss many related topics such as collecting and archiving online content, dependency on software, copyright issues, the importance of online presence of photographers, the question of medium specificity and its validity in present-day circumstances, and others.

EL YO DIGITAL Y LA FRAGMENTACIÓN DE PANTALLA

1. La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet SHERRY TURKLE
2. <https://networkcultures.org/online-self/>
ARTÍCULOS/ INFO SOBRE TECNOLOGÍAS Y EL YO
3. <https://www.theguardian.com/media-network/2015/sep/24/online-offline-personality-digital-identity>

ARTICULO DE ONLINE Y OFFLINE COMUNITIES

William James (...) sugirió en una ocasión que tenemos tantas personalidades como situaciones vivimos. **Aunque nuestra identidad digital pueda estar fragmentada**, parece claro que nuestros diversos personajes en línea son todos migajas digitales de la misma persona; diferentes síntomas de nuestro mismo núcleo. Todavía estamos lejos de desarrollar un Shazam para el alma, pero cuanto más podamos integrar y sintetizar nuestros datos segregados en línea, más completa será nuestra imagen de nosotros mismos.

DATOS

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/apr/01/do-you-know-how-zoom-is-using-our-data-heres-why-you-should>

Empresas como Zoom hace muy poco compartían información con Facebook, no había una privacidad de datos

MIT MEDIA LAB

<https://www.20minutos.es/noticia/4225625/0/que-son-los-zoombombing-de-los-que-todo-el-mundo-habla/>

Hay poca privacidad en estas conferencias de videoconferencias, se filtran datos.

INMERSIÓN

1. FLOS - Franco Berardi

Institute of Network Cultures

Fear and Loathing of the Online Self 22-23 May 2017 Organized by: John Cabot University, Roma

What is distance it's more interesting/appealing than what it is close

Vamos a vivir en un estado totalitario dominado por 5 o 6 corporaciones?

Immersion as the new dimension of the automation of cognitive activity

IMMERSION- A TECHNOLOGICAL TREND WHICH IS NOT NEW AT ALL BUT IS GIVING SIGNS OF BEING OF ON A BRING OF A EXPLOSION

What is the shift that we are going through? We are going beyond the dimension of **flying over** (volando sobre) to the **possibility of immersion**. What is the difference between the two? I try to imagine that the first one is an activity that consist of approaching to a territory with a sense of continuous expansion of the territory itself.

Immersion evokes a state of mind or emotion of being in another place, or of others being in your place; that is, suspending your disbelief in being elsewhere, as when you are immersed in a book, movie, or video game.

(Ya no estas en un espacio transparente, que tu puedes ver todo lo que ocurre. Sino que en este espacio pantalla, donde hay una comunicación inmersiva hay factores que se vuelven opacos. Ejemplo: el uso de datos, el fondo compartido, el fondo, lo que hace la persona, lo que dice, el tacto, postura corporal, movimiento del cuerpo...) (CAJA NEGRA, Bruno Latour)

LIBRO

Digital Souls: A Philosophy of Online Death

Escrito por Patrick Stokes

EL ESPACIO

1. Wikipedia, interfaz.

Una **interfaz** (**interfaces**, en plural) se utiliza en informática para nombrar a la conexión funcional entre dos sistemas, programas, dispositivos o componentes de cualquier tipo, que proporciona una comunicación de distintos niveles, permitiendo el intercambio de información. Esto es un ejemplo de la realidad virtual. ¹

Ejemplos de interfaces en informática son las interfaces de usuario (entre computadora y persona), como sería una pantalla o un ratón (en el caso de hardware) o la ventana gráfica de un programa con el que se interactúa (en el caso de software); las interfaces físicas

(entre dos dispositivos), como el SCSI o el USB, o las interfaces lógicas (entre dos programas), como la API o el DOM.

2. Diferencia entre el ciberespacio e internet. <https://es.wikipedia.org/wiki/Ciberespacio>

Ciberespacio: un área intangible sin territorio fijo y donde cualquier persona puede acceder con un ordenador desde su hogar, su lugar de trabajo o dispositivos móviles.

El **ciberespacio**¹ es el ámbito de información que se encuentra implementado dentro de los ordenadores y de las redes digitales de todo el mundo. Es también un tema recurrente en la ciencia ficción. Es **virtual**, inexistente desde el punto de vista físico donde las personas o sujetos, públicas o privadas, desarrollan comunicaciones a distancia, exponen sus competencias, generan interactividad para diversos propósitos.

Internet: Red informática de nivel mundial que utiliza la línea telefónica para transmitir la información.

3. Artículo: Phenomenology of Online Spaces: Interpreting Late Modern Spatialities, Viktor Berger

<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s10746-020-09545-4.pdf>

Cúal es la diferencia entre el espacio real y el online? Y cómo eso afecta a las nociones de privado y público?

“**Los espacios en línea**, tal como se entienden aquí, se constituyen cuando dos o más personas interactúan entre sí utilizando las ICT (internet computational technologies) que dan acceso a Internet. “

“Internet creates interactions between people who are not close to each other physically”.

Paralelismo y comparación entre las videollamadas y las partidas multijugador de los videojuegos.

“El concepto de espacio de Löw parece también abierto a la posibilidad de espacios virtuales porque reconoce la posibilidad de espacios geográficamente no continuos constituidos cuando los objetos remotos son espaciados y sintetizados por medio de las telecomunicaciones. (página 3)”

[A] sociology of space is appropriate for research when the ‘where in the world’ – the places at which the goods and living beings of space constitution are located – is in fact relevant. It is only in this case that we are concerned with space rather than spatial metaphors. (Löw and Weidenhaus 2017: 655) As an example of the difference between space and spatial metaphors, the authors refer to the internet which may be analyzed in terms of spatial metaphors, but the internet, for them, does not constitute spaces, because the ‘where in the world’ and the materiality of online platforms is mostly irrelevant.

*El espacio cómo matérico, con un lugar donde se encuentran bienes y seres vivos.
El espacio Internet no es matérico ni existe el lugar presente donde habitan bienes materiales.*

"Internet no es en general un espacio, sino un sistema de comunicación que incorpora metáforas espaciales". (En internet no existe un dónde físico y matérico, no existen lugares reales con bienes materiales que los conforman. Por lo tanto no podemos hablar de espacio, sino de metáforas espaciales. Entendiendo el espacio como algo que está formado por bienes materiales. (Página 4 o 606)

BIBLIOGRAFIA

<https://definicion.de/colapso/>

<https://es.wikipedia.org/wiki/Identidad>

https://dadun.unav.edu/bitstream/10171/29407/1/La%20expresion%20de%20la%20identidad%20en%20las%20redes%20sociales-UNIR_ACTAS.pdf

<http://culturaaudiovisual.salvicanadell.cat/index.php/el-lenguatge-visual-repas-del-tema1/723-codis-de-relacio-el-text>

<https://es.slideshare.net/sandroalfaro/1-la-imatge>

https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/18284/file_1.pdf?sequence=1&isAllowed=y

[https://www.comisionporlamemoria.org/archivos/jovenesymemoria/bibliografia_web/ejes/Bru-baker-Cooper\[definitivo\].pdf](https://www.comisionporlamemoria.org/archivos/jovenesymemoria/bibliografia_web/ejes/Bru-baker-Cooper[definitivo].pdf)

<https://cmapspublic.ihmc.us/rid=1Q09K8F68-1CNL3W8-2LF1/e-Learning.pdf>

<https://economyatic.com/economia-colaborativa/>

<https://www.aacademica.org/fabiansilvamolina/2>

<https://www.youtube.com/watch?v=qWDgCrUOIm&t=602s>

<https://www.lavanuardia.com/vivo/lifestyle/20200627/481723282865/videoconferencia-causa-fatiga-estres-zoom.html>

<https://www.educac.cat/professorat/itineraris-transversals/identitat-digital>

<https://faros.hsjdbcn.org/ca/articulo/riscos-xarxes-socials-salut-mental-dels-adolescents>

<https://es.semrush.com/blog/usuarios-de-redes-sociales/>

<https://www.whatsnews.com/2017/10/01/5-consejos-para-tener-un-buen-perfil-en-instagram/>

<https://help.netflix.com/es-es/node/10421>

<https://es.semrush.com/blog/usuarios-de-redes-sociales/>

<https://www.betesiclicks.com/2013/11/que-significa-ser-%EF%BF%BCinfluent-a-les-xarxes-socials/>

Les grans plataformes digitals s'adapten a la crisi del coronavirus

