



Universidad de
San Andrés

Universidad de San Andrés
Departamento de humanidades
Licenciatura en diseño

*Vinculación social en la era virtual:
propuesta para mitigar un problema creciente*

Autor: Rocío de Francesco
Legajo: 31029
Mentor de Tesis: Tomás Ottolenghi

Buenos Aires, 14 de julio de 2023

ABSTRACTO/ABSTRACT

Este trabajo final integrador, producto de mi investigación en el marco del Taller De Proyecto Final de Diseño, comprende la exploración y potenciales soluciones a una problemática que se venía discutiendo en los últimos años, pero que la pandemia y la explosión tecnológica ha acelerado. Se explora el impacto de la virtualización en las conexiones sociales, particularmente en los jóvenes. Se evidencian los pros y contras de las dinámicas sociales virtuales en comparación con las interacciones físicas, destacándose la importancia de encontrar un equilibrio entre las dos formas de socialización para garantizar el desarrollo personal y emocional integral.

Se abordan y analizan las tendencias que probablemente limiten aún más la interacción personal directa en el futuro cercano, y se señala el papel que la pandemia tuvo como aceleradora del cambio hacia las interacciones virtuales.

El trabajo final de graduación ratifica la necesidad de fomentar la interacción social física sin pretender restringir la virtualidad sino buscando utilizar y apalancar la tecnología digital para mejorar el equilibrio entre virtualidad y presencialidad en los vínculos.

En busca de ese balance, se exploran alternativas de soluciones para abordar los desafíos presentados por la virtualización de la socialización, y se plantea como una propuesta inicial a la plataforma ENVIVO.

ENVIVO es un conjunto de aplicaciones y activaciones que, trabajando con productores de eventos, está orientada a promover la participación en encuentros presenciales y mitigar las principales objeciones que las personas suelen usar como excusas para no asistir a los mismos.

This integrative final work, the product of my research in the framework of the Final Design Project Workshop, includes the exploration and potential solutions to a problem that has been discussed in recent years, but that the pandemic and the technological explosion have accelerated. The impact of virtualization on social connections, particularly among young people, is explored. The pros and cons of virtual social dynamics compared to physical interactions are highlighted, highlighting the importance of finding a balance between the two forms of socialization to guarantee comprehensive personal and emotional development.

Trends that are likely to further limit direct in-person interaction in the near future are analyzed and discussed, noting the role that the pandemic played in accelerating the shift to virtual interactions.

The document confirms the need to promote physical social interaction without trying to restrict virtuality but rather seeking to use and leverage digital technology to improve the balance in the face-to-face vs. virtual balance in relationships.

In search of this balance, alternative solutions are explored to address the challenges presented by the virtualization of socialization, and the ENVIVO platform is proposed as an initial proposal.

ENVIVO is a set of applications and activations that, working with event producers, is aimed at promoting participation in face-to-face meetings and mitigating the main objections that people often use as excuses for not attending them.

Palabras clave / Keywords:

#social #virtual #vinculaciones #eventos #encuentros #presencial

#social #virtual #connections #events #gatherings #face-to-face



Universidad de
San Andrés

ABSTRACTO/ABSTRACT	1
INVESTIGACIÓN	3
Conceptos y Definiciones:	4
Vinculación social:	4
Sociabilidad:	5
Socialización:	5
Contacto físico:	6
Era virtual:	6
Sociabilización presencial:	7
Objetivo y Metodología:	7
Los jóvenes como foco:	8
Virtualización de los vínculos:	9
Revolución virtual y redes sociales:	9
La pandemia como acelerador y como laboratorio:	12
La ansiedad social, el daño colateral:	14
Tendencias futuras de sociabilidad virtual:	14
Vinculación social presencial:	16
OPORTUNIDAD	18
El Balance:	18
El Restablecimiento y las Motivaciones:	19
La Movilidad del Problema:	21
La Oportunidad y los Desafíos:	22
SISTEMA SOLUCIÓN	23
Universo de Soluciones:	23
La Plataforma	23
Alcance de la Plataforma:	24
Experiencia usuario:	24
ENVIVO y sus Funcionalidades:	25
Antes:	26
Durante:	27
Después:	30
Los Otros Participantes:	31
Las Productoras:	31
Los Anunciantes:	32
Modelo de Negocio y Monetización:	33
Visibilidad:	34
Identidad:	34
Marketing:	34
CONCLUSIÓN	35
Referencias:	36



INVESTIGACIÓN

El trabajo final de graduación realizado comprende una etapa de investigación, otra en donde se realiza un diagnóstico de la situación actual, concluyendo el mismo con una instancia de trabajo proyectual propositivo.

Para mayor claridad, se definen inicialmente algunos conceptos que serán utilizados a lo largo del trabajo.

La investigación es la parte inicial de este documento, en la que se procura comprender y profundizar sobre la situación de los vínculos sociales en el contexto actual y futuro de virtualización/digitalización, como contrapartida a los vínculos sociales presenciales, físicos y directos. Se analizarán los puntos favorables y los puntos de presión en la actual dinámica social, con foco particular en los jóvenes.

El presente trabajo se nutre inicialmente de una investigación de escritorio, en donde son revisados papers y notas que diversos expertos publicaron sobre el tema, siendo los de mayor relevancia los que se sitúan temporalmente post pandemia. A continuación se observa la problemática con base en los resultados obtenidos en entrevistas y encuestas, siendo estos de carácter cualitativo y cuantitativo, respectivamente.

A continuación se profundiza sobre el concepto de *Balance*, que es el eje que nos permitirá avanzar sobre la oportunidad identificada.

Conceptos y Definiciones:

Vinculación social:

"La interacción social es una característica de la especie humana que se convierte en el sostén de una supervivencia adaptativa." (Tapia, 2016)

La vinculación social, o sociabilización, comprende los lazos e interacciones emocionales entre las personas, estos pueden adquirir distintas características, duraciones y alcance, adaptándonos a su cultura y sus dinámicas.

Las relaciones interpersonales son vitales para el crecimiento personal y de la sociedad. Dichas relaciones derivan en vínculos sociales y conexiones que pueden ser de distinto tipo: lazos amorosos, lazos de amistad, relaciones de compañerismo en el trabajo, relaciones de vecinos... (Nicuesa, 2015).

Sociabilidad:

La sociabilidad es la cualidad o grado del carácter sociable y relacional que presentan las personas. Lo sociable del individuo se define por su tendencia natural a vivir en sociedad y por su preferencia por relacionarse con el resto de las personas en su entorno (Quevedo, 2014).

“El ser humano es un ser social por naturaleza, y el insocial por naturaleza y no por azar o es mal humano o más que humano... La sociedad es por naturaleza y anterior al individuo... el que no puede vivir en sociedad, o no necesita nada por su propia suficiencia, no es miembro de la sociedad, sino una bestia o un dios.” -Aristóteles, (384-322, a. de C. citado por Arrieta, s.f)

Los seres humanos no somos bestias ni dioses, sino personas, animales pensantes y sociales por naturaleza; es prácticamente imposible que un ser humano viva para sí mismo. Todos, de alguna manera, en algún momento y en algún grado, necesitan relacionarse con sus pares. Un individuo aislado no puede desarrollarse como persona, y en consecuencia los humanos presentan una innata tendencia a agruparse.

La sociabilidad resulta ser un elemento fundamental en los diferentes ámbitos de la vida humana, para lograr los objetivos personales -de la índole que sean- resulta vital la comunicación y el conocimiento de otras personas: entender ágilmente su situación, sus emociones, sus problemas, sus necesidades, la manera de interactuar y colaborar efectivamente. Adicionalmente, el contacto con el otro será beneficioso para nuestro propio crecimiento personal, ya que sumamos otras experiencias y otras perspectivas. La práctica activa de la sociabilidad es entonces crítica para el progreso personal.

Más allá de que resulte probablemente intuitivo, gran cantidad de estudios han comprobado que quienes viven en consonancia con la sociabilidad tienen una existencia más plena, feliz y satisfactoria, y que las relaciones sociales positivas mejoran indefectiblemente la salud emocional, mental, y también la salud en general. (Brody, 2017; Ono et al, 2011)

Socialización:

Es un concepto distinto a la sociabilidad, ya que este es el proceso por el cual aprendemos a ser miembros reconocidos de la sociedad en que hemos nacido, mediante la adopción de una cultura común, esto se realiza transitando la vida según las normas, costumbres, creencias y valores. Esto permite que cada individuo pueda relacionarse en forma armónica, con los demás miembros de la sociedad.

Se trata de una mimetización positiva, una adaptación de pertenencia, que facilita la interacción

efectiva entre personas que participan de la misma sociedad.

Contacto físico:

Robin Dunbar, antropólogo y profesor de psicología evolutiva de la Universidad de Oxford, afirma en una entrevista con BBC News (2020), que los humanos necesitan indefectiblemente del contacto físico, y definitivamente no se trata de una necesidad adquirida recientemente, sino debida a nuestro pasado evolutivo de millones de años como primates. Ese contacto físico es parte central e indivisible de la interacción social entre las personas, y está mucho más profundamente enraizado en nuestro carácter humano que cualquier evolución cultural de las últimas décadas, tal como podrían considerarse varias de las prácticas de vinculación social (o laboral) remotas a partir de las tecnologías de comunicación y la virtualización.

"Todos los primates son intensamente sociales y probablemente los más intensamente sociales de todos los animales del planeta", señala. "Ellos construyen este tipo de relaciones y amistades entre sí a través del tacto social, que toma la forma de aseo social, que consiste en revisar el pelaje del otro. Y nosotros todavía lo hacemos [...] Aún cuando la mayor parte de nuestro pelaje ha desaparecido, los humanos replicamos los mismos movimientos cuando acariciamos, abrazamos y damos palmadas, y activamos exactamente las mismas zonas neuronales y los mismos procesos hormonales", explica Dunbar (2020).

Era virtual:

La llegada de la era digital y, con ella, las nuevas tecnologías, ha generado un crecimiento tecnológico sin precedentes, motivando que -en determinados ámbitos- se hable de una nueva Revolución Industrial. Esta era tecnológica no sólo ha favorecido una mejora en la calidad de los servicios, sino un aumento espectacular en la diversidad de los mismos. Así, la implementación de estas nuevas tecnologías se está manifestando sobre lo que se ha llamado sociedad industrial, dando lugar a lo que actualmente conocemos como sociedad de la información o del conocimiento (Franco, 2005:93).

Bajo esta nueva revolución científico-técnica se han construido -y se seguirán construyendo- un conjunto de tecnologías informáticas cuyas aplicaciones abren un amplio abanico de posibilidades a la comunicación humana. Entre ellas se destacan *internet, big data, blockchain*, inteligencia artificial, y realidad virtual.

Esta *era virtual* se caracteriza por las sinergias entre todas esas nuevas tecnologías, con enorme

impacto sobre los procesos productivos y -en relación al foco de este estudio- sobre los procesos comunicacionales aplicables a los individuos, grupos y sociedades a nivel mundial.

La tecno-sociabilidad, definida por Castells (2006, p. 226), es una de las contrapartidas de la sociabilización presencial, derivada fundamentalmente de las capacidades tecnológicas de la Era Virtual. La digitalización y virtualización fomentan el crecimiento masivo de una multiplicidad de interacciones sociales mediatizadas tecnológicamente, en las que no hay contacto físico estrecho.

La comunicación -por amplitud de la oferta, por innovación, y por practicidad- parece tender entonces a desarrollarse cada vez más en canales virtuales y remotos. Toda interacción -del tipo que sea- consume tiempo de las personas. Y dado que el tiempo disponible de las personas *a priori* seguirá siendo el mismo, parece indudable que el impacto sobre la interacción presencial será mayúsculo.

Sociabilización presencial:

Se trata de un concepto nuevo, de reciente concepción. Hace apenas unas décadas lo social y lo presencial eran conceptos casi por completo indistinguibles e indivisibles: toda interacción social era fundamentalmente presencial, salvo muy limitadas excepciones (cartas, teléfonos, etc.).

Las nuevas formas de comunicación han abierto múltiples canales de sociabilización que no dependen de la interacción física y presencial. (Cáceres et al, 2017).

El término presencialidad ha tomado un carácter mucho más relevante desde la pandemia, ahora se vuelve necesario aclarar la tipología de interacción que las personas están decidiendo mantener.

Objetivo y Metodología:

Aplicando los conceptos antes explicados, podemos definir adecuadamente el alcance de la investigación realizada. El objetivo central de la misma es comprender las actitudes y percepciones de las personas en cuanto a la presencialidad y la virtualidad en su vinculación social.

Se desarrolló y ejecutó una encuesta a 92 personas de CABA y GBA, el foco giró en torno a: actitudes, percepciones y hábitos frente a la sociabilización presencial y virtual. Adicionalmente, en cinco entrevistas cualitativas se buscó comprender más sobre las dinámicas de socialización en el contexto actual, los problemas derivados, sus causas y consecuencias.

La investigación parte de una hipótesis que plantea un potencial problema en el *balance presencial-virtual*. La medida subjetiva por parte de las personas acerca de la adecuada proporción de vinculación e interacción física versus digital.

Bajo el supuesto de que el problema de desbalance sería mayor en grandes ciudades -aún cuando también es mayor la cantidad absoluta de gente- debido a las limitaciones de movilidad y la complejidad logística, se considera que el área metropolitana de Buenos Aires -por su tamaño y carácter urbano- resulta ser una buena base de investigación para la situación a explorar.

La problemática de la sociabilidad ante la virtualización (y en particular post pandemia) han sido ampliamente tratadas por una enorme cantidad de expertos de diversas disciplinas (entre ellos: Asún et al (2021), Badawi et al (2021), Betul Keles et al (2019), Dolan (2022), Martínez Lomelí (2021), Paoli(2021)). Los *insights* e información surgidos durante el trabajo de *desk research* han resultado muy reveladores y enriquecedores para el desarrollo de esta investigación, y se han incorporado como referencia en los capítulos siguientes de este documento.

Los jóvenes como foco:

Los jóvenes, por su relativamente mayor adopción de herramientas y ofertas digitales, tienen una particular exposición a la dinámica virtual-presencial en su sociabilización, y probablemente conformen también el segmento con mayor impacto potencial de estas nuevas dinámicas en su desarrollo personal, emocional y social (Betul Keles et al, 2019). Por ese motivo serán el foco central de la encuesta y el análisis, y la muestra está intencionadamente sesgada en ese sentido (más del 90% de los encuestados tienen entre 18 y 35 años de edad -Figura 1-).

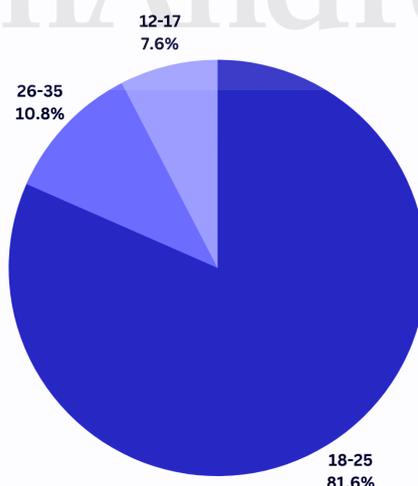


Figura 1: Segmentación etaria de los encuestados (elaboración propia)

La dinámica de sociabilización virtual y presencial es un aspecto percibido y experimentado con intensidad por los jóvenes, generando velocidad y espontaneidad pero también vértigo y ansiedad. Y mientras la necesidad del contacto físico-presencial les resulta bien tangible, la comunicación y las demandas culturales de la comunicación virtual son una fuente de ansiedad constante *“sin Instagram no vivo”, “es un gran esfuerzo pasar un día sin conectarme mil veces”, “me vicio mucho con las redes”*.

Ante la dualidad, según lo expresado en nuestras entrevistas, emerge entre los jóvenes algo que puede considerarse la contracara de la necesidad de estar permanentemente conectado: un trabajoso proceso personal para intentar controlar las exigencias de la tecno-sociabilidad. Esta autorregulación no está (al menos todavía) naturalizada, y dada la voluntad de inserción social, es conflictiva y puede generar rechazos. Esa búsqueda de autocontrol por parte de los jóvenes -a través de distintas tácticas de limitación y de incentivos- tiene como objetivo primordial el ganar disponibilidad de tiempo para actividades de sociabilización presencial.

Los encuestados indicaron diversas estrategias que han aplicado para mejorar la vinculación presencial *¿Has tomado recientemente alguna medida para intentar mejorar ese grado de vinculación? (podés elegir más de una respuesta)* (Figura 2):

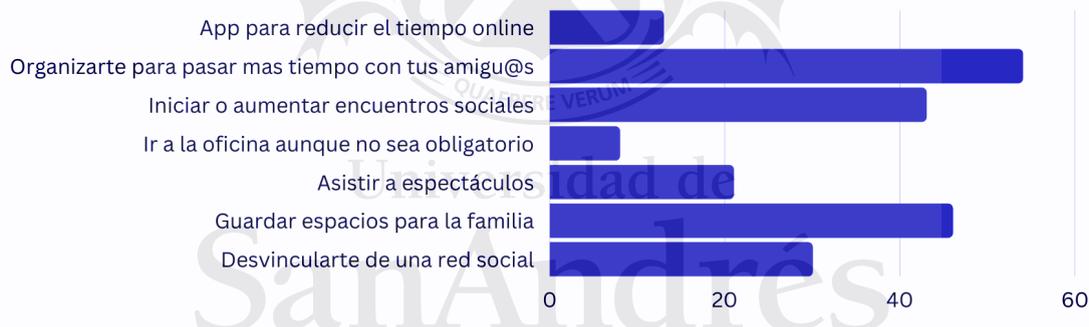


Figura 2: Incidencias de medidas tendientes a mejorar sociabilidad presencial (elaboración propia).

Virtualización de los vínculos:

Revolución virtual y redes sociales:

Los vínculos son las relaciones entre personas, del tipo que sea. Pero, tal como definimos antes, hasta hace poco tiempo esos vínculos y ese contacto suponían en forma prevalente una cercanía física. Existían mecanismos de comunicación remota (las cartas, el teléfono fijo, etc) pero su incidencia absoluta en el total de vinculaciones sociales era relativamente baja. A partir de la aparición de internet y las tecnologías que surgieron desde entonces, el mundo no volvió a ser igual.

Y las vinculaciones sociales tampoco (Pew Research Center, 2018).

Las nuevas tecnologías y la extensión de las redes sociales han constituido uno de los fenómenos sociales de mayor relevancia en estas últimas décadas. Desde sus inicios, se han ido generando nuevos espacios comunicacionales y escenarios sociales que han posibilitado nuevas formas de sociabilidad... una ampliación en la comunicación facilitando una nueva naturaleza de diálogo mediante una interacción simultánea, multi-canal, en tiempo real y sin necesidad de presencia física (Rogers, 2019).

Muchas personas mantienen su contacto habitual con relaciones y amistades a través de las redes sociales. Inclusive, es posible tener como “amigo” en la virtualidad de las redes a una persona a la que no se conoce “en la realidad” del modo presencial (Jain, 2020).

Sin considerar directamente los aspectos obviamente negativos de las redes sociales cuando son utilizadas con fines crueles amparándose muchas veces en el anonimato; considerando solo su dimensión positiva, las redes tienen el potencial de conectar individuos sin barrera alguna, sin importar raza, clase, género, o lugar de origen. Para ser “amigos” en el mundo digital la única condición es compartir valores, hobbies y/o intereses.

Las redes aceleran y agilizan las comunicaciones, presentan variedad de formatos, acompañan nuevas formas de entretenimiento, y -al ser utilizadas adecuadamente- ayudan al consenso y la toma de decisiones, fomentando la colaboración, dada su agilidad y factibilidad de utilizar en interacciones múltiples.

Pero las redes son también un catalizador de un potencial *desbalance presencial-virtual*, fomentando la “sustitución” de las relaciones directas, físicas, y uno-a-uno, por las vinculaciones puramente virtuales, con consecuencias y posibles impactos negativos en cada caso. Esa sustitución del tiempo efectivo dedicado a construir las vinculaciones directa o virtualmente es siempre parcial, pero el grado de sustitución es relevante.

No hay dudas de que los vínculos interpersonales y su dinámica han sufrido modificaciones, cambiando el paradigma de la comunicación fundamentalmente en los adolescentes y jóvenes (Tapia, 2016). Lo que no está del todo claro es si el balance actual entre modalidades de comunicación y relacionamiento es positivo para las personas, a corto, a medio y/o a largo plazo.

Hay algunas opiniones muy pragmáticas respecto a la virtualización de los vínculos. Según la antropóloga Ana María Raad (2004), los vínculos virtuales irán formando parte de la construcción de la identidad emocional, y eventualmente, la comunicación cara a cara podría no ser estrictamente necesaria, llevando principalmente la comunicación al plano virtual. Según ella, las relaciones

pre-virtuales o relaciones “verdaderas” podrían ser reemplazadas entonces, por las relaciones virtuales o conexiones. Así mismo, Tapia (2016) menciona en su artículo sobre los vínculos interpersonales en las redes sociales: “Las vinculaciones virtuales son de fácil acceso y salida, se caracterizan por ser sensatas, higiénicas, fáciles de usar, flexibles, amistosas con el usuario, en contraposición de lo pesado, inerte, lento y complicado de las relaciones pre-virtuales”. Esas perspectivas generalmente están basadas en aspectos meramente funcionales de la comunicación y los vínculos.

Pero Zygmunt Bauman (2003) indica que esa nueva dinámica conlleva también angustias: los vínculos personales se vuelven líquidos, diluidos e inestables, el contacto humano, el sexual y afectivo, se vuelve inconsecuente, transaccional y efímero, y el proceso de retroalimentación fuertemente anclado en las apariencias “mostrables” genera ausencias en la profundidad de las relaciones. Y esto sin considerar algunos efectos colaterales en la comunicación en general: la potencial falta de enfoque o atención, la comunicación negativa, o el aislamiento social.

Lo cierto e indiscutible, es que los nuevos modos comunicativos y las nuevas formas de vincularse han llegado para quedarse. Aprovecharlas para enriquecer las relaciones holísticamente y en forma balanceada con la rica experiencia de vinculación directa y física es un objetivo que las personas están buscando activamente. La virtualidad no es un problema en sí mismo: tiene ventajas y desventajas. Una sociabilidad rica e integrada probablemente se pueda alcanzar, encontrando el balance entre presencialidad y virtualidad.

Uno de los entrevistados (Juan, 35 años) expresó : "*La virtualización me hace ser muy eficiente en mi trabajo y lograr cosas que me demandarían mucho tiempo improductivo. Y me permite enterarme rápido de las novedades de mi entorno. Pero después de estar pegado a la computadora todo el día laburando, me gusta estar con mi mujer, mi hijo y mis amigos. En eso no transo con la tecnología... pero la sigo usando.*"

Celeste Choclin, Directora de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad de Ciencias Sociales y Empresariales (UCES) explica: "*Efectivamente el vínculo presencial se está perdiendo y es necesario encontrar un equilibrio. En primer lugar, debemos pensar que los dispositivos técnicos (celulares, tablets, computadoras) no son más que herramientas al servicio de nuestra comunicación y desde allí poder evaluar el uso que le damos. El tema no es preguntarnos si debemos recurrir a las nuevas tecnologías o prescindir de ellas, sino cuándo es más conveniente usarlas, en qué circunstancias, y poder plantearnos su necesidad. Debemos ser conscientes que su omnipresencia (como el uso abusivo de cualquier práctica social) va en detrimento de la experiencia real*".

La pandemia como acelerador y como laboratorio:

Con las restricciones de la pandemia por COVID-19, la forma en la que interactuamos socialmente cambió radicalmente: la interacción presencial se anuló temporalmente (fueron 155 los días de cuarentena estricta en AMBA), generando interacciones virtuales que persisten aún hoy. El encierro y la falta de interacción “real” tuvieron un marcado efecto nocivo sobre la salud mental. En el primer año de la pandemia, la prevalencia mundial de la ansiedad y la depresión aumentó un 25%, según un informe científico publicado por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2022).

Durante la pandemia, la virtualidad y las tecnologías de comunicación digitales tuvieron un crecimiento explosivo en su adopción y masificación a medida que la gente (y en particular los jóvenes) buscaban afanosamente participar de cualquier alternativa que les permitiera socializar. En tal sentido, las herramientas virtuales (Zoom, Meet, Houseparty, Instagram, y varias otras desarrolladas y/o expandidas vertiginosamente en la pandemia), aún con sus obvias limitaciones, funcionaron como una válvula muy necesaria de protección para la sociabilidad. La vinculación por medio de redes y plataformas que permitían el contacto visual se maximizó y potenció en todos los contextos.

La explosión de la interacción en cuanto comenzaron los primeros indicios de reapertura (reflejada por ejemplo en la proliferación de encuentros grupales y masivos inicialmente clandestinos particularmente -pero no exclusivamente- por parte de los jóvenes) demostraron inequívocamente la presión interna que las generaciones jóvenes venían conteniendo en cuanto a la necesidad de contacto e interacción presencial.

Las restricciones de la cuarentena fueron obviamente necesarias para el control de la enfermedad. Lo que resulta menos evidente es el impacto en la salud mental y social aún luego de levantadas las restricciones y el aislamiento preventivo y obligatorio. La ansiedad social post pandemia es una realidad en muchos sectores de la población. Aún cuando las restricciones disminuyeron o desaparecieron por completo, los efectos de ansiedad social se continuaron observando con claridad, en particular entre los jóvenes.

El entorno y la experiencia cultural tienen gran impacto en las conductas y costumbres de proximidad social. Por ejemplo, la disciplina sociológica de la *proxémica* ha demostrado que la ansiedad social y las distancias de confort personal son bien distintas para personas acostumbradas a bajas o altas densidades poblacionales. (Sorokowska et al, 2017; Erickson, 2017; Psychology Today, s.f)

En este caso tan claro de distanciamiento obligatorio, la prolongada ruptura en los patrones de sociabilidad “física y real” de los grupos etarios más jóvenes parece haber generado perdurables

problemas emocionales y de salud mental, según indican los trabajos de OMS, UNESCO y Lancet publicados en el 2021. Las restricciones forzaron patrones de interacción intergeneracional y exclusivamente intrafamiliar que no son naturales en un período de la vida en el que debería maximizarse la construcción de solidez emocional mediante la activa socialización y la exploración con los pares generacionales. Las medidas derivadas de la pandemia han obligado a los jóvenes a un distanciamiento intrageneracional que les ha dificultado la construcción de identidad y la canalización de energías de cambio social; les ha impedido dar los pasos más sencillos de la edad adulta, tales como conocer a nuevos compañeros de estudios o trabajo en persona, tener citas afectivas o simplemente divertirse con amigos en una noche de fiesta.

“Probablemente sea necesario estimular y buscar proactivamente los espacios para que los niños y jóvenes puedan expresarse no solamente mediante el intercambio verbal, sino mediante la realización de actividades en conjunto, como juegos de roles, cocinar, expresar emociones por medio de las artes para poder normalizar la interacción social.” (Lomelí, 2021)

La pandemia y la cuarentena han funcionado como un acelerador de tendencias de virtualización, pero también como un laboratorio y un experimento a gran escala de las principales consecuencias que podrían derivarse de un mundo 100% virtual.

¿Cómo se ha modificado tu nivel de sociabilización post pandemia? (Figura 3)



Figura 3: Evolución de confort ante la cercanía social post pandemia (elaboración propia).

La ansiedad social, el daño colateral:

La ansiedad social es un trastorno mental crónico en el que las interacciones sociales causan un estrés irracional, afectando directamente la sociabilidad de las personas afectadas. Se trata de un intenso y persistente temor a las situaciones sociales en las que el individuo se ve expuesto a un

posible escrutinio por otros (Cleveland Clinic, 2022). Se caracteriza por sensaciones que van desde una simple incomodidad a una verdadera fobia de interactuar socialmente en la vida cotidiana, particularmente en situaciones que exigen cierta exposición de uno mismo, tales como entablar conversaciones con compañeros de estudio y/o trabajo (inclusive, atender llamadas telefónicas en lugar de intercambiar mensajes escritos). La ansiedad social, es una expresión negativa de la incertidumbre social y la inseguridad, fomenta el retraimiento social y solidifica los hábitos de reclusión ("*mejor me quedo en casa*"), agravando recursivamente el problema original.

Lazarus (2000) se refiere a la ansiedad (social) como una relación particular entre el individuo y el entorno (social) que es evaluado por éste como amenazante o desbordante de sus recursos y que pone en peligro su bienestar.

La ansiedad social ya traía, en particular en los jóvenes, una tendencia problemática desde hace varios años. Un fenómeno creciente, derivado fundamentalmente de la doble trampa de la sobre-exposición digital y la sobre-protección física de las redes sociales, y también de la presión social masificada para cumplir con patrones de disfrute e interacción impuestos por las tribus y el entorno. La tendencia fue agravada por la pandemia e intensificada por los meses de aislamiento en un momento clave para el desarrollo socio-emocional de los jóvenes. (La Greca & Harrison, 2005).

Mientras la virtualización radicalizada parece ser parte del problema, el problema se realimenta a sí mismo, pues los jóvenes menos habilidosos socialmente o que experimentan mayores grados de ansiedad social se recluyen casi exclusivamente en esas mismas plataformas digitales como medio principal para relacionarse y compensar así sus dificultades preexistentes. (OMS, 2021)

Tendencias futuras de sociabilidad virtual:

La innovación tecnológica y digital es intensa y permanente, y sus impactos se propagan rápidamente. Como parte de estos nuevos capítulos de la revolución digital, y tal como veremos más adelante, las tecnologías que se están desarrollando en la actualidad muy probablemente cambien por completo las maneras de comunicarse y sociabilizar.

Como tendencia concreta y asequible a corto plazo, la realidad aumentada (AR) y virtual (VR) definitivamente tiene la potencialidad de impactar mucho en las vinculaciones sociales. La inmersión propuesta por la AR/VR cambiará por completo el involucramiento de los usuarios y abrirá canales hasta ahora inexplorados para interactuar con otras personas. Estas tecnologías presentan infinitas posibilidades que recién estamos vislumbrando en cuanto a creatividad, comunicación y atributos adicionales para la comunicación. Esta réplica del mundo real en el mundo virtual seguramente

intentará reproducir muchas de las dinámicas sociales de nuestra vida diaria: el trabajo, el deporte, el turismo, la vida afectiva...

Mark Zuckerberg, creador de Facebook, lo define como una nueva plataforma virtual no para mirar una pantalla sino para estar dentro: “Hablamos de un Internet corpóreo: en lugar de mirar una pantalla, estaremos ‘dentro’. Será más natural y vívido: las pantallas no pueden conectar la experiencia humana completa, no pueden brindar la idea de la presencia. Con esta nueva tecnología sí se podrá: de eso se trata el metaverso” (Zuckerberg, 2021).

Mientras es innegable que los dispositivos móviles y las redes sociales empujan a la gente a la interacción digital, diluyendo poco a poco la interacción humana directa, hay quienes afirman que la realidad virtual y aumentada no tienen por qué provocar el mismo efecto. Según esta visión, lo interesante de estas tecnologías es que pueden ser tan reales que crearían nuevas interacciones sociales indistinguibles de una relación directa y cara a cara, pero sumándole la interactividad, la multicanalidad y las posibilidades de enriquecimiento digital.

Estas opiniones suelen reducir, soslayar o directamente omitir intencionalmente las potenciales consecuencias negativas de las tendencias antes mencionadas.

Nos interesa poner foco sobre las opiniones que alertan acerca de las posibles consecuencias negativas que podría traer el metaverso a nivel psicológico y emocional. La primera de ellas sería la adicción: “un mundo virtual que nos haga sentir que estamos viviendo una realidad paralela es por definición altamente adictivo”. Gabriela Paoli considera que esta adicción probablemente sea mayor que la que producen los videojuegos: “Una realidad ideal, que haga creer al cerebro que está viviendo situaciones reales y satisfactorias, hace que el cerebro segregue hormonas como la dopamina. Por tanto, nuestro cerebro siempre querrá más”, analiza Paoli.

Las potenciales derivaciones psicóticas por el desdibujamiento de la línea entre lo real y la fantasía serían efectos catastróficos imposibles de prever actualmente (Dolan, 2022). China, en su masiva tecnificación juvenil, puede ayudarnos a anticipar el tamaño del problema: el hecho de que actualmente para China el IAD -Trastorno de Adicción a Internet- representa la principal crisis de salud en jóvenes debería alertarnos acerca de la potencial dimensión del asunto.

Uno de los riesgos de esta nueva realidad virtual sería el deterioro de la comunicación y las relaciones sociales presenciales, reemplazadas por una supuesta dinámica social virtual. El intento de suplantación podría resultar aún peor bajo esta perspectiva.

El universo virtual y la falta de contacto con personas reales a las que “abrazar, tocar, mirar a los ojos” podría hacernos sentir más aislados que nunca, y deteriorar, en general, las habilidades

socio-emocionales de las personas. No hay herramientas digitales que reemplacen o suplanten las necesidades creadas en millones de años de evolución de la especie humana.

Mark Zuckerberg afirma: *"La realidad aumentada, mixta y virtual serán tecnologías fundamentales, especialmente para mejorar nuestras interacciones sociales."* (iProUp, 2022). Es inevitable dudar de su objetividad dados los enormes intereses creados de sus empresas en el asunto.

Una de las respuestas obtenidas en las entrevistas cualitativas realizadas expresa que: *"Cada vez hay más razones para quedarme online y me absorbe la virtualidad; es muy atractivo todo. Uso y vivo la virtualidad para muchísimas cosas y la verdad es que me facilita la vida, pero me es muy difícil despegarme"* (Micaela 31 años, aún sin acceso a VR/AR...).

Vinculación social presencial:

Hasta hace un par de décadas, este largo concepto era una obviedad repetitiva. Toda (o casi toda) vinculación social era directa, física y presencial. Pero hoy en día requiere aclaración: juntarse con amig@s a comer, ir al teatro en pareja, organizar un partido de paddle... son vinculaciones sociales presenciales. Y no son las vinculaciones sociales a las que le estamos dedicando la mayor cantidad de nuestro tiempo disponible.

Crear lazos y conexiones con otras personas de manera presencial-física, es una dinámica altamente necesaria para un desarrollo mental y social armónico. *De la encuesta realizada: ¿En qué grado percibís que la actividad social presencial o cercanía física contribuye a lo siguiente?* (Figura 4)

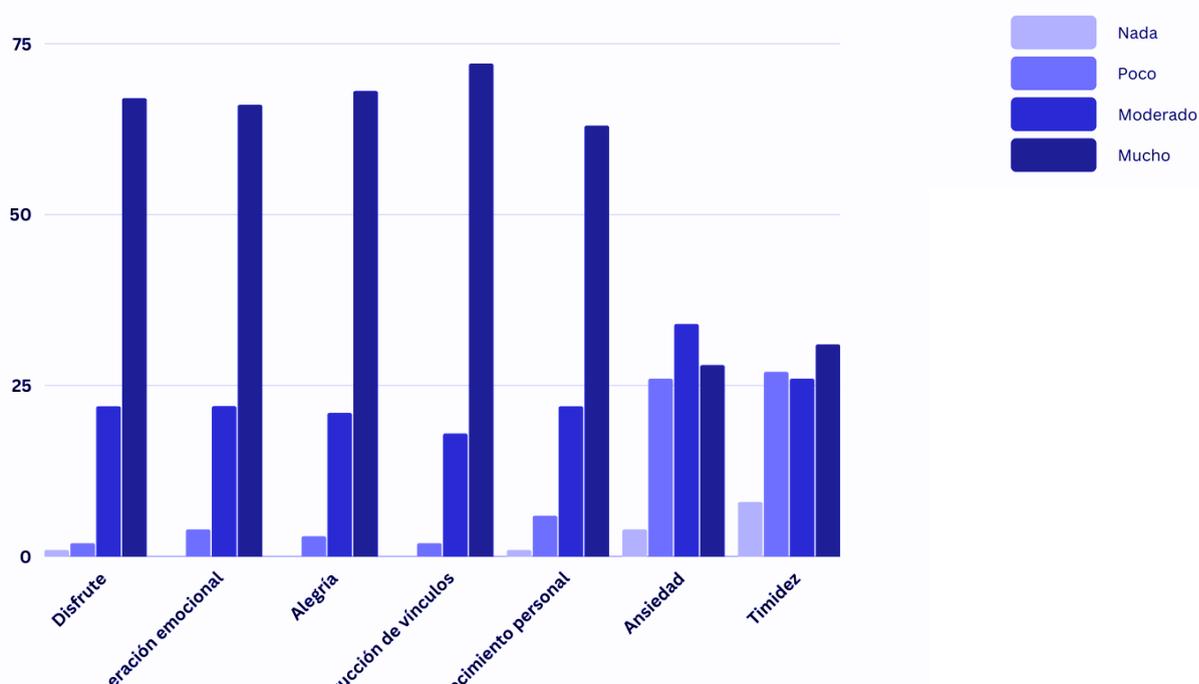


Figura 4: Contribución de la actividad social presencial (elaboración propia).

Debido a su mayor grado de exposición personal y la imposibilidad de moverse o salirse de la situación fluidamente, la vinculación presencial genera definitivamente impactos emocionales intensos y más comprometidos que la vinculación virtual. Muchos generalizados y de índole positiva, y algunos más relacionados con factores de ansiedad, timidez o estrés, de menor alcance relativo. Pero, todos ellos, componentes fundamentales en nuestro desarrollo socio-emocional como especie.



Universidad de
San Andrés

OPORTUNIDAD

El Balance:

En las encuestas podemos identificar diversos grados de satisfacción (e insatisfacción) en cuanto a la percepción personal del balance presencial-virtual. (Figura 5).

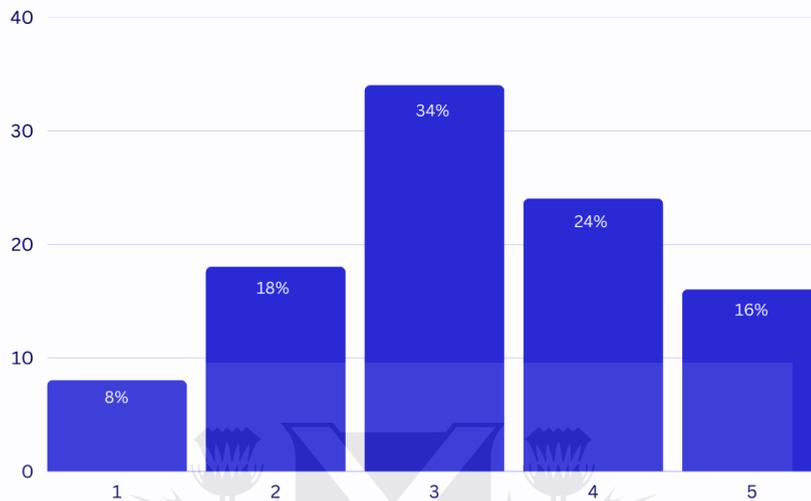


Figura 5: Grado de conformidad con el balance presencial-virtual (1 siendo nada conforme a 5 muy conforme) (elaboración propia).

Un 60% de las personas encuestadas declara sentirse poco o moderadamente conforme con su balance actual de vinculación, y el 56% de todos los encuestados desea que su nivel de vinculación presencial aumente (ver Figura 7). Pero son plenamente conscientes de que no lo están logrando.

Parece surgir la oportunidad de restablecer algún nivel de balance subjetivo y dinámico en el tipo de vinculación. Definir ese balance ideal no parece ser un objetivo a plantear en forma generalizada. Se trata indudablemente de un balance subjetivo (propio de cada persona), y probablemente dinámico (cambiante en el tiempo tanto por el entorno como por la edad de la persona en cuestión). Lo razonable sería establecer un objetivo de satisfacción con respecto a ese balance. Hoy en día esa satisfacción no está siendo alcanzada, tal como indican asertivamente los encuestados. Esa medida de satisfacción (subjetiva, pero cuantificable) sería un indicador razonable a medir en cualquier esfuerzo de mejora.

El Restablecimiento y las Motivaciones:

Existe actualmente una brecha entre ese balance subjetivo deseado y la toma de decisiones: la gente percibe una clara diferencia entre su voluntad de participar de una actividad social concreta y lo que está finalmente haciendo. Al momento de la decisión, hay un salto de motivación que no se está produciendo con la efectividad que a ellos mismos les gustaría.

Pareciera que ese balance no es factible de alcanzarse mediante estrategias de restricción forzada o auto-impuestas sobre los componentes virtuales de la ecuación: intentar alcanzar un balance presencial mayor a través de limitaciones y controles sobre el tiempo de conexión virtual. Hay distintas tácticas y herramientas actualmente en uso por quienes han tomado un protagonismo más activo en el problema, pero no resultan ser del todo efectivas. En tal sentido, el foco de atención debería estar puesto sobre la protección, fomento y desarrollo de los momentos de vinculación social presencial, inclusive apalancando las herramientas digitales a favor del balance.

Dentro de la encuesta, se indagó sobre la oportunidad de mejora que las personas encuentran en su tiempo de contacto presencial: ¿En qué medida consideras que actualmente hay una oportunidad de mejora en tu tiempo de contacto presencial con otras personas ? (de 1 mínimo/poco a 5 máximo/mucho) (Figura 6):

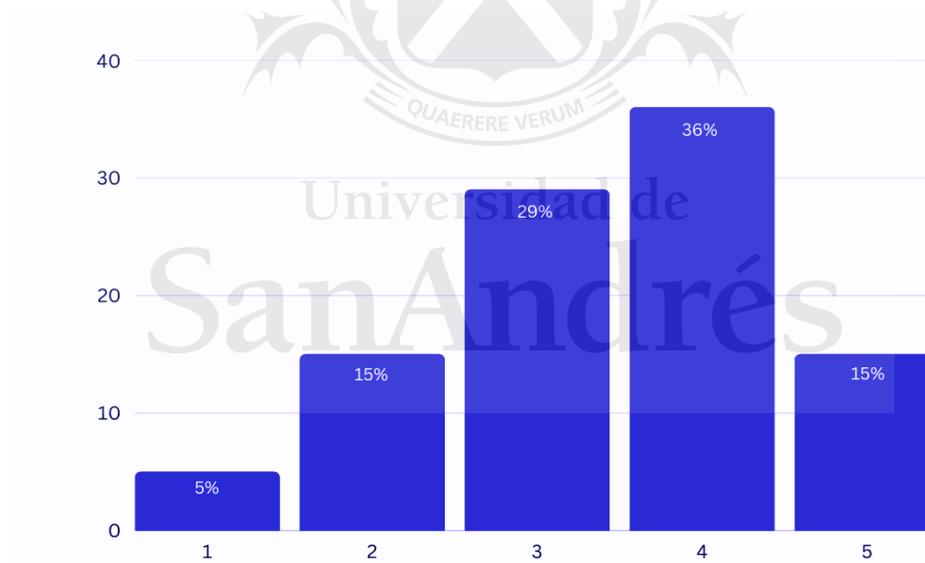


Figura 6: Grado de oportunidad de mejora en el tiempo presencial (1 a 5) (elaboración propia).

La gente no solamente no está conforme con su balance “presencial vs virtual” en sus vínculos sociales. Respecto a ese “balance actual” tal como ellos mismos lo están definiendo subjetivamente, encuentran una concreta oportunidad de mejora y desean que aumente marcadamente (Figura 7).

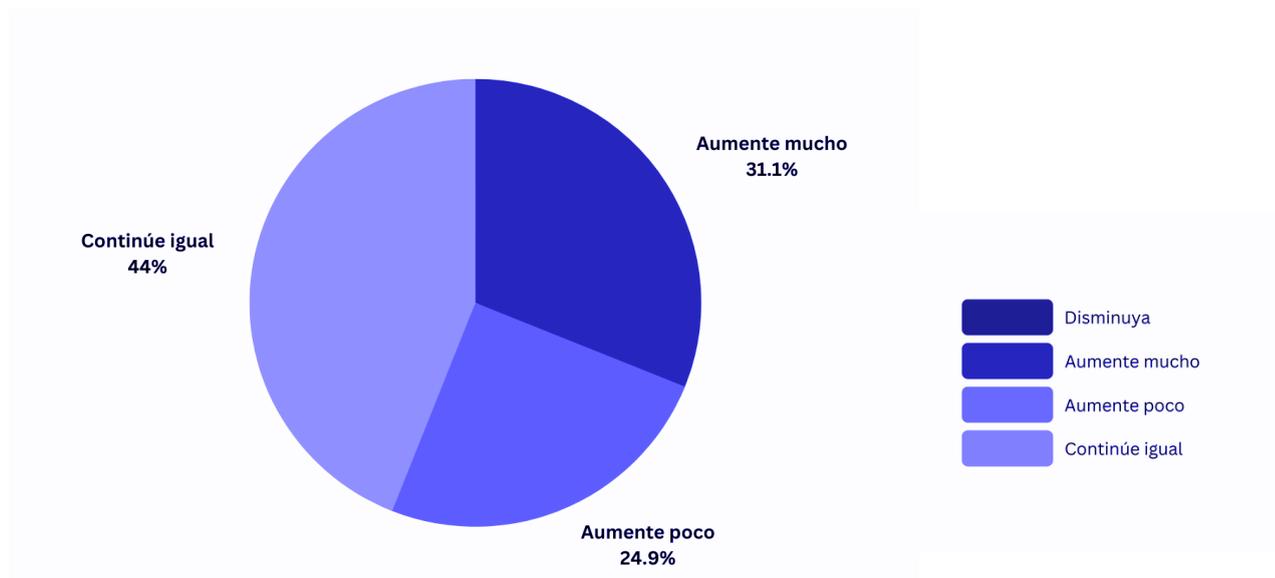


Figura 7: Deseo de evolución de balance presencial-virtual (elaboración propia).

Uno de los hallazgos de las entrevistas en profundidad fue el carácter de “actividad por defecto” que tienen ciertos canales digitales como los celulares con las redes sociales o los smart TVs con las propuestas de streaming on-demand. De no existir una motivación sustancial y diferencial para ejecutar otra acción de la índole que fuera, el equilibrio estable de la persona consiste en recaer en esos “*devices*” como actividad central. En el caso de las redes con la presión adicional exógena de “mantenerse conectado” y no ser tildado/a de ausente (“*me clavaste el visto*”), y la presión autoimpuesta del tipo “FOMO” (fear of missing out: el temor a no ser incluido o no participar de una actividad).

Eso significa que cualquier intento de motivación para la actividad social directa deberá primero sacar a la persona de un estado de equilibrio estable, debiendo romper esa inercia estática percibida subjetivamente como muy confortable. En tal sentido, resulta clave entender cómo es que se motivan las personas hoy en día para salir de esa posición de anclaje digital-virtual y decidir movilizarse para tener experiencias presenciales con otras personas.

Entrevista a Tomás, 20 años: “Si los chicos no me insisten mucho o proponen algo zarpado me puedo quedar jugando a la Play toda la noche”

La expresión repetidamente utilizada por los entrevistados fue “experiencia enriquecedora” o “momento enriquecedor”. El costo de oportunidad de la inercia virtual es alto, y en las encuestas en

profundidad surge que las personas reclaman un reaseguro previo (aunque sea percibido) de que el esfuerzo valdrá la pena.

En la indagación posterior de lo que definiría a priori a una experiencia o momento como “enriquecedor” de nuevo se llega a definiciones y características subjetivas, muchas veces circulares: “momentos enriquecedores son aquellos que enriquecen mi vida y/o mi ánimo del momento”.

Los entrevistados sí definen claramente los resultados posteriores, lo generado por esas experiencias enriquecedoras: alegría / diversión, sorpresa / asombro, belleza, energía / positivismo, tranquilidad versus excitación, etc. La percepción previa (y creíble) para la persona en esos sentidos es lo que logra el empuje requerido para ese esfuerzo orientado a la interacción directa o física.

La construcción de esa percepción en el individuo depende de una serie de factores influidos principalmente por sus experiencias previas y por los inputs que se reciben -paradójicamente- a través de las redes sociales. Entre esos factores se cuentan: el esfuerzo logístico para el encuentro presencial (distancia, ubicación, transporte), las limitaciones (costos, vestimenta esperable), el grupo de referencia con el que se interactuará (cantidad de gente, cualidades, conocimiento previo), los motivadores extras (innovación, novedad, curiosidad), y los factores personales propiamente dichos (recuerdos, gustos, complicaciones, humor, etc...).

La Movilidad del Problema:

Una gran dificultad para el restablecimiento de un balance subjetivo óptimo es que esa motivación requerida para salir de la inercia virtual tiene como contrapeso una oferta cada vez más atractiva y atrapante. De no mediar estrategias activas, es muy probable que las decisiones de sociabilidad presencial sigan perdiendo relevancia versus las alternativas de vincularse vía redes.

Tecnológicamente, la acelerada innovación digital justamente está basada y orientada a la retención de usuarios, que suele ser su principal estrategia para poder monetizarse. Y el escalamiento de esa innovación es instantáneo por su carácter digital (Zipkin, 2018). Como contrapartida, la oferta presencial no puede competir en cuanto a innovación de oferta porque los ciclos de *innovación física* (cualquier producto o servicio que en su producción o ejecución implica la aplicación de recursos físicos, logística, operaciones, personal) son sustancialmente más largos y tienen mayores barreras y complejidad.

La masa crítica de adherentes que pueden lograr rápidamente las propuestas digitales generaría también una continuidad en el carácter demandante de la socialización virtual por la mera “presión

de pares” o el obvio FOMO “¿Cómo? ¿No te enteraste?”.

Además, una de las principales áreas de innovación radical en lo físico se refiere a las soluciones logísticas y de consumo “at home”, que obviamente intenta aprovechar estas dinámicas reclusivas, y -en un lazo de realimentación- al mismo tiempo facilitarlas y fomentarlas.

En estos segmentos jóvenes con baja experimentación social y grados diversos de ansiedad social es probable que los riesgos percibidos para la interacción social directa sean cada vez mayores. Las redes proveen -por lo menos en percepción- una “protección” adicional contra esos potenciales riesgos o peligros del contacto presencial. (Robinson y Smith, s.f. ; Escobedo y González, 2018))

La Oportunidad y los Desafíos:

Tal como hemos investigado, los adultos jóvenes han enfrentado un cambio mayúsculo en su dinámica de comunicación y vinculación social. Lo virtual, ha modificado en forma radical la manera de relacionarse, agregando todo un segmento de canales antes inexistentes. Y ésto es solamente el comienzo...

Dadas las ventajas y beneficios que ya hemos mencionado anteriormente, las personas han adoptado masivamente estas herramientas, pero también hemos visto que un desbalance extremo y/o la potencial insuficiencia de contacto directo y presencial puede resultar nocivo para el bienestar y desarrollo socio-emocional del individuo. La pandemia ha resultado ser una notable prueba de ello.

Volviendo a los hallazgos de nuestro proceso de encuestas y entrevistas, los adultos jóvenes identifican claramente esta brecha en su socialización, y desean mejorar su tiempo de contacto directo, pero no tienen demasiada claridad acerca de cómo lograrlo. Las pantallas y lo digital los absorben y retienen.

Hay una enorme oportunidad para ayudar a los jóvenes adultos a alcanzar una mayor vinculación social presencial en su balance con la virtualidad, no necesariamente corriendo de la escena al entorno digital, sino aprovechando las bondades de las herramientas tecnológicas. En tal sentido, el desafío consiste en contribuir a que las personas logren acercarse, a un balance virtual-presencial satisfactorio y encuentren distintas motivaciones y herramientas como para fortalecer la vinculación humana estrecha, física y directa.

SISTEMA SOLUCIÓN

Universo de Soluciones:

Ya habiendo superado las restricciones de la cuarentena, podemos afirmar que la pandemia ha funcionado como un acelerador de las tendencias preexistentes de virtualización social y como un amplificador global del fenómeno de la ansiedad social de los jóvenes. (OMS, 2021)

Hemos visto la importancia de lo físico y presencial para el desarrollo humano positivo en lo social. Se torna necesario expandir las experiencias colectivas presenciales. (Dunbar, 2020)

A través del presente trabajo se determinó que para lograr esa expansión presencial la estrategia de intentar limitar o restringir la digitalización y la virtualidad es de muy dudosa efectividad. Contrariamente, no se debe ver a lo digital como el enemigo a destruir, sino como el aliado para un cambio: unir la tecnología-sociabilidad con la conexión física.

La estrategia adecuada se basa en fomentar la vinculación presencial, no se trata de que la gente reduzca forzosamente su conexión digital, sino de que haya más interacción física a través de fomentar que la misma se concrete, en otras palabras se trata de usar lo digital a favor de la vinculación presencial.

Ese impulso se puede lograr por una mayor motivación directa a la participación en actividades sociales presenciales y/o por la reducción de las objeciones más frecuentes y dominantes. En el primer caso, trabajar sobre las experiencias colectivas actuales para optimizar o mejorar las soluciones existentes y de esa manera aumentar la concurrencia a eventos presenciales. En el segundo caso, facilitar la asistencia, contribuyendo a bajar las barreras de participación proveyendo soluciones a las mismas, y romper de esa manera la inercia de quedarse en casa conectado a redes sociales.

Para lograr estos objetivos se desarrolló una plataforma para propiciar, incentivar y expandir las experiencias colectivas presenciales, procurando en base a la misma aumentar la socialización presencial y el trato interpersonal de los jóvenes.

La Plataforma

ENVIVO reúne en una plataforma, un sistema integrado de soluciones y procesos, con algunos front-end digitales. No es simplemente “una app” (Figura 8).

El objetivo del sistema es propiciar, incentivar y expandir las experiencias colectivas presenciales,

trabajando y proveyendo soluciones y beneficios antes, durante y después de la propia actividad presencial.

ENVIVO promoverá y simplificará la decisión antes de asistir a una actividad presencial, maximizará la experiencia durante la experiencia, y generará la voluntad de volver a participar presencialmente en eventos.



Alcance de la Plataforma:

La solución propuesta puede aplicarse a varios entornos o experiencias colectivas presenciales, pero por foco y prioridad se decide planear la expansión con un *roadmap* de desarrollo, comenzando por un único segmento de experiencias que son las fiestas y sus variaciones.

El grupo de experiencias a ser alcanzadas por la plataforma se ampliará a lo largo del tiempo, incluyendo otras actividades y destinos sociales (espectáculos, bares, gastronomía, etc).

Experiencia usuario:

Para entender las dinámicas de un usuario potencial de las fiestas de hoy en día utilizamos el ejemplo de Juan.

Juan tiene 23 años, vive en Buenos Aires, trabaja y le gusta salir con sus amig@s, pero a veces no encuentra la motivación suficiente.

En una típica salida de Juan, previamente al evento un amig@ le avisa de una fiesta por Instagram. Evalúa su grado de motivación como para encarar la salida versus planes alternativos (tales como quedarse en su casa conectado) y, en caso de decidirse positivamente, compra la entrada al evento por *Passline u otra aplicación* y organiza con quién y cómo irá por WhatsApp. Va a la fiesta en auto, probablemente compartido, asiste y se divierte en el evento, y luego regresa a su casa.

¿Cuál podría ser una experiencia distinta que motive a Juan a salir de las redes o pantallas para ir a una fiesta con amigos? ¿Cómo podemos lograr que Juan quiera volver a salir y reunirse con gente?

En este caso, ENVIVO deberá entonces promover y simplificar la decisión antes de ir a la fiesta, maximizar la experiencia durante la fiesta, y generar la voluntad de volver a ir a esa u otra fiesta, modificando marcadamente la experiencia de Juan:

Previamente al evento: Juan es notificado oportunamente acerca de la fiestas que se programan, ve en la plataforma quiénes son sus amig@s registrados, toma la decisión de ir a la fiesta, compra la entrada con descuento por la plataforma, y busca los puntos de encuentro y/o soluciones logísticas más adecuadas para ir a la fiesta.

Durante el evento y utilizando ENVIVO interactúa con videos y comentarios, y participa de actividades de realidad aumentada que maximizan su experiencia apalancando la tecnología para mejorar aún más el disfrute del evento presencial.

Después del evento: Juan vuelve a su casa, accede a contenidos exclusivos de la fiesta, y participa de un programa de lealtad.

ENVIVO y sus Funcionalidades:

La plataforma ENVIVO cuenta con una serie de funcionalidades para el usuario, segmentadas en Antes, Durante y Después. El usuario podrá acceder a ENVIVO por la app y vía web.

En la plataforma se brindarán muchas opciones a través del menú de navegación inicial. Allí se encontrarán (Figura 9):

- El “perfil” del usuario
- La página principal de la plataforma
- Las “notificaciones” de las distintas fiestas/productoras o recomendaciones
- La opción de “mis fiestas”, en la que el usuario encontrará no solamente todas las fiestas a las

que ya asistió y sus contenidos, sino también la fiesta actual y sus beneficios instantáneos.

- “Mis entradas” donde encontrará los QR que les darán el ingreso al evento
- La opción de “planear salida” donde podrán encontrar información útil de su salida incluyendo la opción de programar la logística



Figura 9: Menú de navegación Envivo (elaboración propia).

Antes:

El usuario podrá recorrer la página principal donde disfrutará de diversas funcionalidades atractivas (Figura 10).

Promoción y Comunidad: promoción de experiencias, compra de entradas con descuentos, listado de amig@s registrados, creación de círculo / comunidad de amig@s asistentes al evento.

Contenidos exclusivos: videos e información exclusiva previamente al evento.

Coordinación logística: el usuario podrá ver las opciones de estacionamiento y transporte. Inclusive, ya que la plataforma tiene un convenio con prestadores de movilidad, podrá programar un viaje para ir a la fiesta en forma más cómoda y segura.

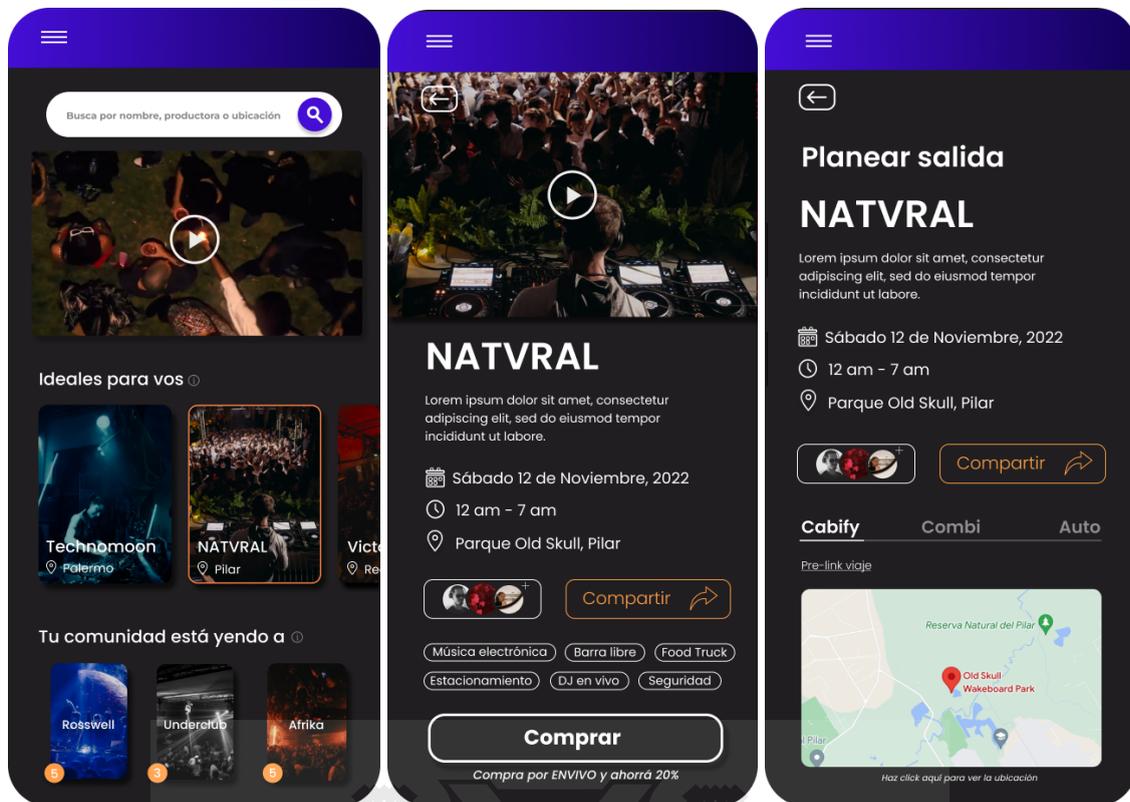


Figura 10: Pantallas Envivo (elaboración propia).

Durante:

Una vez comprada la entrada, el usuario podrá acceder a las funcionalidades de la plataforma “durante” la fiesta. Accederá a las mismas ingresando a la opción “mis fiestas”, donde se irán desplegando las pantallas y beneficios para la fiesta actual (Figura 11).

Universidad de
San Andrés

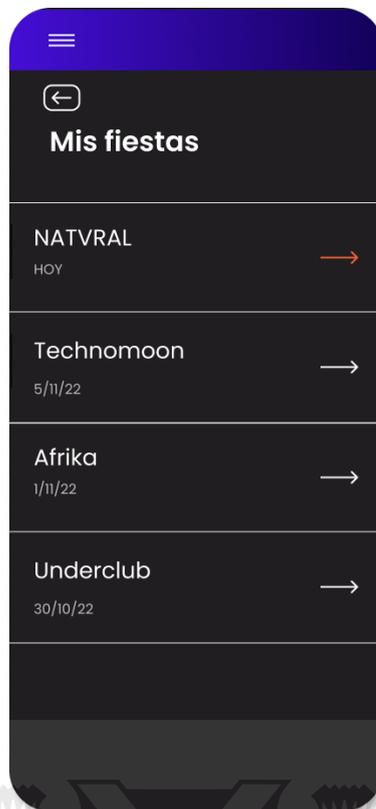


Figura 11: Pantalla Envivo (elaboración propia).

Propiamente durante el evento, el usuario podrá acceder a las siguientes funcionalidades (Figura 12):

Compras y descuentos: el usuario obtendrá ventajas de precio en bebidas, alimentos y merchandising. La obtención de las mismas será mediante QR, que además podrán aplicarse a premios instantáneos.

Contenidos exclusivos: cámaras exclusivas intra-evento y experiencias de realidad aumentada a través de los dispositivos móviles (experiencia novedosa y llamativa para el usuario, con interacciones de contenidos en relación con el espacio físico).

Información: vista exclusiva de contenidos de éste y otros eventos ENVIVO (playlist, etc).

Participación: fotos, videos y comentarios en vivo (para generar aún más involucramiento en el evento, para generar recuerdos del mismo, para feedback sobre las propuestas, y para maximizar la experiencia social y lúdica). Además, todo lo que el usuario escriba o grabe en esta sección de la plataforma, será reflejado en la pantalla ENVIVO DISPLAY. ENVIVO DISPLAY es una pantalla de aproximadamente 3 m x 1,5 m en la que se reflejarán los videos y comentarios de los asistentes al evento (Figura 13). Estará ubicada en un punto de alta visibilidad en los predios, generalmente en un lateral del escenario, para una mejor legibilidad y visualización de los contenidos, y para lograr mayor

exposición de la marca.

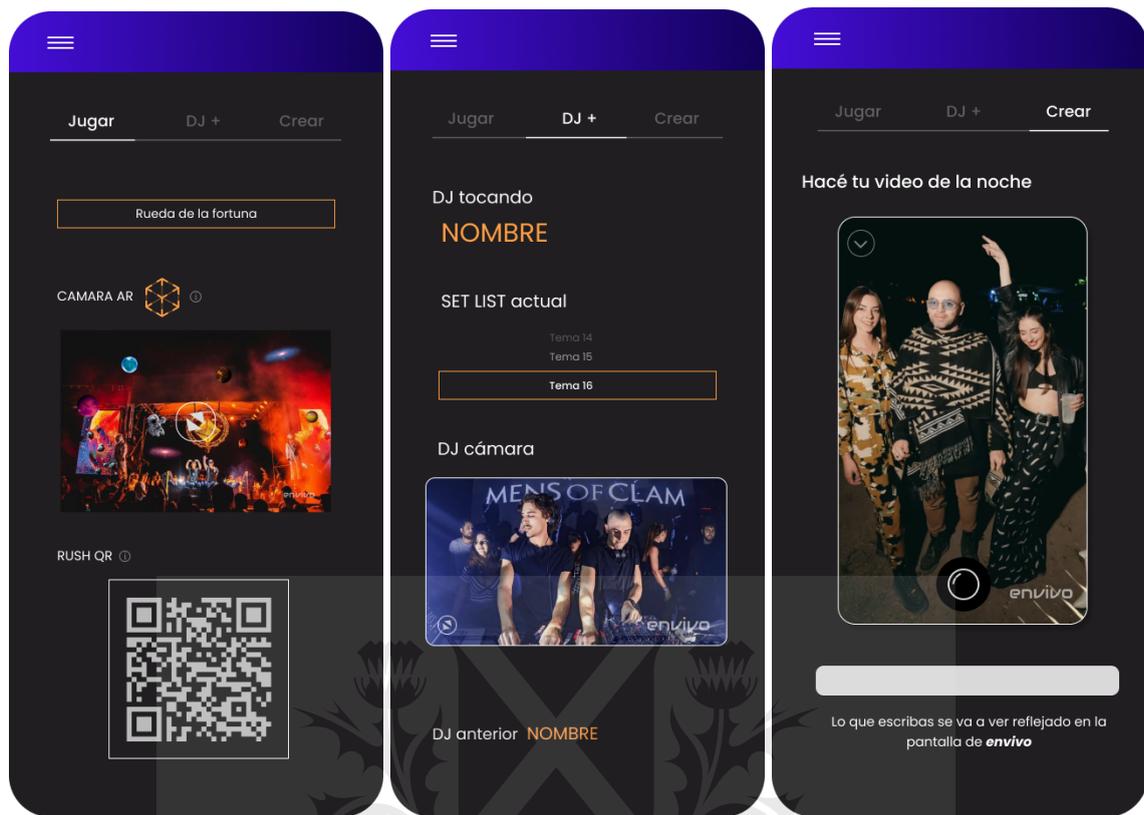


Figura 12: Pantallas Envivo (elaboración propia).

Universidad de
San Andrés

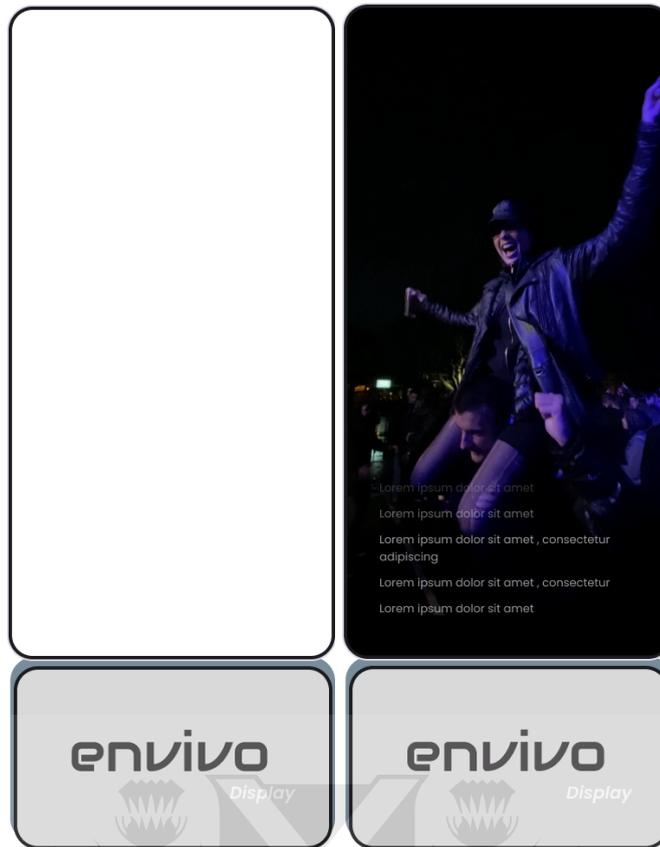


Figura 13: Envivo display, sólo y en uso (elaboración propia).

Nota: el usuario otorga su consentimiento a esta interacción al aceptar los términos y condiciones (requerimiento para ingresar a la plataforma)



Después:

Pasado el evento, se accederá a los beneficios y funcionalidades del “después” (Figura 14).

Engagement: el usuario podrá dar su *feedback*, calificando y escribiendo una reseña. También participará en un programa de *tokens* de lealtad.

Contenidos exclusivos: podrá ver un video propio de su comunidad de referencia resumiendo la noche para que le queden guardados los recuerdos de la noche (esto es recopilado y montado por la plataforma a través de AI). También accederá a fotos exclusivas de la fiesta y un *After-Movie* de la fiesta en general.

Compras y descuentos: compras de productos y servicios relacionados, posibilidad de descuentos para futuros eventos de la productora, y adquisición de merchandising si es parte de la oferta de la productora.

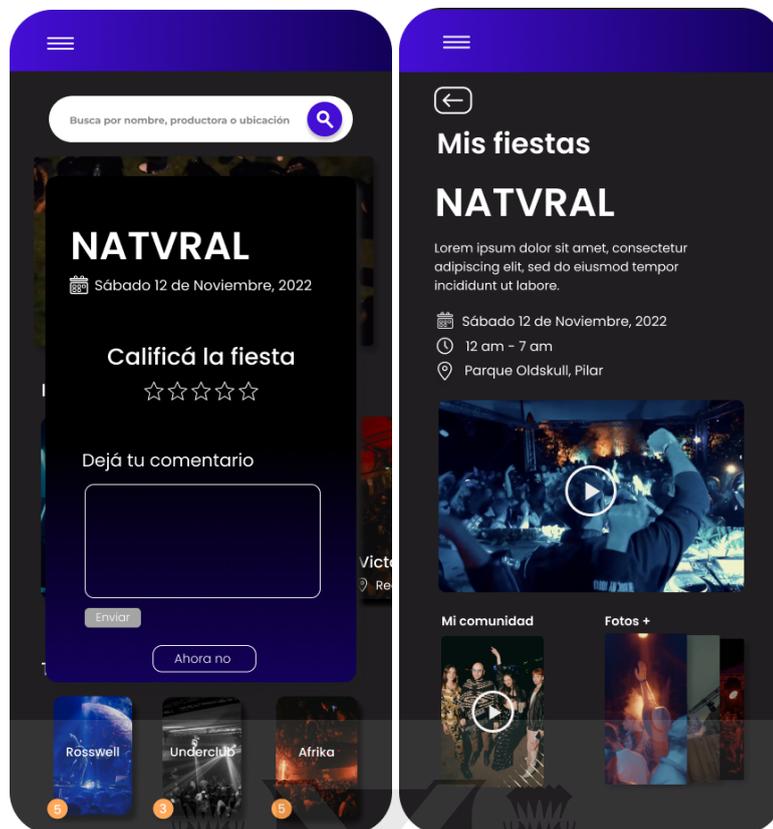


Figura 14: Pantallas Envivo (elaboración propia).

Es importante dejar en claro que, mientras la plataforma genera incentivos para asistir y mejoras en la experiencia, no se pretende que los usuarios estén pendientes de la *app* en lugar de estar conectando entre ellos. El rol de la *app* en sí no es la conexión social, sino el fomentar que la gente vaya y participe de la experiencia colectiva presencial. Facilitar el ir, que haya más incentivos para ir y menos impedimentos, lograr que la gente esté ahí, relacionándose y disfrutando de los beneficios de la plataforma tanto como los de la fiesta en sí.

Los Otros Participantes:

Las Productoras:

Además del usuario final, para que esta plataforma funcione, también están involucrados los productores de los eventos, los que se adhieren al sistema como participantes centrales en la oferta.

La propuesta a los productores consiste en formar parte de ENVIVO promoviendo sus eventos de manera de lograr generar una comunidad más grande de adherentes, mayor visibilidad de la productora en sí, y obviamente mayores ingresos por ventas. También acceden a información e *insights* muy valiosos sobre sus usuarios y sus acciones, tales como datos de asistencia (cantidad,

fuentes, demografía, etc), *engagement* (interacciones, utilización, *feedback*, etc) e inclusive información operativa y económica (particularmente en el análisis y origen de los ingresos).

Los productores otorgan a la plataforma el acceso al evento, la factibilidad de instalación del equipamiento requerido para la operación de ENVIVO, descuentos y beneficios exclusivos para los usuarios ENVIVO, y algunos contenidos especiales.

Considerando que el convenio con ENVIVO no exige desembolsos por parte de las productoras (es un modelo de negocio gratuito para ellas), es muy probable que el alcance y cobertura del modelo sea amplio, y rápido.



Figura 15: Interfaz de Envivo para los productores (elaboración propia).

Los Anunciantes:

Por último, pero no menos importante, participarán de la plataforma los anunciantes.

Los patrocinadores publicitarios que buscan construir *branding* y su clientela en un público bien atractivo serán la principal fuente de monetización de la plataforma y se les dará la oportunidad de exponer su marca en varias interacciones de la plataforma, en un contexto muy atractivo (Figura 16).

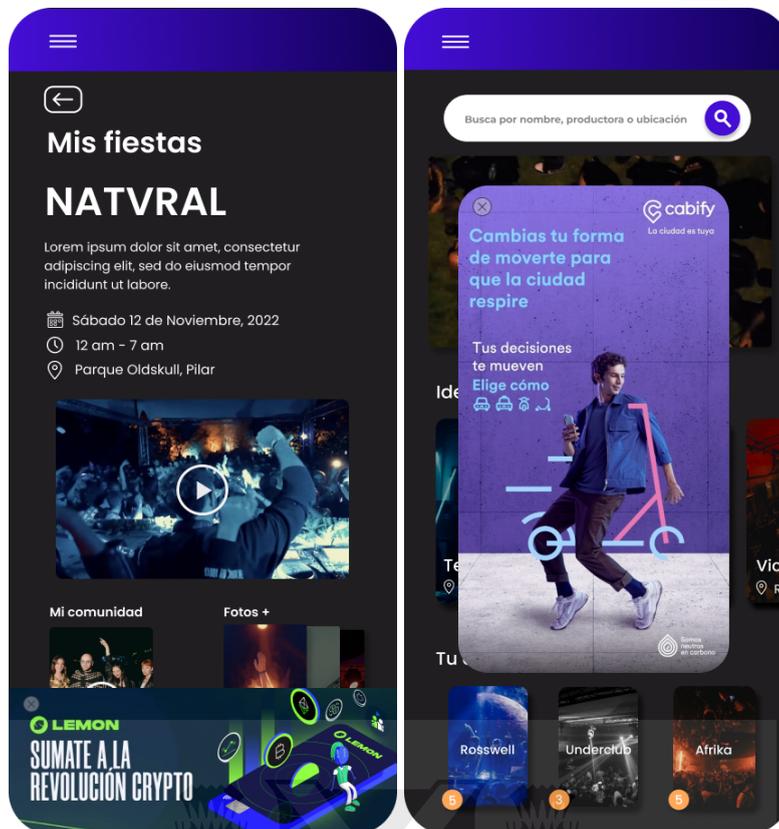


Figura 16: Pantallas Envivo + anunciantes (elaboración propia).

Modelo de Negocio y Monetización:

ENVIVO tiene un modelo de vinculación tripartito en su estructura de negocio.

Un vínculo *B2B* (business to business, empresa a empresa) con organizadores y productoras, no monetizado (al menos inicialmente). Es un modelo de “canje” de prestaciones y beneficios entre ENVIVO y las productoras.

Un vínculo monetizado *B2B* con anunciantes, que compran publicidad, espacios y *cobrandings* para acceder a un público muy atractivo en un situación social y de consumo también muy valiosa para varias marcas.

Un vínculo *B2C* (business to consumer, empresa a consumidor) con usuarios finales, no monetizado en forma directa por el uso, pero potencialmente pudiendo acceder a ingresos por comisiones en la venta de eventos y/o productos.

Visibilidad:

Identidad:

La marca representa este vínculo directo que hay entre la presencialidad y la vida social. Socialmente hablando, vivo en las experiencias colectivas presenciales, que son en vivo.

El *claim* principal está relacionado a la propuesta de valor de la plataforma: “ENVIVO, viví tus salidas como nunca”. Vivir, salir, juntarse, de una manera innovadora, mejor y más fácil.

El logo está construido en tipografía *Audiowide* (sans serif, tecnológica, futurista).

La paleta de colores utilizados en la plataforma son negro azul y naranja. Negro y azul representando la noche predominante en las fiestas, y el naranja contrastante para un *pop up* a algunas acciones necesarias y *calls-to-action* (Figura 17).

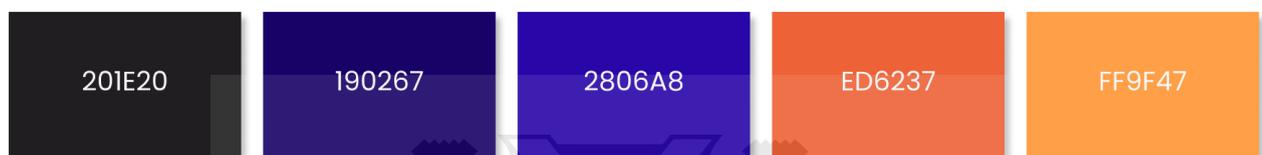


Figura 17: Paleta de colores de la plataforma Envivo.

Marketing:

La marca se promoverá a través de redes digitales, con vehículos propios (www.envivo.zone y perfiles en *FB/IG*, *Google/Youtube*, *TikTok*, *Twitter*, etc) y de terceros (productoras vinculadas, anunciantes, *influencers*).

También se generará difusión local física en los propios eventos, tanto a través del ENVIVO Display como de cartelera y materiales auxiliares.

CONCLUSIÓN

El crecimiento de la virtualidad conlleva un conflicto con la necesidad vital de juntarse socialmente en forma física. La digitalización se ha tornado esencial en el mundo actual y todo indica que su relevancia en el futuro se acentuará aún más. Pero la presencialidad, tal como hemos mencionado en este trabajo, es una necesidad innata del ser humano que no podemos soslayar. Las decisiones de sociabilidad presencial están perdiendo relevancia versus las alternativas de vincularse vía redes, y las tendencias de realidad virtual pueden complicar aún más el panorama futuro.

Estamos entonces frente al desafío de contribuir al diseño de un mejor balance entre la virtualidad y la presencialidad. Lograr que la virtualidad y la presencialidad puedan coexistir de la mejor manera, tomando pragmáticamente las ventajas tanto de la virtualidad, como de la presencialidad y combinarlas para crear algo que motive a los jóvenes, como grupo potencialmente más expuesto a las tendencias de virtualización, a incrementar su grado de participación en encuentros presenciales de sociabilización.

Dado el contexto y la movilidad de la oferta digital, se trata de un gran desafío. Pero con conciencia del problema, dedicación y creatividad podemos diseñar algunas soluciones que ayuden a mitigar esta problemática. ENVIVO es una propuesta diseñada en tal sentido y de esta investigación pueden surgir muchas ideas distintas e inclusive algunas de mayor alcance. ENVIVO se concibe como una plataforma concreta y logable, con objetivos cercanos y mensurables, de alcance fundamentalmente local, y factible de financiar. ENVIVO, es una plataforma digital escalable, que intenta fomentar la sociabilización presencial apalancándose en lo tecnológico.

Pero la solución integral al problema deberá provenir indudablemente de varias propuestas e ideas que ayuden a crear los incentivos de sociabilidad y lograr que los jóvenes se despeguen al menos esporádicamente de las redes y lo digital.

El objetivo es finalmente que las personas encuentren motivaciones y dediquen una parte relevante de su tiempo social a interactuar en forma directa; es vital para la salud mental y social de las actuales y futuras generaciones. Las soluciones deben contribuir a mejorar en forma sostenible la Vinculación Social en esta Era Virtual.

Referencias:

Arrieta, E. (s.f). El hombre es un ser social por naturaleza. [URL](#)

Asún, R., Palma, I., Aceituno, R., & Duarte, F. (2021). El impacto emocional de la pandemia en los jóvenes: Sociabilidad, conflictos, y política. *Revista de Sociología*, 36(1), 6–24. [URL](#)

Badawy, S. M., Kuhns, L. M., & Rashidi, V. (2021). Evaluating the impact of COVID-19: A global study on adolescents' and young adults' mental well-being and health behaviors. *The Lancet Psychiatry*. [URL](#)

Bauman, Z. (2003). *Modernidad líquida*. México, Fondo de Cultura Económica.

BBC News. (2020). Coronavirus: el origen ancestral de nuestra necesidad de contacto físico (y cómo nos afecta no poder tocar a otras personas). [URL](#)

Betul Keles et al. (2019). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. [URL](#)

Brody, J. E. (2017). Social Interaction Is Critical for Mental and Physical Health. [URL](#)

Cáceres et al. (2017). Sociabilidad virtual: la interacción social en el ecosistema digital. [URL](#)

Cleveland Clinic. (2022). Social Anxiety Disorder (Social Phobia). [URL](#)

Cobo, C; Cortesi, S; Brossi, L; Doccetti, S; Lombana, A; Remolina, N; Winocur, R, y Zucchetti, A. (Eds.). (2018). *Jóvenes, transformación digital y formas de inclusión en América Latina*. Montevideo, Uruguay: Penguin Random House.

Da Porta, E. (2022, 30 de septiembre). Adolescentes en la era virtual: ¿pueden hacer amistades reales por Internet?. Redacción. [URL](#)

Dolan, E.W. (2022). Virtual reality can induce mild and transient symptoms of depersonalization and derealization, study finds. *PsyPost*. [URL](#)

Dunbar, R. (2020, 28 de abril) Coronavirus: el origen ancestral de nuestra necesidad de contacto físico (y cómo nos afecta no poder tocar a otras personas). *BBC News Mundo*. [URL](#)

Erickson, A. (2017). What 'personal space' looks like around the world. *Washington Post*. [URL](#)

Escobedo, M. González, A. (2018). La fobia social y lo que esconden en las redes sociales. [URL](#)

Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media. [URL](#)

Franco, G. (2005). Tecnologías de la comunicación: producción, sistemas y difusión digital. Madrid: Fragua.

Gabbiadini A, Baldissarri C, Durante F, Valtorta RR, De Rosa M and Gallucci M (2021). Together Apart: The Mitigating Role of Digital Communication Technologies on Negative Affect During the COVID-19 Outbreak in Italy. *Frontiers in Psychology*. 12:701130. [URL](#)

Jain, P. (2020). Social Impact of Online Friending. ResearchGate. [URL](#)

La Greca, A. M., & Harrison, H. M. (2005). Adolescent peer relations, friendships, and romantic relationships: Do they predict social anxiety and depression? *Journal of Clinical Child and Adolescent Psychology*. [URL](#)

Lazarus, R. S. (2000). Estrés y emoción. Manejo e implicaciones en nuestra salud. Desclée de Brouwer.

Marc Prensky. (2001) Nativos e Inmigrantes Digitales. Distribuidora SEK, S.A.

Marín, J., Angel, J. (2010). La era digital: nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales. Universidad de los Hemisferios. Quito, Ecuador.

Martínez Lomelí, L. (2021) ¿Qué efectos en la sociabilidad tendremos en la post pandemia? *El Economista*.

Medina, E. (2021, 8 de octubre). 'Quiero vivir mi vida': los jóvenes viven un retroceso social a causa de la pandemia. *The New York Times*.

Navarro, R., Yubero, S. (2012). Impacto de la ansiedad social, las habilidades sociales y la cibervictimización en la comunicación online. Universidad de Castilla-La Mancha, España.

Nícuesa, M (2015). Definición de vínculo social. [URL](#)

Ono et al. (2011). Relationship between social interaction and mental health. [URL](#)

Organización Mundial de la Salud. (2021) Salud mental del Adolescente [URL](#)

Organización Mundial de la Salud. (2022). La pandemia de COVID-19 aumenta en un 25% la prevalencia de la ansiedad y la depresión en todo el mundo. [URL](#)

Paoli, G. (2021). EL METAVERSO ¿Infinitas posibilidades o cárcel emocional?. Blog. [URL](#)
Psychology Today. (s.f). Proxemics. [URL](#)

Pew Research Center (2018). "The Impact of the Internet on Communication" [URL](#)

¿Qué impacto tienen la realidad aumentada y virtual en la sociedad? (2019, 19 de junio). Xioa. [URL](#)

¿Qué son la realidad aumentada y virtual? Explicación para principiantes. (2019, 14 de junio). Xioa. [URL](#)

Quevedo, W. A. (2014). El concepto de sociabilidad como referente del análisis histórico. [URL](#)

Raad, A. (2004). "Comunidad Emocional, Comunidad Virtual: Estudio sobre las Relaciones Mediadas por Internet". Revista Mad.

Robinson, L., Smith, M.A. (s.f). Social Media and Mental Health. [URL](#)

Rogers, S. (2019). The Role Of Technology in the Evolution Of Communication. Forbes. [URL](#)

Silvestrini, J. (2022) "Mark Zuckerberg: Cómo será el futuro de la realidad virtual." iProUp. [URL](#)

Sorokowska et al. (2017). Preferred Interpersonal Distances: A Global Comparison. [URL](#)

Organización Mundial de la Salud. (2021). Salud mental del adolescente. [URL](#)

Tapia, M. L. (2016). Los vínculos interpersonales en las redes sociales. Nuevos modos de comunicación en el marco de la Universidad Nacional de San Luis (UNSL), Argentina. [URL](#)

UNESCO. (2021). UNESCO report highlights mental health impact of COVID-19 on young people. [URL](#)

Welschinger, N. (2020). Qué hacen los jóvenes con la digitalización. [URL](#)

Zipkin, N. (2018). Why User Retention Is More Important Than User Acquisition. Entrepreneur. [URL](#)

Universidad de
San Andrés