

II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2010.

La seducción de la web y la retroalimentación de los usuarios.

Ivaldi, Diana.

Cita:

Ivaldi, Diana (2010). *La seducción de la web y la retroalimentación de los usuarios. II Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología XVII Jornadas de Investigación Sexto Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-031/32>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/eWpa/v35>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

nerar condiciones para ello, pero el papel que tenemos los varones en estas transformaciones no va a modificarse si no existe, en primera instancia, la disposición para el cambio en los propios varones, el deseo de tomar iniciativas desde nosotros mismos para construir nuevos vínculos y realidades de género más humanas, equitativas y justas, con los otros y con nosotros mismos.

BIBLIOGRAFIA

- BADINTER, E. (1993) XY La identidad Masculina. Madrid, Alianza
- BONINO MENDEZ, L. (1998) Micromachismos, la violencia invisible. Madrid: Cecom.
- BONINO MENDEZ, L. (1998) Los varones frente al cambio de las mujeres. Lectora. Revista de Dones i intertextualitat, 4, Cataluña. Es una versión corregida y aumentada de: "Los varones y el cambio femenino" aparecido en 1995 en Revista de la Dirección española del Menor, 27
- BENJAMIN, J. (1996), Like Subjects, Love Objects. Londres: Yale.
- BOURDIEU, P. (2000) La dominación masculina. Barcelona: Anagrama
- CHRISTIAN, H. (1994), The Making Of Antisexist-Men. Londres: Routledge.
- CONNELL, R. (1995), Masculinities. Cambridge: Polity Press.
- FULLER, N. (1997) 'Fronteras y retos: varones de clase media del Perú'. En Valdés, T. y Olavarría, J. (eds) Masculinidade/es, Poder y Crisis. Chile, Isis Internacional.
- FULLER, N. (2001) Masculinidades. Cambios y permanencias. Pontificia Universidad Católica del Perú, Fondo Editorial.
- GALAVIZ, D. (2006) Distancia social y cultural en una red de varóns gay. Ponencias del III encuentro Nacional de escritores sobre disidencia e identidades sexuales genéricas. Escuela Nacional de Antropología e Historia. UACM, Mexico <http://www.disisex.org/intimidad-erotismo-y-relaciones-de-pareja.html>
- GILMORE, D (1990) Manhood in the making. Cultural concepts of masculinity. New Haven, Yale University Press
- GOSENDE, E. (2002) 'Performances Emocionales Masculinas en encuentros informales de varones porteños' Revista Investigaciones en Psicología, Año 7 (1): ? Buenos Aires, Editado por Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires
- GOSENDE, E. (2004) "Accediendo al género masculino. Dimensiones histórica, hermenéutica, reflexiva y política de la masculinidad." Revista Subjetividad y Procesos Cognitivos, Año 3 Nro 5 , especial sobre Género, Bs. As, Mayo de 2004.
- GOSENDE, E. (2006) "Méritos y Críticas del concepto de Masculinidad Hegemónica para los estudios de Masculinidad y Género" Actas de las VIII Jornadas Internacionales de Historia de las Mujeres y III Congreso Iberoamericano de Estudios de las Mujeres y de Género realizadas 25 al 29 de Octubre de 2006, Universidad Nacional de Córdoba
- GUTMANN C. (1996) The meanings of Macho. San Francisco, University of California Press
- HEARN, J. (1992). Men in the Public Eye: The Construction and Deconstruction of Public Men and Public Patriarchies. London: Routledge.
- KAUFMAN, M. (1994). "Men, Feminism and Men's Contradictory Experiences of Power." Pp. 142-164 in Theorizing Masculinities. Edited by H. Brod and M. Kaufman. London: Sage
- KIMMEL, M (1998) "Homofobia, temor, vergüenza y silencio en la identidad masculina", en Teresa Valdés y José Olavarría (eds.): Masculinidad/es. Poder y crisis, Ediciones de las Mujeres No. 24, ISIS/FLACSO, Chile, pp. 49-62.
- KIMMEL, M (2002) La Masculinidad y la Reticencia al Cambio. Traducción y selección de texto Manuel Zozaya Fuente: Eurowrc - <http://www.eurowrc.org/>
- FACHEL LEAL, O (1997) Suicidio y honra en la cultura gaucha, en: Teresa Valdés y José Olavarría (eds.) Masculinidades, Poder y crisis, Isis Internacional, Flaco Chile, Santiago, pp. 113-124
- LLORET, X. (2008) Los Movimientos De Varones Fuente: Revista Pimiento Verde Pagina web: <http://www.escanda.org/actividades/pverde.php> 8-11-08
- RICH, A (2002) Sangre, pan y poesía Barcelona, Icaria.
- Seidler V. (1989) Rediscovering Masculinity: Reason, Language and Sexuality London Routledge
- VIVEROS, M. (1998) "Quebradores y Cumplidores: biografías diversas de la masculinidad", en Valdés, T. y J. Olavarría (eds), Masculinidades y equidad de género en América Latina, FLACSO, UNFPA, Santiago.

LA SEDUCCIÓN DE LA WEB Y LA RETROALIMENTACIÓN DE LOS USUARIOS

Ivaldi, Diana

Facultad de Psicología, Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

Frente a una nueva era donde todos y todo parece manejarse bajo las reglas de la tecnología, la sociedad hace uso de la misma reutilizando y retroalimentándola. La web debe por lo tanto presentar ciertas características que ayuden al usuario a sentirse cómodo con la misma, de manera fácil y rápida; teniendo en cuenta que no todos son nativos. Es por ello que la usabilidad de las páginas debe considerarse como uno de los pilares para que el ciclo no se rompa y la triada usuario-tarea-contexto perseverare de manera eficaz. La usabilidad parte de las premisas de calidad en uso, accesibilidad, eficacia y satisfacción; que quieren experimentar los sujetos al navegar en la web. Estos sujetos "líquidos", necesitan continuamente innovación, actualidad, inmediatez; cualquier mínimo error en alguno de los componentes, puede pagarse de manera muy cara. La seducción de la web por lo tanto lleva a utilizar la misma, haciendo que gane más fuerza aun y que se genere un ciclo donde a su vez ésta alimenta al sujeto. Recuperar, reciclar, reutilizar; son los basamentos de la red que dan sustentabilidad a la misma y permiten al sujeto actual el fluir de su yo.

Palabras clave

Retroalimentación Usabilidad Triada-usuario-tarea-contexto Seducción

ABSTRACT

THE WEB SEDUCTION AND THE USERS FEEDBACK

Given the evidence of a new age where everybody and everything seems to work under the rules of technology, society makes uses of it by reusing and providing feedback. Therefore, Web, should have some particular characteristics in order to help the user feel comfortable with it, in an easy and fast way; taking into consideration that not all of us are natives. That 's the reason usability has to be considered as one of the most important pillars in order to keep the cycle and help the triad user-task-context to persevere efficiently. Usability is based on the premise of quality in use, accessibility, efficiency and satisfaction; that all users want to experience when they log on to the web. This "liquid" people need continuous innovation, novelty, speed; even the slightest mistake in any of the components could be payed with a price too high. Web seduction therefore causes web to be used, making it even stronger and generating a cycle where, at the same time, it feeds the individual. To recover, to recycle and to reuse, those are the bases that give the net its sustainability and allow the individual's self to flow.

Key words

Feedback Usability Triad-user-task-context Seduction

INTRODUCCIÓN

Los textos seleccionados para el presente trabajo hacen referencia a la conducta del usuario frente a una página web y a lo que buscan los mismos en ella. Por otro lado, teniendo en cuenta éstos, se realiza un punteo de las características que deben perseguir las páginas web para que sean sustentables. En base a las nuevas tecnologías, se presenta a su vez, un método por el cual se pueden realizar evaluaciones de la web para poder perfeccionarla y crear un soft más amigable para el sujeto. En cuanto a los materiales brindados por la cátedra, se encontraron muchas coincidencias respecto del concepto de usabilidad, de los objetivos que persiguen los sujetos y del comportamiento de los mismos frente a ellos. Se tratarán los temas referidos a la triada sujeto-tarea-contexto, integración de la teoría de los sistemas, ciclos de vida, seducción de la web, usabilidad, conductas frente a la misma y evaluaciones para perfeccionamiento. Se destacarán además las diferencias que acarrearán los nativos e inmigrantes digitales y cómo influye la sociedad mercantil de hoy en día bajo el concepto de liquidez.

PLANTEO DEL PROBLEMA

Según indica Eduardo Manchón¹, la conducta de los usuarios frente a una página web, no es como uno piensa que sería en un primer momento. A modo de ejemplo: la lectura no se realiza en forma completa, las publicidades - por más llamativas que sean- son ignoradas y se necesita que la página responda rápidamente a lo que el sujeto desea. La satisfacción que el usuario busca, se encuentra solo mediante la combinación de varios factores que hacen a la sustentabilidad del sitio web. Por lo tanto, el tema de la usabilidad de las páginas web, ha pasado a ser un problema fundamental para cada firma que crea una página. Se busca centrar el foco de atención en la satisfacción del usuario para que éste no deserte y vuelva a visitarla. De éste modo, se han estudiado diferentes métodos -empíricos y analíticos- para fortalecer los sitios en sus falencias y en algunos de ellos, se han utilizado justamente a los usuarios para que colaboren en la tarea. Esto por lo tanto genera un ciclo, donde sujeto-tarea-contexto, forman una triada que dan lugar a la experiencia del usuario. El recuperar los objetivos perseguidos por los sujetos, reciclarlos y re utilizarlos en la web, forman parte de esta nueva era de liquidez; donde todo se recicla y donde todo fluye tan rápidamente que es necesario aprender con mucha velocidad para no perder la carrera en el mercado. La seducción de la web, es tema fundamental entonces no solo para los dueños de los sitios web, sino también para los sujetos visitantes a la misma. Debemos recordar además que éstos sujetos no forman una masa homogénea, sino que cada uno tiene distintos factores personales, distintas experiencias, distintos conocimientos; algunos son nativos y por ende, todo resulta más fácil, pero a su vez, hace que sean más exigentes. Otros, los inmigrantes, pueden demorar más tiempo en aprender y utilizar la web, pero también esto conlleva otra responsabilidad de parte de los creadores de la red, los cuales deben esmerarse en que el aprendizaje para éstos sea casi de manera "inconciente" y fácilmente.

OBJETIVOS DEL TRABAJO

El presente trabajo tiene por objetivo demostrar la importancia de que una página web sea sustentable. Se intentarán relevar las diferencias del público heterogéneo y las coincidencias en él, para que la red le sirva como fuente de nutrición y a su vez ésta los nutra nuevamente, generando un ciclo.

Se recordarán algunos principios gestálticos que tiene suma importancia en ésta tarea de creación y desarrollo de páginas web y de la conducta de los usuarios frente a la misma.

Por último, se busca abordar algunas conclusiones respecto de la importancia de la usabilidad hoy en día, frente a ésta era líquida, para la integración de su yo.

ARTICULACIÓN

La web es un lugar público originada por y para usuarios consumidores y usuarios alimentadores. La colaboración de los mismos, hacen justamente de éste espacio público, un lugar privado para algunos de ellos. Cada usuario es diferente del resto: presenta ciertas características que le son propias, cierta historia,

cierto contexto, ciertas habilidades, que hacen a su comportamiento en la red. Existen bien aquellos que han utilizado a la tecnología casi de manera innata desde sus comienzos y la encuentran sumamente fácil y rápida para cumplir con una tarea que se proponga. Existen otros, que no han utilizado a la tecnología del mismo modo, son aquellos que requieren cierto entrenamiento en el uso, cierto aprendizaje de lo "último" y que el lenguaje informático no es parte de su vida diaria, son los inmigrantes. Sin embargo, nativos e inmigrantes, todos vivimos en una misma sociedad, en un espacio y lugar determinado, que hoy en día sigue los ritmos vertiginosos de lo mercantil. Hablamos entonces de sujetos líquidos, de inmediatez, de liviandad, de la necesidad de que todo pase veloz y eficazmente.

Nielsen² fue quien puso el ojo en éstas nuevas exigencias actuales y recaudó toda la información de lo que el usuario informático buscaba: facilidad de aprendizaje, eficiencia de uso, facilidad de memorización, baja tasa de errores y por sobre todas las cosas, satisfacción subjetiva (incluyendo dentro de ésta la amigabilidad, el confort, la confianza y el placer). Agrupo entonces a éstos componentes y dio origen al concepto de usabilidad, es decir, "cómo hacer que una página web sea usable". La necesidad de que la página web sea entonces flexible, que llame la atención de manera inmediata y nos sea de utilidad para llevar a cabo una tarea, fue tarea primordial de los entendidos en el desarrollo de las mismas para justamente lograr el efecto de seducción al sujeto. En éstos tiempos que corren donde más que nada la velocidad, el dinamismo y la innovación hacen que se requiera mayor esfuerzo en permanecer en el mercado, el énfasis en la integración del sujeto-red pasa a un primer plano para no romper éste ciclo de vida: nada permanece, todo se transforma; si sacamos un elemento del ciclo, rompemos la cadena y las consecuencias exteriores no serán favorables.

La gran base de la usabilidad está justamente en pensar un diseño centrado en el usuario, que tenga un sentido único y que sea el motor de fuerza para lo siguiente.

Si bien existen algunos conocimientos teóricos basados en la psicología cognitiva y en la heurística, como ser: el efecto de ceguera de los banners, la tendencia a apearse a los viejos diseños conocidos, las leyes de proximidad, simetría, figura-fondo, cierre, similitud; y el efecto *self-reference* (tendencia a recordar aquellos conceptos que conectamos con nuestra historia personal), que permiten tomar ciertos recaudos en el momento de desarrollar un sitio web; son muy variados y ricos los resultados que podemos hallar haciendo una investigación de cuan usable es un sitio. Podemos asegurar que teniendo en cuenta la importancia del tema y la variabilidad en los resultados, existen diferentes métodos para evaluar el concepto sobre un sitio determinado, que van desde cuestionarios, pruebas de prototipados, armado de focus groups, etc.

Existen distintas evaluaciones que se pueden realizar para justamente chequear en qué punto se encuentran. Para esto, se requiere de armar un proyecto compuesto por un equipo interdisciplinario, que busque una estrategia para un fin común y que tenga una visión unificada. Una vez creado éste equipo e identificada la oportunidad, se define la idea, se conceptualiza la experiencia y se busca luego refinar y re validar la misma. Una vez realizada, lo que llevará más trabajo aun, será el mantenimiento: recordemos que todo se mueve, nada permanece estático. Y menos en la sociedad actual.

CONCLUSIONES

La heterogeneidad de los consumidores sigue siendo un tema que cobra relevancia en la web, pero que a su vez, pueden ser englobados dentro de un mismo grupo: son usuarios y todos ellos, aun con sus diferencias, buscan algo y lo quieren de manera inmediata y fácil. Pertenece a una misma sociedad que persigue, salvando las diferencias, objetivos comunes y que exigen a la red así como a ellos mismo se les exige para que sigan permaneciendo dentro del círculo de alimentación. Se nutren de ella y la nutren.

Si pensamos entonces en que el sujeto es revalorizado dentro de lo que es la web, podemos decir que por un lado, afirma su propio yo y por el otro, genera una nueva tendencia donde lo humano y lo tecnológico nuevamente se chocan y buscan un enlace.

La usabilidad sería entonces, la manera de centrándose en el su-

jeto, construir una red que le permita expandirse por ella misma, reafirmarse, crecer y a su vez, devolverle en cierto modo, lo que el sujeto le da para que suceda esto. La tecnología necesita de la humanidad para que exista, *para que aprenda* (al igual que los humanos) y para que se perfeccione. La tecnología ha pasado a ser además, una necesidad de la humanidad para formarse, para alimentarse, para reafirmarse

Creo realmente que los puntos de conexión entre tecnología y humanidad cada vez se estrechan más y que así como el concepto de usabilidad ha comenzado a surgir y expandirse, no hay duda que en breve estaremos frente a otro punto similar, donde lo humano y lo tecnológico será difícil seguir diferenciándolos.

NOTAS

1 MANCHÓN, E. Consultoría de Usabilidad. Recuperado el 10 de Enero de 2010, de <http://www.ainda.info/>

2 NIELSEN, Jacob. Usabilidad. Diseño de sitios Web. Introducción. Y Cap. 1, 2,3.

BIBLIOGRAFIA

FILGUEIRAS, L. (2009). Usabilidad, desarrollo social, sostenibilidad: interdependencias y perspectivas. Recuperado el 26 de Noviembre de 2009, de <http://www.youtube.com/watch?v=xGKSoBebPAG>

FREIDMAN, V (2007, 9 de Octubre). 30 Usability issues to be aware of, *Smashing Magazine*. Recuperado el 14 de Enero de 2010 de <http://www.smashingmagazine.com/2007/10/09/30-usability-issues-to-be-aware-of/>

LORÉS, J. Prototipado y Evaluación. Recuperado el 14 de Enero de 2010, de <http://www.dsi.uclm.es/asignaturas/42583/archivos/2003lores.pdf>

MANCHÓN, E. La conducta de navegación de los usuarios, sus características. Recuperado el 10 de Enero de 2010, de http://www.ainda.info/conducta_navegacion.html

MANCHÓN, E. Test de usuarios. Recuperado el 10 de Enero de 2010, de http://www.ainda.info/test_usuarios.html

MANCHÓN, E. Selección de la muestra. Test de usuarios II. Recuperado el 10 de Enero de 2010, de http://www.ainda.info/seleccion_muestra_test_usuarios.html

MANCHÓN, E. Consultoría de Usabilidad. Recuperado el 10 de Enero de 2010, de <http://www.ainda.info/>

NERI, C., FERNÁNDEZ ZALAZAR, D. Telarañas de conocimiento. Ed. Libros y Bytes. Colección culturas en Red. Buenos Aires.2008

NIELSEN, J. Usabilidad. Diseño de sitios Web. Introducción. Y Cap. 1, 2,3.

UPA ARGENTINA. Día Mundial de la Usabilidad. Recuperado el 20 de Noviembre de 2009, de <http://www.diadelausabilidad.org.ar/ediciones-antiores>

ÉTICA Y DECISIÓN

Kletnicki, Armando

Universidad de Buenos Aires

RESUMEN

En oposición a una intuición generalizada -que la homologa linealmente a los códigos- la ética profesional en las prácticas en Salud Mental debe pensarse en la encrucijada de dos dimensiones: la deontología, como espacio que articulado a la normativa establece regulaciones al ejercicio profesional, y la clínica, como dimensión relativa a la puesta en juego del sujeto dividido, de una singularidad en situación. La relación entre ambas dimensiones no es pacífica ni lineal, en tanto se verifica una tensión continua -tan irreductible como deseable- entre la norma que regula el para todos y la especificidad propia de cada caso. En el presente trabajo se intenta articular esta tensión con las nociones de opción, elección y decisión, tomando como referencia una propuesta de Ignacio Lewkowicz, quien sugiere establecer diferencias conceptuales entre dichos términos, que habitualmente se emplean como sinónimos. En su recorrido procurará demostrar que en tanto la entrada a una situación dilemática requiere de la gestación de un clima que dilematice nuestras intervenciones, la salida de dicha situación nunca será meramente deontológica -cerrada en la referencia normativa- sino indudablemente decisional.

Palabras clave

Ética Opción Elección Decisión

ABSTRACT

ETHICS AND DECISION

Contrary to the general feeling that lineally equates professional ethics to codes, ethics in the practice of Mental Health should be thought of as being at the crossroads of two dimensions: the deontological dimension, which in articulation with the normative, establishes rules and regulations for professional practice, and the clinical dimension, which brings into play the divided subject, of a singularity in situation. The relation between these two dimensions is neither pacific nor lineal, while a continual tension is verified - as uncontrollable as it is desirable - between the norm that regulates 'for all' and the characteristic specificity of each individual case. The intention of this paper is to try and articulate this tension with the notions of option, choice and decision, taking as reference a proposal made by Ignacio Lewkowicz, who suggested that conceptual differences should be established between these terms which are usually used as synonyms. It shall seek to prove that, whereas the entrance to a dilemmatic situation requires a gestational climate to dilemmatize our interventions, departing from said situation will never be merely deontological -closed in the normative reference- but undoubtedly decisional.

Key words

Ethics Option Choice Decision

En oposición a una intuición generalizada -que la homologa linealmente a los códigos- la ética profesional en las prácticas en salud mental debe pensarse en la encrucijada de dos dimensiones: la *deontología*, como espacio que articulado a la normativa establece regulaciones al ejercicio profesional, y la *clínica*, como dimensión relativa a la puesta en juego del sujeto dividido, de una singularidad en situación. [i] [ii]

Inicialmente el campo *deontológico* queda definido por su pretensión de producir una regulación afín al *para todos* -como un saber que reglamenta la práctica- anticipando una variedad de dificultades posibles, e indicando *qué se espera que haga el psicólogo frente a determinada situación problemática*.

Trata de resumir, principalmente al volcar esas premisas en la redacción de códigos de ética, el conocimiento alcanzado y consensuado por la disciplina en un momento histórico dado, el cual