

Muchas de las cosas que le pasan a Sebas, son similares a las que describió Hans Asperger, allá por la década del 40 y que desde ese momento es conocido como el Síndrome de Asperger. Desde esa época e incluso hasta nuestros días se lo confunde con el Autismo, pero hoy se sabe que son dos síndromes distintos.

Un niño que tiene autismo, si bien también tiene un juego solitario, y se lo observa jugar durante horas con el mismo juguete, es diferente a un niño que tiene Asperger. Este intenta acercarse a sus pares, pero parece torpe en las relaciones sociales, y esto se debe a que carece de habilidad social. Parece que no ha incorporado las normas implícitas que la sociedad requiere para relacionarse, pero esto no quiere decir que él no intente, con sus herramientas, acercarse a sus compañeros.

Muchos de los comportamientos que tienen estos niños no están bajo su control y no son el resultado de "maldad" o un mal comportamiento intencional o un problema emocional o una dificultad de los padres para poner límites, o lo que es aun peor, no son niños "índigo", "diagnóstico" dudoso, que esta proliferando en nuestro medio vaya uno a saber porque, o mejor dicho sí se puede saber porqué, para captar futuros usuarios de terapias alternativas, confundiendo a los papas, dándoles un pseudo diagnóstico mucho más fácil de aceptar.

Estos niños no saben como responder apropiadamente de forma natural a muchas situaciones de la vida diaria, por lo que se les debe enseñar la forma correcta."

Volvemos a hacer la misma pregunta: ¿Por qué sale con esas preguntas tan raras? ¿Por qué siempre interrumpe las clases? La respuesta está en que no saben darse cuenta en qué momento hay que preguntar, o en qué momento hay que permanecer callado, no es que sea mal educado, o lo haga mal intencionadamente, no se da cuenta de las claves que forman parte de las habilidades sociales que es esperable que un adulto posea, y entonces ¿cómo puede ser que hayan llegado a esta instancia educativa? Esta pregunta tiene una respuesta muy sencilla, todos sus conocimientos cognitivos y académicos no están relacionados con el déficit en el área social, pero a de ser muy inteligentes, sus relaciones se ven truncadas.

El dinosaurio escucha mp3

Mario D' Ingianna

Tal vez el perfil de usuario que deviene de la Web 2.0 nos ayude a comprender un poco más esa antigua controversia herencia-ambiente, podríamos tener al nuevo Kaspar Hauser, ese niño salvaje detrás de la pantalla de una computadora en cualquiera de los locutorios de nuestro barrio y no darnos cuenta de ello. A mi criterio tenemos dos generaciones involucradas en este asunto: la más antigua compuesta por personas cuya edad oscila entre los 30 y los 50 años, y otra más joven que la precede por debajo de los 30 años.

Estamos hablando de aquellas personas que maduraron con la televisión (blanco y negro o color) como medio masivo de comunicación principal, y las otras que más bien vivenciaron el crecimiento de una serie de tecnologías interactivas: computadoras, consolas, Internet.

Estamos, entonces, repartidos entre los *dinosaurios* y el *mp3*.

A los dinosaurios el futuro siempre les pasa desapercibido, pero de nada sirve comentar lo obvio; hay que actuar o convertirse en petróleo y, por lo menos así, servir de combustible a las nuevas generaciones.

Los usuarios contemporáneos están asociados irreduciblemente a la tecnología informática, hacen uso de los dispositivos electrónicos tan fácilmente como si se tratara de extensiones de sus sentidos y se relacionan entre sí por medio de ellos. Esto implica contar con un usuario activo que demanda un acceso a los contenidos de una manera diferente a la tradicional, si no cumplimos con estas mínimas expectativas... *zapping!*

Esto implica que un estudiante, un espectador de cine o de tv, o un usuario de cualquier servicio que así lo permita, no está dispuesto a "prestar atención", a "comprometerse" con los medios tradicionales ya que Internet como punta de lanza de los *new-media* le ofrece otras características mucho más interesantes.

Pregunto: ¿por qué no se puede educar en las universidades con *blogs*, descargas de *podcast*, audiovisuales, comunidades virtuales, *home-banking*, exposiciones online, o herramientas de diseño interactivas?

¿Acaso estos nuevos estudiantes no estarían dispuestos a participar de una experiencia educativa en la cual ellos podrían generar contenido pedagógico a la vez que lo consumen? ¿O es que acaso los docentes no están viendo o entendiendo lo que las nuevas generaciones de estudiantes requieren? Parece que "*el futuro llegó, hace rato*" como dicen Los Redonditos de Ricota en su canción, y más de uno ya es "dinosaurio en conserva y nadie le avisó, menos el futuro.

Es necesario abrir un espacio de reflexión académico pero no solamente para docentes, también hay que incorporar a la generación *mp3*; solamente de la comprensión de ese *target* es que pueden surgir las primeras apreciaciones tendientes a actualizar la currícula de cualquier plan de carrera.

Esta no es una tarea que el equipo docente se deba a sí mismo exclusivamente, no; en primera instancia se la debe a los estudiantes que acuden a la facultad para capacitarse y poder enfrentar una realidad laboral distante, generalmente, a unos cuatro años de carrera por lo menos.

Imaginense a un estudiante parado en el inicio de una carrera de cuatro años cuyos docentes están estacionados... ¿cuánto? ¿2 años en el pasado? ¿4? ¿10? ¿En qué posición queda ubicado el estudiante al terminar su carrera? Es como meterse en un túnel del tiempo y viajar al pasado.

Ahora entiendo porqué los gurúes de las agencias están propiciando la incorporación de nuevas figuras en los equipos creativos, hablan de eliminar esas tradicionales duplas creativas y reemplazarlas por equipos de trabajo en los cuales no puede faltar el programador, u otras figuras tan excéntricas como el diseñador industrial. Atrás quedaron los tiempos de escritores y artistas plásticos, es la hora del Photoshop, de Flash y también del Net y del MySQL, el XML y otros.

Los gurúes dicen esto porque están pateando el tablero del *establishment* creativo local y se dan cuenta que

vale más colar una campaña por 45 días de esfuerzo en Internet, con un mínimo de equipo y equipamiento, que otra que insume una inmensa cantidad de recursos y, lo peor, no puede ser medida.

Si señores vendedores de ilusiones y espejitos creativos, la publicidad en Internet puede ser medida, hasta el último bit.

Adlatina, la revista, habla de “el nuevo mundo de las ideas” (Adlatina, abril 2006: pag. 7-9). Jorge Martínez dice que en Latinoamérica domina como vehículo comunicacional la *tele* y que los “especialistas” comentan que ese trono lo ocupará varios años. En la página siguiente, Verónica Rímuli muestra una tabla con la participación por país de distintos rubros en la cual la *tele* está primera e Internet sexta, por debajo de todos los anteriores (televisión, medios gráficos, radios, vía pública y cine).

¿Entonces por qué el entusiasmo de los gurúes? Por qué esa reiterada aseveración con que empiezan cada charla evangelizadora: “me llamo pepe y hace tres meses y catorce horas que no miro tele”. Más parece una reunión de televidentes anónimos en estado de abstinencia avanzado que otra cosa.

Me parece que la cosa pasa por otro lado, pasa por lo que los *dinosaurios* viven como una parte, mientras que para los *mp3* es un todo.

Regresando al aspecto estrictamente pedagógico, si solamente escuchamos a los *mp3* tenemos que dejar de estudiar porque, “viejo, ya estás obsoleto”, y dedicarnos a vivir la vida comunitaria en red. No estoy de acuerdo. Ahora, los *dinosaurios* están desconcertados y terriblemente asustados ya que son propensos a leer números y esa tele que tantas alegrías les dio hoy parece que les juega para atrás. ¿No les asusta un poco que en la tabla antes descripta no aparezca *You Tube*? ¿O eso les produce una sensación de alivio?

¿Alguien se pregunta cómo se pueden contrastar los resultados de efectividad y retorno de los avisos publicitarios de *Google* con respecto a los de importantes medios gráficos?

Y si, mete miedo. Toda nuestra existencia parece peligrar, al borde del pantano. Pero bueno, fue lindo mientras duró. No podemos someter a las nuevas generaciones a un paseo por el túnel del tiempo pero tampoco podemos permitir que el libertinaje desprecie aquel capital acumulado por años. El complejo *ambiente* actual puede haber modificado a estos nuevos individuos hasta transformarlos en lo que hoy son, pero ese *ambiente* fue en parte forjado por las generaciones anteriores, que en parte contaminaron con su *herencia* a las nuevas. La controversia sigue vigente.

Pensar en red

Mario D´Ingianna

Una comunidad es un grupo o conjunto de personas (o agentes) que comparten elementos en común, elementos tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión de mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles, etc. Por lo general en una comunidad se crea una identidad común, mediante la diferenciación de otros grupos o comunidades (generalmente por signos o acciones), que es compartida y elaborada entre sus integrantes y socializada. Uno de los propósitos de una comunidad es unirse alrededor de un objetivo en común, como puede ser el bien común. Aun cuando se señaló anteriormente basta una identidad en común para conformar una comunidad sin la necesidad de un objetivo específico.

Wikipedia, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunidad>

Cualquier tipo de relación parte de una asociación empática. Cuando dos elementos se relacionan es porque tienen entre sí algo en común, ése es el componente empático, aquello que los une en un punto determinado de interés mutuo.

Cuando abordamos este tipo de concepto podemos hacerlo desde puntos de vistas opuestos: Desde el “otro individuo”, o desde “nosotros mismos”.

Los conceptos tradicionales nos inducen a ponernos en el lugar del otro, considerar sus necesidades, abordar la problemática de las relaciones desde el punto de vista del destinatario.

Ya no más.

Nosotros somos individuos, nosotros establecemos relaciones, nosotros formamos parte de una comunidad, es a partir de nosotros mismos que debemos repensar como deben establecerse relaciones, cómo debe conformarse una comunidad.

La diferencia parece ínfima, como si se trataran de dos términos a cada lado de un signo de igualdad. Pero lo cierto es que pensar la realidad desde el sujeto mismo y no desde un *target* es mucho más orgánico.

De hecho desde hace algún tiempo hay mucho esfuerzo en tratar de humanizar el *target*, definirlo más claramente, emplear parámetros cotidianos, asociarlo a elementos identificables que nada tienen que ver con las siglas A, B, BC, D1, etc.

El pensar primero en uno mismo puede parecer muy egoísta pero ¿Acaso así no actúa el ser humano? Puede ser egoísta, sí, pero también menos hipócrita.

¿Qué es entonces pensar en red? Es pensar en nosotros como individuos con una identidad determinada en relación a otros con la misma identidad. Eso es una “red de relaciones”.

No importan los objetivos, las características sociales o los roles, la permanencia o no dentro de esa red depende de compartir (o no) la “identidad” que la autodefine. Aquí otra característica: el primer individuo que inicia la red dota a la misma con la identidad propia.

Como la red se autorregula, la identidad dominante dependerá de la identidad resultante de la mayoría de los individuos.