

4

Glosario para el uso de herramientas virtuales en las humanidades

Glosario para el uso de herramientas virtuales en las humanidades

Autor:

Carlos Rojas Cocoma

PhD en Historia, Universidad de los Andes. Magíster en Historia, Universidad de los Andes. Historiador, Pontificia Universidad Javeriana. Realizador de Cine y TV, Universidad Nacional de Colombia. Docente Facultad de Estudios en Ambientes Virtuales, Universidad EAN.

Resumen

A través de la creación de metodologías educativas precisas, es posible en las aulas de clase instrumentalizar los medios virtuales de entretenimiento y comunicación para el desarrollo de un pensamiento crítico y analítico de los procesos sociales. Sin embargo, para entrar a desarrollar estas estrategias, es necesario definir y aclarar los

conceptos de trabajo que involucran a las humanidades con el entorno virtual. Antes que un postulado dogmático, en el presente artículo se proponen algunos conceptos desde los cuales se reflexiona teóricamente sobre esta interacción.

Palabras clave:

Virtualidad, humanidades, herramientas virtuales, educación, ciencias sociales.



Glossary for the use of virtual tools in the humanities

Abstract

By means of the creation of accurate educational methodologies, it is possible to instrumentalize entertainment and communication virtual media in the classrooms for the development of critical and analytical thinking of social processes. However, in order to develop these strategies, it is necessary to

define and clarify the key concepts involving humanities within virtual environment. Different from being a dogmatic postulate, this article presents some concepts from which we make a theoretical reflection on this interaction.

Keywords:

Virtuality, humanities, virtual tools, education, social sciences.



Glossaire pour l'utilisation d'outils virtuels en sciences humaines

Résumé

C'est au travers de la création de méthodologies éducatives efficaces qu'il devient possible d'instrumentaliser les outils virtuels de divertissement et de communication dans les salles de classe afin de développer une pensée critique et analytique des processus sociaux. Cependant, pour

mettre en place ces stratégies, il est nécessaire de définir les concepts de travail reliant les sciences humaines aux environnements virtuels. Plus qu'un postulat dogmatique, cet article propose une analyse des concepts théoriques pour cette interaction.

Mots-clés:

Virtualité, Sciences humaines, Outils virtuels, Éducation, Sciences sociales.



Glossário para o uso de ferramentas virtuais na área de humanas

Resumo

Através da criação de metodologias educacionais precisas, é possível na sala de aula instrumentalizar os meios virtuais de entretenimento e comunicação para o desenvolvimento do pensamento crítico e analítico dos processos sociais. No entanto, prontos para desenvolver essas estratégias,

é necessário definir e esclarecer os conceitos de trabalho que envolvem as ciências humanas com o ambiente virtual. Antes de um postulado dogmático, este artigo propõe alguns conceitos a partir dos quais refletimos teoricamente sobre essa interação.

Palavras-chave:

Virtualidade, humanidades, ferramentas virtuais, educação, ciências sociais



1. Introducción

El objetivo de la investigación es crear un laboratorio de educación humanística con herramientas virtuales, en el cual se explore y estudie la respuesta, efectividad e integración de dichas estrategias pedagógicas para aplicar en las clases de programas universitarios de humanidades, así como en las aulas de últimos años de educación secundaria. Sin embargo, antes de entrar a una fase exploratoria es imprescindible afinar los conceptos de aproximación al objeto de estudio.

Para aclarar los distintos conceptos con los cuales se está elaborando la investigación, se ha querido dar forma y definir cada uno de ellos comprendiendo que antes que un postulado dogmático, se trata de conceptos flexibles y controversiales con diversas definiciones. Se ha considerado útil ampliar su significado ya que cada uno de ellos establece un paradigma de interpretación con el cual trabajar posteriormente en las pedagogías implementadas.

La definición de los conceptos se ha establecido de acuerdo con el consenso que se ha formulado por diversos medios, o a la reflexión propuesta. Sin embargo, sea por lo reciente de las definiciones, por la forma que ha incidido la transformación tecnológica en su uso, o simplemente porque son aún inéditos en la escena de la exploración humanística, ha sido necesario establecer un punto de vista propio a cada uno de estos conceptos. Se ha planteado de esta manera porque se considera que el desglose de cada uno de ellos sirve de puente entre el proyecto de investigación planteado y su futuro desarrollo empírico.

Es conveniente aclarar que al definir los conceptos se está haciendo un ejercicio de apropiación; por lo tanto, antes que realizar definiciones operativas, se han problematizado cada una de estas en torno al panorama de las ciencias sociales, pues sólo así es posible llegar a esa instrumentalización que se busca de las herramientas virtuales.

2. Virtualidad entre ocio y educación

Desde el auge de Internet, diversas investigaciones en humanidades incorporan el análisis de las plataformas digitales y la manera en que el fenómeno incide en la sociedad. Esto ha llevado a la profundización en áreas hasta hace unos años inéditas, y ha proporcionado líneas de investigación y estudio dedicadas exclusivamente a los medios digitales, a la información en línea, y a la dinámica de la imagen ante lo que Manuel Castells denominó “la era de la información” (Castells, 2008).

Sin embargo, en el momento de interpretar la forma en que los medios digitales se aproximan a la educación, a pesar de los múltiples alcances, todavía las brechas clásicas entre ocio y educación, entre diversión y trabajo, o entre productividad e inactividad, establecen fuertes censuras a las posibilidades del entorno digital. Esto hace que se siga interpretando como dos

polos opuestos los fenómenos digitales del entretenimiento, con aquellos que obedecen a la educación.

La tecnología del entretenimiento es una industria que cada día se posiciona en la vida cotidiana de los hogares de todo el mundo, tomando el lugar central a la hora de establecer las rutinas de ocio de los individuos de todas las edades. De ser una industria concentrada en el sector infantil y cuya lúdica establecía motivaciones básicas, pasó a ser un elemento de convivencia crucial, en el que se transformó el juego como alternativa de ocio, a un espacio al cual se dedicó la mayor parte del tiempo productivo. Esto se refleja en el uso de los videojuegos en la sociedad contemporánea. Poderosas ferias reúnen en el mundo miles de aficionados, no sólo en las grandes metrópolis sino también en ciudades de países emergentes como Bogotá, a la que asisten más de 100.000 interesados (Editorial, 2014). Los estadios ahora se llenan para ver la final de un videojuego

entre dos aficionados, cuya ceremonia incluye premios en efectivo, transmisión en directo, locutores e hinchadas a favor y en contra. Incluso, las grandes productoras de videojuegos financian y soportan a los gamers, quienes pueden además tener el estilo de vida que solo los deportistas físicos tenían hasta entonces. En esta dinámica de los videojuegos, las empresas que producen el entretenimiento se encargan de realizar productos cuya elaboración supera los 380 millones de Euros, y logran recaudar lo invertido el primer día de ventas (Sánchez, 2014).

En años recientes, la historia de los videojuegos ha llamado la atención por parte de las ciencias sociales como un referente central de la cultura contemporánea, y se analiza con profundo rigor. Con la conmemoración de los 40 años del nacimiento de los videojuegos, la exposición del MoMA en Nueva York dedicada al tema, y en el año 2015 en Buenos Aires, ha reflejado que su importancia y su inclusión en el engranaje

de la vida cotidiana es más importante de lo que se cree comúnmente (Editorial, 2015; Kastrenakes, 2014).

Sin embargo, si bien la historia de los videojuegos se empieza a escribir con atención, a la hora de analizar su potencial en la sociedad, las humanidades aún son cautelosas en la interpretación, pues todavía muchos elementos de la narrativa de los videojuegos no se consideran lo suficientemente considerables y se entienden muchas veces solo como excusas o contextos para rellenar una experiencia de entretenimiento (Barko & Sadler, 2013). Por otra parte, en las ciencias sociales la interpretación de la subjetividad, que ha sido tan bien analizada en el campo del cine o de la novela (David, 2010), todavía no se destaca en la interpretación del videojuego.

La educación oscila en la paradoja entre involucrar las tecnologías de la información en el aula, o regresar a las formas tradicionales de educación, retomando de

nuevo el libro en formato físico, el cuaderno y el lápiz, y otras metodologías tradicionales. Lo cierto es que más allá de la interactividad y la tecnología involucrada en la pedagogía, el entretenimiento digital sigue colonizando los hogares y todavía parece alejado del aula. Conviene por lo tanto preguntarse sobre las posibilidades de integrar el ocio a metodologías del aula. ¿Es posible? ¿Cómo hacerlo? A través de la creación de metodologías precisas, es posible instrumentalizar los medios virtuales de entretenimiento y comunicación, en aras del desarrollo de un análisis crítico y analítico de los procesos sociales. En este sentido, las redes sociales, los sistemas de difusión de audio o video en línea y los videojuegos, pueden transformarse en material de trabajo para el desarrollo de procesos educativos de las humanidades.

Para lograr el desarrollo de estas metodologías, es conveniente por lo tanto aproximarse a estos instrumentos de ocio como herramientas virtuales, pues más allá del objetivo con el que fueron creados, tienen la

posibilidad de establecer una comprensión de los procesos sociales. La idea de herramienta se concibe dentro de la noción de Leroi-Gourham (Leroi-Gourham, 1988), según la cual la adaptación de un instrumento en una comunidad es igualmente la adaptación de la comunidad y la adecuación en torno a los objetos que usa para llevar la vida.

Las ciencias sociales se mantienen en constante agitación de acuerdo con el contexto desde el cual se producen, y por lo tanto interpretan su objeto de estudio según las perspectivas teóricas de un momento. En tiempos contemporáneos las diferentes disciplinas sociales se han visto en la necesidad de adaptar constantemente el punto de vista de interpretación del entorno digital, a medida que este se va modificando paulatinamente. No obstante, muchas de las preguntas que actualmente se aclaran alrededor de las formas de la comunicación, venían desde varios años analizándose desde disciplinas como la filosofía, la sociología o la historia.

3. Virtualidad

La virtualidad es un tema que ha estado en el centro del pensamiento humanístico desde comienzos del siglo XX (Deleuze, 1987; Levy, 1999). Es un principio que se origina en el estudio de la física y obedece a la presencia supuesta de un objeto o fenómeno real. Proviene etimológicamente de la raíz *virtus*, que significa semilla. Constituye básicamente un fenómeno en el cual existe una probabilidad pero solo se ejecuta cuando se actualiza. Un ejemplo claro lo constituye, nuevamente en la física, la energía potencial; esta es la que puede llegar a ser, como la de una manzana antes de caer, pero que todavía no se desarrolla, no se actualiza.

En los estudios sociales la reflexión del concepto tiene que ver con la manera en que se entiende la memoria y el tiempo. De acuerdo con Gilles Deleuze, en la mente humana el pasado opera como un fenómeno virtual que es actualizado por un evento en el presente. Así, las experiencias del presente

son las que actualizan el recuerdo, pues el pasado no existe como evento real sino solo puede volver a través de su representación, en forma de relato o narración (Ankersmit, 2003; Ricoeur, 1999).

La virtualidad en el mundo contemporáneo se limita a su comprensión en la plataforma de los computadores, y aún se comporta o es analizado como una tecnología que suple, facilita, registra y acerca los complejos mundos locales, físicos y territoriales que lo definen. En este punto lo virtual es entendible en el panorama computacional como: a) un sistema capaz de almacenar y conservar información; b) un sistema de acercamiento entre individuos por medio de la conversación textual o audiovisual; c) una imitación de escenarios reales que integran a través de un universo definido en su mayoría por imágenes la ilusión de realidad.

En el entorno contemporáneo, lo virtual obedece a las formas en que un escenario real se simula a través de medios digitales (Karhulahti, 2014). La virtualidad se entiende como el duplicado de un universo físico que se despliega a través de una copia mental o ilusoria; es un fenómeno que duplica lo original a través de una ilusión gráfica. Lo virtual puede entenderse como lo opuesto a lo real, pero es a su vez, su máscara y su reflejo. Es por ello que autores como Nunes insisten en dejar de entender el fenómeno como dos aspectos opuestos, y en cambio asimilarlos como un solo conjunto espacial (Nunes, 2006). Otros incluso, insisten en no abandonar el carácter del objeto físico en la definición de lo que es virtual (Kalaga, 2003).

4. Hiperreal

La noción de hiperrealismo se definió en el escenario de las artes plásticas a mediados de los años 70, donde un grupo de artistas, resistiendo a las tendencias vanguardistas que renunciaban a técnicas

tradicionales como la pintura o la escultura, buscaban realizar lienzos con una detallada calidad fotográfica, o realizaban esculturas con aspectos como cabello, ropa o prótesis de fibra de vidrio, produciendo la idea que esto que se veía era real (Varios, 2005). Proyectando un poco más allá la ilusión de realismo, otros artistas quisieron apostar al paso de lo real como un efecto incluso superior, a maximizar y producir mayor riqueza de los detalles que los que se ven en el mundo real o a través de mecanismos ópticos como los lentes fotográficos. Este paso tuvo el nombre de hiperreal.

Lo que en un principio fue una noción de las artes plásticas, resultó un concepto conveniente a la hora de adaptar a la reflexión sobre la tecnología de comunicación contemporánea. En los avances tecnológicos de los últimos 20 años, la noción de virtualidad como simulacro, como un efecto técnico que emula un entorno físico real, se incorporó a la industria del entretenimiento a múltiples niveles. En medios de entretenimiento como

el cinema, se adaptó a través de la animación en 3D, que permitió elaborar ambientes y personajes a través de mecanismos de computación; lo que en un principio se dirigió únicamente al cine infantil, se convirtió cada vez más en un referente de las producciones filmicas en todo el mundo. Por otra parte, se encuentran los videojuegos. Un pequeño sistema matemático que comenzó en 1975 a través de una pantalla, se convirtió en un sistema capaz de representar con gran precisión escenarios y atmósferas.

Con la evolución y dominio de las pantallas en la vida cotidiana y la incorporación de estas en los múltiples escenarios de convivencia, la manera de percibir el mundo se ha transformado igualmente. La competencia de los años recientes por alcanzar los nichos de mercado de la tecnología celular, los computadores de escritorio o portátiles, las pantallas de televisión y sus nuevos formatos, han llevado a que la alta tecnología haga parte de los productos básicos de consumos de millones de personas (Friedberg, 2006). Esta

pugna por dominar los mercados hizo que las grandes productoras de aparatos electrónicos se dirigieran a mejorar y superar la calidad de las pantallas, pasando en pocos años de las 480 líneas de reproducción de los últimos televisores de rayos catódicos, a las 4080 líneas que tienen las últimas series de televisores, tabletas y portátiles, e incluso superando esta definición con lo que se conoce como 5k en algunos sistemas. Este exceso de definición ha llevado a que la reflexión particular de los artistas hiperrealistas pasara a ser una condición estándar para la etapa reciente de la industria del entretenimiento.

Pero la hiperrealidad tiene consecuencias en la percepción del entorno real, pues transforma la manera en que se interpreta la dicotomía entre virtualidad y realidad a un nuevo horizonte. Algunos especialistas sobre el tema de la virtualidad, afirman que no se puede seguir pensando de forma opuesta el mundo que pervive en los entornos digitales con el mundo real, pues la proximidad y la red, sobre todo en las nuevas

generaciones, no establecen una distancia entre la sociabilidad que se da enfrente de una pantalla con la sociabilidad que se da en el entorno real. Lo hiperreal simula de tal manera que define y aumenta la precisión de lo observado, pasando al mundo real a una imperfección de lo observado desde la virtualidad.



A las nuevas generaciones es probable que las experiencias que ofrece el entorno físico ajenos a los instrumentos tecnológicos les resulte decepcionante, pues los sonidos de la naturaleza no son tan extremos como los que ofrecen los sistemas de música, la imagen del entorno es imperfecta, descolorida y difusa en comparación a la que ofrecen las pantallas gigantes de ultra alta definición (UHD); y lo más importante, las experiencias reales sobre la vida siempre serán insatisfactorias y frustrantes en comparación a la intensidad que se puede vivir detrás de un videojuego, una película o cualquier otro tipo de simulación de un entorno real. Fenómenos como el que sucede en Japón, en el cual el 46% de la población femenina menor de 24 años no está interesada en el contacto sexual, o 13 millones de hombres han decidido vivir como solteros en casa de sus padres, ha hecho del entorno virtual no solo un escape sino un estilo de vida para muchos individuos que renunciaron a las relaciones sociales entre seres humanos (Redacción, 2013).

5. Negociación

Por razones más técnicas que teóricas, la imagen proyectada en la pantalla física – cine, televisión, computadora – o en la mente a través del audio – radio, teléfono –, reconstruye los vacíos y defectos que las limitaciones técnicas dejan en el vacío. La mente limpia y completa la imagen que se imprime en la retina, y la proyecta en el cerebro de forma nítida. Así mismo, la negociación técnica se asimila cuando se acepta el ruido técnico y compone en la mente como un evento real aquello que es visible.

Hoy puede sonar ridícula la historia según la cual, ante la película “Asalto y Robo de un tren” en los primeros años de la historia del cine, la gente se lanzó al piso cuando el pistolero apuntó hacia la cámara (Sadoul, 2004). Pero para entonces la negociación bastaba con la ilusión de movimiento. Es por ello que el ruido técnico de otras épocas resulta intolerable a medida que la tecnología se hace más refinada y detallista. El sonido de

la radio, la imagen a blanco y negro o a color, el paso del cassette al CD, todo ello repercute en la tolerancia que se da entre el individuo y los entornos digitales. De forma inconsciente, la mente omite el ruido y lo completa a través de la simulación, a través de una negociación.

Con la masificación y proliferación de productos virtuales en la vida cotidiana, la hiperrealidad invierte el panorama de la ilusión y lo real, pues la imagen pasa de ser representación de lo real a suplantar la realidad misma. El truco o la ilusión, deja de asumirse como tal, pues la alta definición deja de comprender la imagen como representación, a asumirse como presencia directa, como ocurre por ejemplo en la videoconferencia. Las tecnologías incorporadas al cuerpo pasan de operar en beneficio de lo físico a beneficiar lo virtual. Se incorpora la pantalla a todas las prácticas cotidianas en aras de vivir lo más cerca posible a la proyección de su propia virtualidad.

Uno de estos ejemplos en los cuales la hiperrealidad define las formas en que se relaciona con el ambiente físico en aspectos no necesariamente visuales, lo constituye el fenómeno lingüístico. En los infantes, los niños que tienen una rutina de tiempo intensiva con el televisor tienden a desarrollar fonemáticamente expresiones y formas de hablar mediadas por lo que ven y escuchan en la pantalla. Sus relaciones con el entorno entonces, se configuran primero en la relación mediática y después en el entorno real. (Sedeño Valdellós, s.f.).

6. La imagen cruda

En términos de la fotografía electrónica, se denomina una imagen como RAW cuando no tiene ningún tipo de pérdida en la cantidad de información suministrada. La traducción literal al español se refiere a cruda, pero el sentido orgánico de la misma hace que deba distinguirla, pues obedece justamente a lo opuesto, a la imagen sin pérdida, sin filtros, desnuda.

De la misma forma que la noción de hiperreal, la imagen Raw es un concepto técnico que permite interpretar muchos aspectos de la sociedad contemporánea y su relación con el entorno virtual. La imagen producida con simples herramientas como un celular o una videocámara de bajo costo, así como su divulgación en redes sociales, desmorona barreras entre los productores de imágenes—grandes cadenas de televisión, los diarios, los portales de noticias—y los consumidores, haciendo de los primeros, canales de divulgación, y de los últimos, realizadores. Esto conduce, entre otras cosas, al éxito de la banalidad con la respectiva consecuencia sobre la percepción de lo real. En la imagen cruda, lo real tiene su estética y la ilusión de inmediatez entre la comunicación textual—visual—audiovisual, presenta sin filtro aparente los hechos sociales privados y públicos en una misma plataforma. La imagen produce el efecto de realidad detrás de la producción en la ilusión de lo que no tiene ilusión, en el efecto real de la imagen sin producción técnica.

La ilusión de horizontalidad de las plataformas virtuales entre personalidades y personas del común, entre las imágenes de prensa y las fotos familiares, entre la información superficial de los medios de comunicación y la profundidad narrativa con la que los individuos relatan su biografía, abre la ilusión de una franca coexistencia entre lo que es real y lo que no lo es. El exceso de desnudez distorsiona lo real y dispone la ilusión de confianza en el campo de lo mediático, los lugares retornan al punto de la ficción, desaparece la iconicidad, el sentido del discurso se desvanece en la apariencia, las imágenes retornan al punto de la ficción; el absurdo y la banalidad de las imágenes se someten a los portales encargados de filtrar la información, que no es otra cosa que apropiarse de contenido capaz de generar audiencia de forma viral.

Si hace 100 años el logro de la estética visual fue arribar a la abstracción como forma pura del lenguaje visual, ahora hay que lograr la pura concreción: la cámara

ojo que vaticinaba en 1910 Dziga Vertov (Sadoul, 2004). En el campo de la imagen la realidad ahora es democrática. Al menos esta es la ilusión que los medios alimentan para establecer con el espectador-usuario-consumidor un lazo de confianza irreductible.

Los ejemplos sociales de las imágenes de los últimos 20 años –con la masificación de los celulares con cámara digital, pueden dar cuenta de ello. Eventos como las masacres estudiantiles en Estados Unidos, las torturas de Abu Grahb en la guerra de Irak, los abusos a policías y sus respectivas denuncias posteriores, los sacrificios que el Estado islámico realiza en Siria de ciudadanos ingleses, franceses o japoneses, son todos ejemplos de que la imagen sin filtro, las fuertes escenas que no se escapan a la cámara que la registra, produce una nueva percepción de la realidad.



7. Identidad Virtual

Al hablar de virtualidad en el mundo contemporáneo, es inevitable dejar a un lado la reflexión sobre la identidad de los individuos. Lo positivo, pero también la amenaza de los escenarios digitales, es la modificación de todas las fronteras sociales. Salvo excepciones en naciones como China, donde el Estado ejerce un control sobre las redes informáticas, lo privado y público, lo local y global, lo prohibido y lo permitido, es posible de comprender sin filtros o censuras por parte de cualquier individuo. Una de esas fronteras porosas (Ben-Ghiat, 2008) es la que se deshace entre la ficción y lo real, ya que como nunca antes las dos plataformas, al compartir los medios de comunicación y al involucrar la experiencia individual en cada una de ellas, establecieron un pacto.

Ante un mundo digitalizado la única forma de establecer una identidad pareciera ser a través de las relaciones que se producen gracias a las mediaciones

tecnológicas. Un objetivo tecnológico reciente denominado Internet de las cosas, procura invadir las áreas más comunes de las prácticas cotidianas, involucrando pantallas y conexiones de Internet a elementos como el vestido, el reloj, los electrodomésticos de cocina, las ventanas de los automóviles, entre otros. Ante esto, resulta imposible que un individuo pueda verse simplemente ante un espejo y reconocerse, pues la idea de subjetividad y de individualidad solo se define cuando aterriza una personalidad en las plataformas virtuales. Una operación básica como identificarse con otros, de definirse ante una comunidad, de asumir un rol en una colectividad, solo resulta convincente cuando se consolida en los diversos mecanismos de virtualización (Latzko-Toth & Proulx, 2005). La razón es práctica: mientras la experiencia real es única, el contacto sin mediación impide establecer registros, la experiencia de lo virtual puede ser múltiple, repetible o actualizable.

Lo que define la experiencia es el registro. Ante un evento como un concierto, se pueden ver las miles de cámaras de celulares grabándolo. La mayoría de ellos subirá a una plataforma como Youtube el video tan pronto finalice el recital. La única razón que puede explicar este fenómeno es que la autenticidad de la experiencia solo la podrá dar el registro del evento. Registrar, por encima de todo, es la acción que define la identidad virtual de los individuos; no consiste necesariamente en el gran evento histórico, puede también consistir en la banalidad de lo cotidiano, en un encuentro, un viaje, o una conversación. Todo es susceptible de ser un motivo histórico en la identidad de cada individuo.

El registro hace universal la banalidad al hacerla pública, lo que construye un tipo de identidad; pero también hay una implicación social y es la que tiene que ver con los medios digitales, pues estos para ganar audiencia y establecer una afinidad con su público se encargan de banalizar el

hecho social. Las caricaturas, que los medios difunden de forma viral sobre algún acto político sobre personalidades como Chávez o Maduro, Berlusconi, Sarkozy, o Bush, por citar referentes conocidos y recientes, son resultado de ello. La banalidad pasó de ser una anécdota en la prensa impresa, a estar en el corazón de los principales medios de comunicación digitales en el mundo.

Esta construcción de la identidad virtual define la manera de aproximarse y comprender la realidad física, la comunidad en la que se habita y los vecindarios en los cuales se convive. Sobre todo en las grandes urbes del mundo, la facilidad con la que en el entorno digital se decide la comunidad en la cual se habita, contribuye a fortalecer la ya sólida muralla cultural que se establece entre habitantes de un mismo espacio, produciendo aislamientos individuales cada vez más acentuados. Esto se ve hasta en las formas como se diseñan los interiores de las viviendas de las metrópolis desde un desprecio de lo físico, como lo permite

ver las revistas de arquitectura doméstica: menos libros, menos objetos y más pantallas. Pero de la misma forma asigna un grado de inseguridad, desconfianza y vulnerabilidad en la percepción de aquello que está por fuera de la red. Por ejemplo los registros análogos –archivo impreso o manuscrito, sonoro, fotográfico– solo adquieren vigencia y sentido cuando entran a la dinámica de divulgación y digitalización.

Pero no sólo la identidad se da en la adaptación y la pertenencia, también se da en las formas de cohesión y protesta. En el mundo contemporáneo, realidad y virtualidad no actúan como causa y efecto, sino en virtud de una reciprocidad que redefine lo que se entiende por hecho social. Los últimos fenómenos mediáticos, como las marchas revolucionarias en Egipto, las marchas estudiantiles de Japón o de Chile, la protesta a la masacre en las instalaciones de la revista de humor en París, o la marcha de repudio a la guerrilla de las FARC en Colombia, son aspectos que han operado entre masa física

y redes sociales, mediatización y reacción, y que ha modificado el rol del individuo en la acción colectiva. En otros casos más extremos, aspectos que pertenecían a la esfera virtual se han involucrado en las relaciones económicas, como el uso que se le está dando a los bitcoins en un país como Argentina, donde la inestabilidad de la moneda empuja a las clases trabajadoras a fluir y comerciar en moneda virtual (Popper, 2015).

8. Conclusión

Para la investigación en herramientas virtuales en educación humanística de la Universidad EAN, se vio la necesidad de implementar el uso de varios conceptos que permitan abordar de forma adecuada la comprensión de los fenómenos sociales alrededor de las apropiaciones contemporáneas de lo que significa lo virtual. En esta primera fase de la investigación se consolidó el marco teórico desde el cual aproximarse a los estudios sociales, desde

conceptos adaptados y problematizados en el entorno contemporáneo. A través de este ejercicio, se definieron cuatro categorías de análisis: virtualidad, negociación, imagen cruda e identidad virtual. Al interpretar estas nociones, se pudieron producir estrategias de análisis que superan la interpretación entre la dicotomía real-virtual, y en cambio, se estableció una perspectiva más conveniente para el presente estudio. Con este ejercicio se definió el grupo de conceptos desde los cuales es posible establecer metodologías y pedagogías en humanidades a través de herramientas virtuales.



Video

Para complementar el tema haga clic aquí:

Virtual reality/ hyper reality
<http://www.media-studies.ca/articles/vr.htm>

Videogames of the oppressed:
Videogames as a means for critical
thinking and debate
<http://ludology.org/articles/thesis/FrascaThesisVideogames.pdf>

The future of virtual worlds
<https://m.youtube.com/watch?v=aNlmPVtjYgQ>

Referencias bibliográficas

- Ankersmit, F. (2003). *Historia y tropología: ascenso y caída de la metáfora*. México: Breviarios del Fondo de Cultura Económica.
- Barko, T., & Sadler, T. D. (2013). *Practicality in Virtuality: Finding Student Meaning in video game education*. J Sci Educ Technol, 22, 124–132.
- Ben-Ghiat, R. (2008). Un cinéma d'après-guerre: le néoréalisme italien et la transition démocratique. *Annales, Histoire, Sciences Sociales*, 63(6), 1215–1248.
- Castells, M. (2008). *La era de la información*. Madrid: Alianza editorial.
- David, J. (2010). Une réalité à mid-hauteur. *Annales, Histoire, Sciences Sociales*, (65), 263–322.
- Deleuze, G. (1987). *La imagen-tiempo: estudios sobre cine 2*. Barcelona: Paidós.
- El Espectador. (Octubre 14 de 2014). *Salón del Ocio y Fantasía abre sus puertas por sexto año consecutivo*. Editorial. Recuperado de <http://www.elespectador.com/entretenimiento/salon-del-ocio-y-fantasia-abre-sus-puertas-sexto-ano-co-articulo-522152>
- La Nación. (Enero 20 de 2015). *Una muestra para recorrer de forma interactiva los 40 años de la historia de los videojuegos*. Editorial. Recuperado de <http://www.lanacion.com.ar/1761406-una-muestra-para-recorrer-de-forma-interactiva-los-40-anos-de-la-historia-de-los-video-juegos>

Referencias bibliográficas

- Friedberg, A. (2006). *The virtual window*. Cambridge, Massachusetts: MIT press.
- Kalaga, W. (2003). The Trouble with the virtual. *Symploke*, 11(1), 96–103.
- Karhulahti, V.-M. (2014). *Do Computers Games Simulate, After All? Reconsidering Virtuality*. Istanbul.
- Kastrenakes, J. (2014). *The art arcade: MoMA collects 40 years of innovative design*. Recuperado en Septiembre 28, 2015, de <http://www.theverge.com/2014/2/17/5419530/moma-collection-of-ideas-exhibition-paola-antonelli>
- Latzko-Toth, G., & Proulx, S. (2005). Mapping the virtual in social sciences: On the Category of “Virtual community.” *The Journal of Community Informatics*, 2, 42–52.
- Leroi-Gourham, A. (1988). *Evolución y técnica*. Tomo 1: El hombre y la materia. Madrid: Taurus.
- Levy, P. (1999). *Qué es lo virtual*. Barcelona: Paidós.
- Nunes, M. (2006). *Cyberspaces of Everyday Life*. Minneapolis: University of Minnesota press.
- Popper, N. (2015). *Can Bitcoin Conquer Argentina? The New York Times*. Recuperado de http://www.nytimes.com/2015/05/03/magazine/how-bitcoin-is-disrupting-argentinass-economy.html?_r=0

Referencias bibliográficas

- BBC Mundo. (2013, October 28). *Los hombres japoneses que prefieren novias virtuales en vez de sexo*. Redacción. Recuperado de http://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/10/131024_japon_sexo_virtual_celibato_wbm
- Ricoeur, P. (1999). *Historia y narratividad*. Barcelona: Paidós.
- Sadoul, G. (2004). *Historia del cine mundial*. México: Siglo XXI.
- Sánchez, M. (2014). *"Destiny": el juego más caro de la historia*. Recuperado en septiembre 28, 2015, de <http://www.abc.es/tecnologia/videojuegos/20140909/abci-destiny-gameplay-videojuego-RPG-fPS-activision-201409091206.html>
- Sedeño Valdellós, A. M. (n.d.). *Emoción y hábitos de los niños frente a la televisión*. Recuperado en Septiembre 28, 2015, de <http://www.revis-tacomunicar.com/verpdf.php?numero=25&articulo=25-2005-055>
- VV.AA. (2005). *Historia del arte del siglo XX*. Köln: Taschen.