

## El ecosistema virtual y las industrias creativas

Fecha de recepción: agosto 2011  
Fecha de aceptación: octubre 2011  
Versión final: diciembre 2011

María Elena Onofre (\*)

**Resumen:** En este entorno actual atravesado por la hegemonía de la revolución virtual y la penetración de las redes sociales, sus públicos participativos, intervencionistas y de habilidades *multitasking*, nace una nueva generación protegida por la naturaleza distributiva de la red. Este modelo cuestiona la autoridad preestablecida y valora los saberes combinados de la red. Desautoriza a la cadena de mando centralizada y responde mejor a procesos horizontales y participativos que a mandatos verticales. Una mirada que intenta interpretar cómo enlazar lo que sucede en el aula con esta presencia abrumadora de las redes sociales.

**Palabras clave:** virtual – digitales – participativo – sustentable – responsable – creatividad – red – hiperenlaces – ecosistema – transmisión – educación.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 90]

*La red. El aula. La conciencia global distributiva  
La riqueza ya no reside en el capital físico, sino en la  
imaginación y la creatividad humana.*

Jeremy Rifkin (2010)

### La desterritorialización del aula

Existe una tendencia global a la desinstitucionalización que afecta y atraviesa a los modelos formativos institucionalizados que deberán reinventarse para desempeñarse en un mundo desorganizado.

La modernidad instaló en las instituciones educativas el agente generador y a la vez legitimador de su estructura genética. La pérdida de vigencia de los pilares que sostuvieron el devenir moderno generó la crisis en la que hoy éstas se ven inmersas.

Las instituciones educativas comienzan a perder su valor de cambio y se aferran a un valor de uso que por momentos se nos presenta como vigente y por momentos desdibujado y hasta obsoleto, tal vez por eso tan incómodo. El aula y los modelos formativos viven inmersos en la voracidad del descarte que domina nuestra existencia pos-posmoderna y por eso deben recargarse de significado generando nuevos modelos de aproximación al campo social y cultural.

Pareciera que estamos inmersos en una nueva levedad que promueve en todos los órdenes un poder cada vez más escurridizo y evasivo. Una vulnerable percepción del poder estimula la sensación de desprotección. La constante sensación de pérdida de vigencia de todas las cosas nos provoca nostalgia de una rutina, que si bien por momentos degrada, también cobija.

Pareciera que presenciamos la desterritorialización del aula. Buscamos afuera aquellas señales que “proyectan” y “abren caminos” y luego intentamos sistematizarlas en el aula. En este contexto nos incomoda la incertidumbre que produce el recorrer nuevos espacios y momentos de interacción. Cuando planteamos un camino diferente que abre espacio sin prejuicios a la interacción de lo múltiple, nos permitimos relacionar y combinar seres y cosas sin el principio ordenador preestablecido.

### ¿Cómo construyen el conocimiento los nativos digitales?

Sabemos que al igual que la red, la mente funciona enlazando asociaciones. No se trata de un mecanismo lineal. La red es un universo de hiperenlaces asociativos producto de algoritmos cada vez más complejos que cambian la manera de pensar. Navegar en la red obliga a saltar por el paisaje virtual acentuando la capacidad de desarrollar múltiples tareas y búsquedas simultáneas a la vez que nos hace limitar la concentración en un foco en particular. Conectamos con muchos enlaces de múltiples temas sin tocar ninguno en profundidad. Nos preguntamos si los nativos digitales desarrollarán en algún momento la capacidad de concentración continua en un solo tema para alcanzar los detalles, tal como lo permite la lectura de un libro, o sólo profundizarán la capacidad de recorrer al mismo tiempo infinitos hiperenlaces asociativos, sabiendo que este recorrido se presenta la mayoría de las veces improvisado y descartable.

Quizás el aporte más significativo de la vida interactiva sea la conectividad y la ubicuidad. Todos al mismo tiempo en todos lados.

La red prioriza las conexiones sociales, la inteligencia compartida, la colaboración, la convergencia, alimenta la inteligencia colectiva y contribuye a la formación de lo que llamamos cerebro global. El universo digital estimula el acceso a la información. Sabemos que mejor informados tomamos mejores decisiones. Sin embargo, estar más informados, no siempre significa estar mejor informados.

En efecto la red facilita el acceso a la información y al conocimiento al mismo tiempo que erosiona la privacidad, la identidad y hasta la naturaleza de la realidad. Esta fluidez que rige la era de la interactividad estimula el cambio constante, la multiplicidad, la espontaneidad, la liviandad, la inconstancia, la dispersión, la velocidad y descuida los anclajes, la profundidad y la concentración.

La relación con el tiempo cambia. Todo es ahora y en todos lados al mismo tiempo pero no por mucho tiempo. Mantener la posición sobre cierto tema o sobre algún aspecto de ese tema requeriría de una profundización,

una concentración y un esfuerzo que rara vez tiene lugar en la red.

La red produce un universo nómada y extraterritorial. Bauman (2002) expresa: "Viajar liviano, en vez de aferrarse a cosas consideradas confiables y sólidas –por su gran peso, solidez e inflexible capacidad de resistencia–, es ahora el mayor bien y el mayor símbolo de poder". (p.8)

En resumen, los nativos digitales premian y estimulan la libertad de elección. Valoran la customización, disfrutan de "conversaciones" y foros multidireccionales que de conferencias unidireccionales. Supervisan con criterio crítico las acciones de las marcas y las empresas e intervienen los mensajes que nacen en la compañía.

### **Un entorno no jerárquico. ¿Quién legitima en la red?**

La red está repleta de posibilidades que exceden la capacidad de navegación de los usuarios. La oferta de opciones es mucho más amplia que la demanda de necesidades concretas. Esto confunde y dispersa. El mayor desafío para el usuario es establecer prioridades y elegir hiperenlaces al mismo tiempo que desecha y deja a la deriva a otros tantos. Esta situación cotidiana genera una gran angustia cuyo origen reside precisamente en la abundancia y no en la escasez. Ante este universo de realidades el usuario duda sobre la legitimidad del mensaje. Cuál de todas las opciones es la correcta, en qué comunidad o sitio reside la potestad de la verdad sobre tal o cual tema. Y además, cuando finalmente confiamos en la "autoridad" de un sitio sobre un tema en particular, la realidad nos indica que no conservará su potestad por mucho tiempo. Nos preguntamos quién es la autoridad?

Bauman (2002) afirma: "Cuando las autoridades son muchas tienden a cancelarse entre sí. La única autoridad efectiva es la de quien debe elegir entre ellas. Una autoridad en potencia se convierte en tal por cortesía de quien lo elige" (p.70)

La supuesta autoridad que nos brindaba nuestro saber acumulado y nuestra experiencia se desdibujan cuando el sentido pierde sentido.

"Pero la desintegración social es tanto una afección como un resultado de la nueva técnica del poder, que emplea como principales instrumentos el arte de la huida. Para que el poder fluya, debe estar libre de trabas, barreras, fronteras fortificadas y controles. Cualquier trama densa de nexos sociales, y particularmente una red estrecha con base territorial, implica un obstáculo que debe ser eliminado." (Bauman, Z. 2002, *Modernidad líquida*. Buenos Aires.: F.C.E. p.19)

Los nativos digitales crecen en un entorno no jerárquico en el que se relacionan entre sí con claros comportamientos de naturaleza participativa que manifiestan el interés genuino por la accesibilidad y la inclusión frente a la autonomía individualista y la exclusión propia del modelo consumista.

Esta nueva mentalidad no jerarquizada y participativa ha comenzado también a manifestarse en las organizaciones. El modelo convierte un sistema de gestión jerárquica en otro de gestión en red que propone un enfoque más transparente y menos vertical. Este concepto de transparencia no solo afecta al hecho de compartir la

información, sino que también amplía y acentúa la franqueza sobre sentimientos, puntos de vista y acciones.

### **El acento distributivo de la red**

Las tecnologías de la información tienen un fuerte acento distributivo que sumado a las comunicaciones en red están creando un entorno social que necesita un nuevo modelo de gestión y administración compatible con esta revolución interactiva.

Como contrapunto de una sociedad conectada en red (siempre online, en todas partes al mismo tiempo) en la que una misma información o enfoque adquiere un carácter universal, surge el apetito por lo local. La localidad está en alza. Pensar global y actuar local parece ser la llave para el éxito en la elaboración de ese mensaje memorable, identificable y básicamente centrado en apelar a la experiencia del consumidor o usuario

El cerebro global interactivo demanda un lenguaje vital, directo, elocuente y sustantivo.

El mercado de consumo signado por el desprecio por la duración se va transformando en un mercado relacional, signado por la reciprocidad, la resonancia, el reconocimiento, el respeto y la responsabilidad. Pasamos de una matriz social teñida por un voraz consumismo a una sociedad responsable y sustentable en todos sus aspectos. Este nuevo hacer y pensar responsable produce mensajes y hechos honestos, sociables, compartibles, útiles, integrados e intuitivos.

### **¿Y el aula?**

El aula se convierte también en un lugar escurridizo y móvil. Qué transmitimos los docentes cuando se instala el rechazo sistemático del pasado? El problema de la transmisión de conocimientos irrumpe como síntoma de la incertidumbre sobre las formas de continuidad de la sociedad y sobre el horizonte. La tensión entre el tiempo real y el tiempo virtual, la aceleración de los cambios tecnológicos, la mediatización de la vida social, la inmediatez del presente en el consumo son algunos rasgos de una sociedad que pone en tela de juicio la relación de las instituciones educativas con horizontes más amplios de la sociedad como un todo.

Desde esta posición planteamos que una generación joven se constituye a partir de una diferencia, de una diferencia que se articula luego de una toma de posición ya sea contestataria o indiferente frente a lo recibido de la generación anterior.

El problema de la transmisión en educación resulta hoy un punto estratégico de los discursos educativos y eso se vincula con las nuevas formas de relación entre generaciones. Se ha invertido el vínculo generacional.

Tal vez la respuesta a estos cuestionamientos se resume en transmitir a las nuevas generaciones de nativos digitales la pasión por el desarrollo del proceso creativo, dentro y fuera del universo virtual. En las industrias creativas está la clave de lo que llamamos capitalismo inmaterial. En este nuevo ecosistema social, ser rico no tendrá que ver con la acumulación de bienes materiales sino con tener acceso a conexiones y a valores que promuevan una sociedad responsable anclada en una conciencia global distributiva que nos alcance a todos.

### Referencias bibliográficas

- Baudrillard, Jean. (1997). *Crítica de la economía política del signo*. México: Siglo XXI editores.
- Baudrillard, Jean. (1995). *El sistema de los objetos*. México: Siglo XXI editores.
- Bauman, Zygmunt. (2007). *Vida de consumo*. Buenos Aires: F.C.E.
- Bauman, Zygmunt. (2002). *Modernidad líquida*. Buenos Aires: F.C.E.
- Citado en: Harvie Ferguson (1999), *Glamour and the end of irony*. Virginia: The hedgehog review.
- García Canclini, Néstor. (2005). *Culturas híbridas*. Buenos Aires: Paidós.
- Rifkin, Jeremy. (2010). *La civilización empática*. Buenos Aires: Paidós
- Purcell, Kristen. (2010). Report: New Media Ecology, News, Mobile. Understanding the Participatory News Consumer. *Pew Internet & American Life Project. An initiative of the Pew Research Center*. Recuperado el 10 de diciembre de 2010, <http://www.pewinternet.org/Reports/2010/Online-News.aspx>
- The Economist. (2010). *A world of connections. A special report on social networking* January 30 2010. Disponible en el sitio <http://www.economist.com>
- Osterwalder, Alexander & Pigneur Yves. (2009). *Business Model Generation*. Amsterdam: self published book.
- <http://pubs.wunderman.com/digital>
- Ugarte, David de. (2007). *El poder de las redes*. Barcelona: Ediciones El cobre.
- <http://blog.demarketingonline.com/reputacion-online/buzzalgorithmics-cuando-el-ecosistema-social-se-impone/>
- <http://www.emarketer.com/Article.aspx?R=1007600>

---

**Abstract:** In this current environment crossed by the hegemony of the virtual revolution and the penetration of the social networks, its participative and interventionist publics, with

multitasking skills, there is born a new generation protected by the distributive nature of the network. This model questions the pre-established authority and values the combined knowledge of the network. It deprives of authority to the chain of centralized control and answers better to horizontal and participative processes than to the vertical mandates.

A look that it tries to interpret how to connect what happens in the classroom with this overwhelming presence of the social networks.

**Key words:** virtual – digital – participative – sustaining – responsible – creativity – network – hyper connection – eco system – transmission – education.

**Resumo:** Neste meio atual atravessado pela hegemonia da revolução virtual e a penetração das redes sociais, seus públicos participativos, intervencionistas e de habilidades multitasking, nasce uma nova geração protegida pela natureza distributiva da rede. Este modelo questiona a autoridade preestabelecida e valoriza os saberes combinados da rede. Desautoriza à corrente de comando centralizada e responde melhor a processos horizontales e participativos que a mandatos verticais.

Um olhar que tenta interpretar como enlazar o que sucede no aula com esta presença abrumadora das redes sociais.

**Palavras chave:** virtual – digital – participativa – sustentável – responsável – criatividade – red – hiperlinks – ecossistema – transmissão – educação.

(\*) **María Elena Onofre.** Experta en marketing, comercialización y negocios de consumo masivo. Posgrado en Dirección de Comunicaciones (UCES). Egresada de la Escuela Nacional de Bellas Artes Prilidiano Pueyrredón con especialización en Artes visuales (IUNA). Traductora técnico-literaria idioma Inglés. Profesora de la Universidad de Palermo en el Departamento de Negocios en Diseño y Comunicación. Coordina los Programas Ejecutivos de la Facultad de Diseño y Comunicación de la Universidad de Palermo.

---

## Diseño slow

Lorena González (\*)

Fecha de recepción: agosto 2011

Fecha de aceptación: octubre 2011

Versión final: diciembre 2011

**Resumen:** Este texto aborda una nueva tendencia en el diseño de indumentaria: el diseño *slow*. Desde las bases de su filosofía hasta los puntos más importantes de este movimiento pasa por todas las etapas que debe tener un diseño para que sea considerado como tal.

**Palabras clave:** diseño *slow* – nuevas tendencias – filosofía *slow* – *slow design* – diseño ecológico – cuerpo medio-ambiente – relación cuerpo-entorno – textiles orgánicos – consumidor de sentido.

[Resúmenes en inglés y portugués en la página 92]

---

Paradójicamente a los tiempos que corren, donde lo virtual es casi real, donde vivimos la mayoría del tiempo

en un no lugar, donde confluyen en un instante múltiples mensajes virtuales, todos y al mismo tiempo, don-