

ALMATRENDS®
SET THE PACE

CONSUMER INSIGHTS

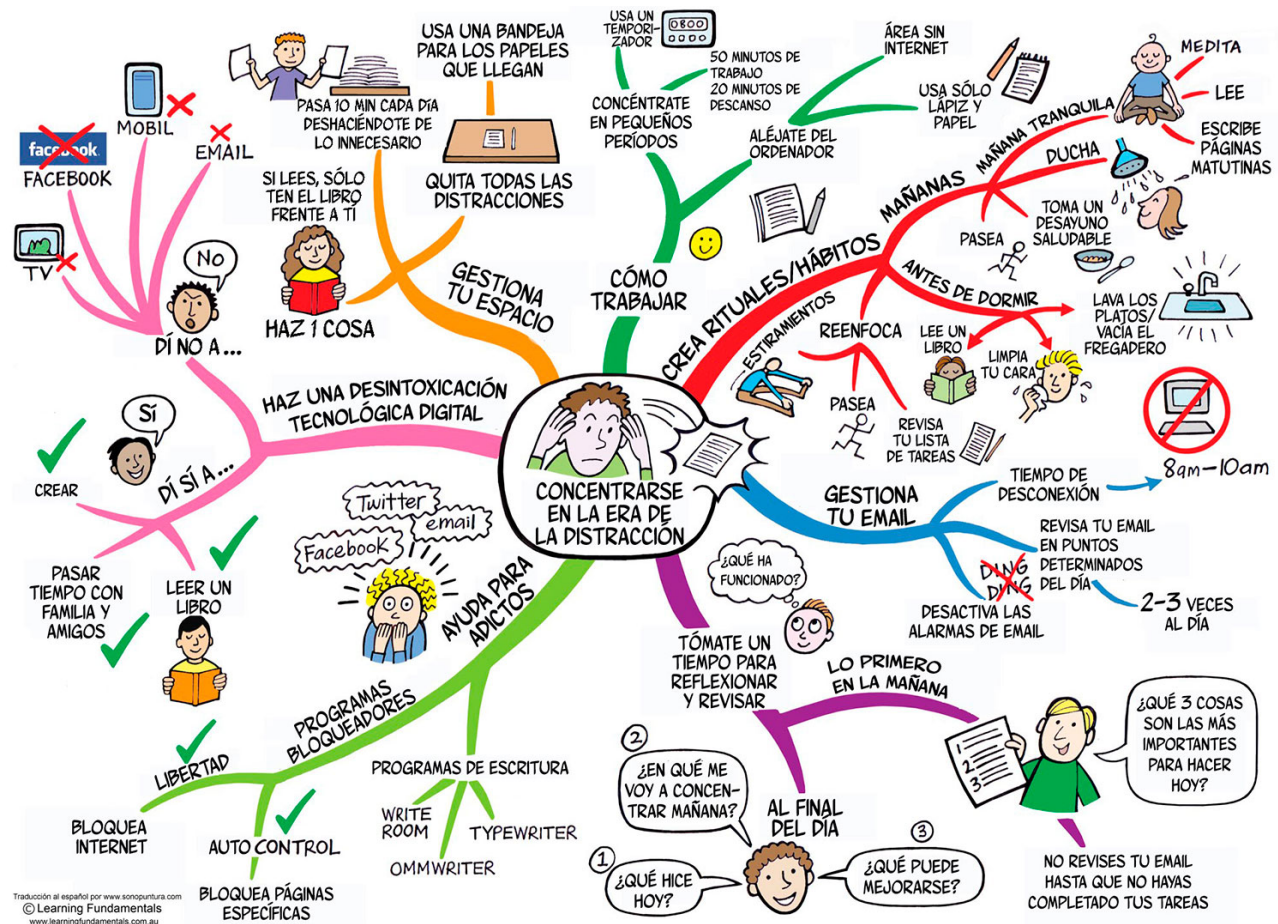
F.O.M.O



POR SIL ALMADA

F.O.M.O

FEAR OF MISSING OUT - MIEDO A QUEDARSE AFUERA



Hoy en día, las experiencias sociales y comunicativas de las personas que antes eran "cara a cara" han migrado al estado "online".

Tal como lo describe el Dr. Dan Herman, CEO de ventajas competitivas en Strategy Consulting, el síndrome de FOMO se caracteriza por el deseo de estar continuamente conectado con los demás a través de las redes sociales. F.O.M.O son las siglas de su traducción: "Fear of missing out" - "Temor a quedarse fuera de algo". Es un síntoma que se experimenta cuando nos encontramos desconectados de las redes, ligado directamente a una angustia que esto nos genera con el sólo hecho de pensar: ¿Qué me estaré perdiendo por estar desconectado?

Los individuos pasan muchas horas conectados con varios medios de comunicación nacionales e internacionales. Cada individuo elige si expone o no sus propias historias personales, las cuales convierte en públicas. Este comportamiento se repite también con las historias o momentos de las personas que están en su círculo de redes sociales e incluso en otras ciudades del mundo. Tal es así, que la comparación social ya no esta vinculada a las cuadras a la redonda del barrio en el cual se vive, ni en el entorno laboral. El vinculo social trasciende incluso al círculo de amistad, éste se expande a otras ciudades, lugares o radares de personas que jamás han entablado un contacto de forma directa.

Sherry Turkle, en su libro “Alone together”, desarrolla un análisis acerca de la manera en que nuestros dispositivos redefinen “la comunicación y las conexiones humanas con las personas conectadas en línea - online”. A través de su ensayo, nos lleva a la reflexión que delimita un sistema de comunicación ancestral. ¿Acaso esperamos menos de los demás, por demandar o anhelar más soporte tecnológico?. Esto cambiaría el paradigma, por ejemplo, al hacer un regalo sorpresa... o al menos sentir que sea sorpresa por el solo hecho de entregarlo en persona. Hoy en día, se espera más un “Like” o un mensaje virtual a través de alguno de sus dispositivos móviles, que un llamado telefónico. La pregunta es: ¿Qué nos hace sentir mejor en ese momento?

El papel de la tecnología -en la comunicación- se convierte entonces en: “La tecnología de la soledad”

Éste es un punto de quiebre en el cual la sociedad se replantea no sólo los niveles, sino además el grado de atención al estudio; al trabajo; al vecino; a la pareja; a los hijos; al peatón; a los familiares y amigos. En verdad: “al otro” y a nosotros mismos.

La hiperconexión que se genera al estar continuamente conectados o ‘hiper-conectados’, tiene su reverso en lo que respecta a relaciones. Gran parte de las relaciones se convierten en superfluas. Si bien pueden ser frecuentes, no implica que sean profundas. El vínculo de relación suele tender a ser poco profundo.

Las múltiples actividades y escenarios virtuales, tales como: internet, dispositivos móviles, juegos, vida real - configuran un multiliving - que demanda y promueve un nuevo régimen de la atención. Una distopía que abre muchos interrogantes.

EL MULTITASKING

La habilidad de atender parcialmente muchos procesos al mismo tiempo, actualmente es un valor en sí mismo para la sociedad. Es un factor clave para desempeñarse en el mundo laboral actual: “altamente competitivo y vertiginoso” que lleva a saber de todo y nada específico al mismo tiempo.

Los juegos virtuales de red que ofrecen vidas alternas, generan un momento de escape en el cual los usuarios encuentran un despeje a los temas de su vida cotidiana. El reciente lanzamiento de la aplicación Pokemon Go es un claro ejemplo de un juego virtual, en donde se generan nuevas maneras de interactuar socialmente con los otros y con el mundo que los rodea. Algunos comportamientos actuales se basan en: diseñar avatares a la medida del deseo; entablar relaciones que complementan o desdibujan las de la cotidianidad; perderse en una ciudad sin vínculo alguno buscando animés virtuales.

Ciertamente es un claro ejemplo de iniciativa para salir al mundo exterior, al mundo real que nos rodea. Con una mirada encriptada de la realidad, por así decirlo, codificada y setteada, en busca de un personaje virtual entre medio de un grupo de personas reales. ¿Será este nuevo juego un disparador e incentivador para generar un contacto visible o personal con nuestro entorno? Una experiencia que ha generado cierto revuelo y conglomeración de personas entre la comunicación de lo virtual con lo real. ¿Es un espacio real?. Una lucha virtual entre el deseo y el miedo a él. Un replanteo relacional con nuestros amigos, nuestros vecinos, nuestros compañeros del club, del colegio, de la facultad o del trabajo.

¿Cuáles son esas nuevas maneras de interacción social con el entorno?

- Se estimula al usuario a tener una mayor conexión con el mundo exterior “entorno” de un modo meramente virtual.
- Su utilización – virtual – provoca un cambio en la manera de percibir; de mirar, de ver lo que miramos.

“El exceso de información es un ‘no lugar’ de perplejidad en el que tenemos miedo y estamos controlados”

Marc Augé.



WWW.ALMATRENDS.NET
NEWS@ALMATRENDS.NET
+54 11 4777 4342
@ALMATRENDS