

también a nivel humano. Una formación completa, intelectualmente hablando se valora también en el mercado.

Creo que una de las tantas responsabilidades como docentes es introducirlos en el campo real, pero formarlos también en la teoría y en la investigación. Tenemos que hacerlos pensar y reflexionar, lograr que puedan comunicarse e intercambiar ideas, participar para que en un futuro sientan orgullo de la tarea que desarrollan.

Es tarea del educador, que el alumno pueda encontrar en las clases una amalgama de teoría, pasión y entusiasmo y que toda la información dentro del aula, le sirva para enfrentarse al mundo laboral tan competitivo en que vivimos.

Internet, ese negocio que no se concretó.

Patricia Boeri

Si bien Internet tiene poco tiempo en la Argentina hacía prever un fuerte desarrollo como alternativa a nivel comunicacional. A fines de 1999 se contaban con 920.000 usuarios y 520.000 cuentas. Le seguían Colombia, Chile y Venezuela con 660.000; 426.000 y 370.000 respectivamente. Se estimó un parque de 2,5% de usuarios de Internet sobre la población total 2,9% en Brasil y 1,3% en México.

La evolución en estos tres países fue similar y muy lenta; en Argentina 0,7% /97, 1,1% 98 y 2,5% /99; en Brasil 0,8%, 1,7% y 2,9% y en México 0,4%, 0,7% y 1,3%.

Si bien los porcentajes son similares, se debe tener en cuenta que la población de cada uno de los países difiere considerablemente. (Fuente :Morgan Stanley Dean Witter- Price & Cooke)

La explicación del crecimiento en la primera etapa de Internet en Argentina se debe a:

- La baja gradual del precio de las PC en la década del 90 sobretodo a partir de la convertibilidad.
- Una baja en las tarifas telefónicas (Conexión a través del 0610)
- Una baja en las tarifas de los proveedores de Internet. Aparición de proveedores gratuitos.
- El apoyo oficial con que contaron estas medidas.

PERFIL DE LOS USUARIOS

Total de usuarios: 916.109 personas.

Total personas 10.409.000 (Fuente EGM PISOS/99)

SEXO

Femenino 37% Masculino 63%

EDAD

De 14 a 19 años	24%	De 20 a 24 años	18%
De 25 a 34 años	26%	De 35 a 44 años	18%
De 45 a 54 años	10%	Más de 55 años	4%

ESTUDIOS

Primarios	1%	Secundarios	31%
Terciarios	14%	Univ. Incomp.	28%
Univ. Comp.	26%		

NSE

ABC1	43%	D1	7%
C2	24%	D2	4%
C3	22%		

OCUPACIÓN

Trabaja 65% No trabaja 35%

TRABAJAN

Por cuenta propia	35%
Relación de dependencia	65%

NO TRABAJAN

Estudiantes	81%	Amas de casa	10%
Desocupados	6%	Otros	3%

Usuarios de Internet y Tenencia de bienes

PC	22 %	PC con módem	6%
Usuario Inter.	68 %	Usuario internet	32%

Celular	12%	Cable	59%
Usuario Inter.	30%	Usuario internet	76 %

Total usuarios Internet	916.109
Total personas	10.409.000

Fuente: EGM PISOS 1999

Lugar de acceso a Internet

Casa	52%	Univ. centros estudios	14%
Trabajo	37%	Otros sitios	11%

Persona/institución que paga por servicios de Internet

Usted/Familia	52%	Universidad	15%
Empresa	36%	Otros	7%

Frecuencia de Uso

Todos los días	2%
2-3 veces por sem.	9%
Al menos 1 vez x sem.	14%
Al menos 1 vez al mes	17%
Menos frecuente	23%

Servicios utilizados

Acceso a Web	66%	Mail	72%
Lectura de diarios	32%	Otros usos	34%

Uso de Internet por los niños

No usuarios	90%	Usuarios	10%
-------------	-----	----------	-----

Lugar de acceso

Casa	33%	Colegio	51%
Casa amigos	15%	Otros sitios	12%

Frecuencia de uso

Todos los días	7%
5 a 6 veces por semana	2%
3 a 4 veces por semana	13%
1 a 2 veces por semana	44%
Menos de 1 vez por semana	28%
Nunca / casi nunca	5%

Servicios de Internet utilizados

Entretencimientos / juegos	77%
Búsqueda de información	41%
Chateo	34%
Mail	20%
Escuchar música	20%

Fuente: EGM Kids PISOS/99

Hoy comprobamos que, lejos de ser una herramienta de comunicación e información, ha pasado a integrar parte de una de las variables que se toman en cuenta para ubicar a los

pobladores de la Argentina dentro de un determinado nivel socioeconómico, (según el último estudio 2002 que le asignó un valor de 8 puntos a aquel hogar que la poseyera).

En líneas generales sólo un 11% de la población la posee, siendo su distribución no superior al 16% en las principales ciudades del interior.

Los guarismos que comentamos a continuación, son el resultado de la profunda crisis recesiva argentina iniciada en 1998 y agudizada en el año 2002.

Si bien lograron conservar su computadora casi todas las clases sociales a partir de la Baja Inferior. Esta fue adquirida en la década del 90 y sólo pueden hacer uso de este útil elemento a partir de la clase Medio Alto 30%, le siguen en importancia Alto 2 57%, Alto 1 77% y Alto 67%.

Relación posesión de computadora e internet en el hogar

Computadora

Mar.	1%	Bajo inf.	3%	Bajo sup.	21%
Medio Típico	45%	Medio alto	64%		
Alto 2	85%	Alto 1	95%	Alto	90%

Internet

Mar.	0%	Bajo inf.	0%	Bajo sup.	3%
Medio Típico	12%	Medio alto	30%		
Alto 2	57%	Alto 1	77%	Alto	67%

Fuente: INSE 2002

De esta conclusión parte el título de esta pequeña reflexión, en la que factores externos como la recesión, abortaron un negocio cuyo crecimiento se esperaba superior a los dos países de Latinoamérica mencionados.

Es de esperar que esta magra evolución se pueda revertir para que todos los integrantes de la población Argentina puedan acceder a tan importante medio.

Para que se pueda establecer una mejor comparación entre la denominación de las clases de 1996 vs. 2002 podemos decir:

1996			2002		
Alto y Medio Alto	ABC1	45%	Alto 1		5%
			Alto 2		5%
Medio típico	C2	10%	Medio alto		10%
Medio bajo	C3	24%	Bajo típico		10%
Bajo superior	D1	25%	Bajo superior		30%
Bajo inferior	D2	25%	Bajo inferior		20%
Marginal	E	5%	Marginal		20%

Fuente: INSE 2002

La creatividad...

Gianpiero Bosi

Globalmente todo este ensayo puede tener como eje virtual de partida a "la creatividad" como fuerza motriz de toda producción.

La creatividad no es el medio para concretar un deseo sino que puede entenderse como una insaciedad natural del humano que debe satisfacerse a través de algún deseo concreto. Es una energía que produce su metabolismo psico-físico y que debe ser canalizada.

Podría definirse como la condición de plantear y evaluar alternativas al abordar una situación.

Y no es algo volitivo porque no siempre es optativo, muchas veces surge a pesar de la voluntad. O yendo más atrás, podría ser la capacidad de "ver" algo más para hacer, como la factibilidad de transformar-modificar una situación dada con los elementos disponibles. Dicho de otro modo, es poder ver parte de lo que no sucede pero podría, de lo ausente pero posible. Y dichas posibilidades dependerán de cada individuo y de sus experiencias previas.

¿Quién riges a quién?: ¿la creatividad a la ignorancia –como ausencia del saber específico- o viceversa? El saber podría implicar algún tipo de restricción creativa ya que este ocupa un lugar y se ordena en la mente de un modo determinado, que a su vez requiere y genera una estructura de soporte que tiende a ser estable, rígida y estática (como un modelo de sintaxis). Y este hecho en alguna medida dificulta la capacidad de usar esa información en múltiples u otras direcciones (trans-relación).

El pensamiento tiene como objetivo la acumulación de información y su desarrollo en la forma más favorable posible. La conformación de la estructura de la información determinada por la geometría interna del sujeto opera y es básicamente una geometría de dimensionamiento ya que según la importancia relativa cada nuevo dato ocupará un determinado espacio, y de preformalización ya que medirá según los parámetros de la información ya existente y determinará por comparación los valores del nuevo dato entrante. Este proceso tiende a generar modelos fijos de conceptos, lo que limita las posibilidades de uso de toda la información disponible.

Lo creativo es lo inédito y ello depende de qué experiencias o modelos de acción haya transitado el sujeto. En general hay un modelo de lógica "ordenada", "racional", "vertical", en el que cada cosa surge de otra/s por deducción o intuición. Pero en ambos casos hay un paradigma de "coherencia" que determina cierto recorte de posibilidades que tienden a repetirse en individuos de mismos entornos socio-culturales. Es decir, la particular asociación de elementos dada por cada individuo en cada situación depende de los mundos por él conocidos y de sus posibilidades de asociación que surgieran y determinen sus esquemas de pensamiento (moldes-matrices) de forma consciente o inconsciente.

Podría imaginarse que el cerebro tiende a organizarse como una ciudad y que la información tiene sus propios nichos y cuando se requiere circula en auto por calles de, a lo sumo, dos direcciones. A la vez podríamos pensar que existen distintos barrios de casas bajas para los diversos temas. O sea que en general cada elemento se mueve casi siempre en el barrio en el que nació, o a lo sumo va y vuelve hacia otro punto por un camino corto que seguramente luego repetirá ya que le resulta más rápido y fácil que investigar otro. El concepto de creatividad propondría que esa ciudad sea compacta (o maciza), compuesta por altos edificios y que la información circule en pequeños vehículos voladores. Y además podríamos agregar que en esa sociedad no debería existir la propiedad privada como concepto. Sería una gran comunidad de seres distintos pero que pueden compartir libremente todos los bienes.