

Inmigrantes digitales vs. nativos digitales

Por Piscitelli

La migración digital, un concepto bastante ambicioso

Un libro anda circulando hace unos años pero no logró hacer mayormente mella en la acuñación de categorías claves, quizás como parte de sus propias limitaciones. Se trata de *La migración digital*, escrito por el chileno Lorenzo Vilches y publicado en la colección Estudios de Televisión de Gedisa (y utilizado varios programas atrás en nuestra cátedra de Procesamiento de Datos).

En ese ensayo de fines del 2001 Vilches reflexionaba sobre los cambios sociales que están experimentando los usuarios en el campo de la televisión debido a un proceso de migración digital, que supone el desplazamiento hacia un mundo altamente tecnificado, una nueva economía creada por las tecnologías del conocimiento, donde el cambio es la información y esta es la nueva identidad. En este contexto, Vilches destacaba que en la migración digital el mundo no se divide entre ricos y pobres, sino entre los que están informados y aquellos que han quedado fuera de estas tecnologías.

Para Vilches la aparición de las nuevas tecnologías, junto con la internacionalización de los mercados, ha provocado una serie de migraciones que afectan a distintos ámbitos: al imaginario tecnológico, ya que la convergencia aflora nuevos y antiguos mitos en las narraciones y contenidos de los medios; al lenguaje y al mercado cultural, donde se promueve el debate sobre la cultura de los nuevos medios y su dependencia de las exigencias comerciales; a las nuevas formas narrativas; a las conductas de los usuarios, que gracias a la interactividad se convierten en manipuladores de contenidos; y, por último, a la forma de conocer, archivar y encontrar las imágenes que produce la sociedad.

Para Lorenzo Vilches, la migración digital supone también un desarrollo de las tecnologías del conocimiento, entre las que destaca las tecnologías de la imagen, esenciales para la formación de la percepción y la comprensión de la realidad (hacia allí vamos con el descubrimiento del interesante *Lectura de imágenes. Los niños interpretan textos visuales* de Evelyn Arizpe y Morag Styles, FCE 2005).

Con lo interesante que fue la propuesta de Vilches en el sentido de que en el futuro próximo habrá que pagarles a los espectadores para que se comporten como televidentes, y la discontinuidad que encuentra entre TV e internet (como anticipábamos en 1998 en nuestro *Post-Televisión*) hay hechos básicos que se le pasaron por alto a Vilches y que tienen consecuencias educacionales mayúsculas, que fueron enmascaradas por el uso de la metáfora de la migración digital... reduciéndola a problemas de la convergencia de tecnologías, cuando en realidad de lo que estamos hablando es de una discontinuidad epistemológica esencial.

Nativos digitales/Inmigrantes digitales

Porque la migración digital tiene como protagonistas a dos tipos totalmente diferentes de sujetos. Cuando se trata de industrias y formatos quienes están a cargo no son los productores ni los consumidores actuales ni mucho menos los que predominarán dentro de dos décadas. Se trata de gente entre 35 y 55 años que no es nativa digital: ellos (nosotros) son (somos) los inmigrantes digitales.

Por el contrario, los consumidores y próximos productores de casi todo lo existe (y existirá) son los nativos digitales, y entre ambas macrogeneraciones las distancias son infinitas, y la posibilidad de comunicación y de coordinación conductual se vuelve terriblemente difícil, sino imposible, a menos que existan mediadores tecnológicos intergeneracionales (carrera que hemos emprendido hace muchos años y que habría que codificar e institucionalizar un tanto más).

Si en vez de cacarear tanto sobre la brecha analógico/digital empezáramos a entender un poquito más en qué consiste esta brecha alfabetogeneracional la cuestión se pondría mucho más interesante, pero también se volvería mucho más compleja.

Porque a la luz de la aparición de generaciones con capacidades, intereses, manejo de la tecnología y valoración de la formación y de la información totalmente ortogonales respecto de las preexistentes, los cantos de cisne de la bloomaniana (el desesperado intento de los Harold Bloom, los Giovanni Sartori, los Karl Popper y los frankfurtianos de toda estofa, de mantener viva la antorcha de la alta cultura so pena de abandonar ese sacrosanto espacio regalándoselo a la

barbarie digital -ex cultura popular tecnologizada) cualquier diagnóstico y cualquier pronóstico deben ser deconstruidos y vueltos a diseñar.

En particular los diagnósticos de decadencia cultural educativa y de pérdida de los valores humanistas a cargo de una tecnología fría, inclemente y fundamentalmente mercantilista (como sobreabundan en los diagnósticos de Alan Bloom y su seminal y ultraconservadora *The Closing of the American Mind* (1987).

¿No habrá que rever el concepto mismo de rendimiento y evaluación educativa? ¿No habrá que reevaluar nuestro diagnóstico facilista acerca de la decadencia (educativa) de Occidente? ¿No habrá que repensar si las prueba PISA y todas esas parafernalias de la ortodoxia (incluyendo la acreditación universitaria) no están cometiendo errores semejantes a los que cometió Piaget tratando de aplicar los baremos suizos a los chicos africanos? ¿Qué se está midiendo exactamente? Pero sobre todo ¿qué es lo que no se está midiendo?

No vemos que no vemos

Si Heinz von Foerster tiene razón cuando insiste en que el pecado de toda epistemología es que **no vemos que no vemos**, en el caso escolar la cosa se agrava infinitamente, y el principal responsable es el no ver que los estudiantes de hoy (**los milenaristas**) han cambiados de forma radical, y **no son los sujetos para los cuales el sistema educativo fue diseñado durante siglos** y que querría tenerlos como población nativa.

Cuando se reduce el cambio generacional y cultural a los adornos (lenguaje, ropa, piercing, estilos de coquetería) se está poniendo el carro delante del caballo. Porque la discontinuidad que hay entre estos chicos y nosotros no es ni incremental, ni accesoria o siquiera histórica y tendencial. Se trata, en la jerga astronómica, de **una singularidad, una compuerta evolutiva**, un antes y después tan radical que es difícil conceptualizarlo y mucho menos generar los instrumentos educativos capaces de operacionalizarlo.

En este caso la singularidad es precisamente la **digitalización de la cultura** (especialmente juvenil) en las dos últimas décadas y más particularmente en los últimos 5 años en los países periféricos. Los chicos que hoy tienen entre 5 y 15 años son la primera generación mundial que ha crecido inmersa en estas nuevas tecnologías. Han pasado toda su vida rodeados de computadoras, videogames y el resto de los gadgets digitales

En promedio de graduados universitarios (especialmente en los EE.UU., pero crecientemente en todos los rincones del planeta) han pasado cerca de **5.000 horas de su vida leyendo**, pero cerca de **10.000 horas jugando a videojuegos** (y cerca de **20.000 horas viendo TV**).

La sociología y la psicología cognitiva no necesariamente dicen lo mismo

Lo cierto es que con las diferencias de acceso sociales del caso (aun en los EE.UU. las diferencias entre el acceso a computadoras y videojuegos difiere enormemente entre blancos, hispanos y negros) los videojuegos, el e-mail, internet, los teléfonos celulares y la mensajería instantánea se han convertido en parte integral de nuestras vidas y en el oxígeno tecnocultural que respiran los chicos del tercer milenio. Obviamente, en la periferia las diferencias de acceso son todavía más duales y brutales.

Esta constatación sociológica es trivial. Lo que realmente interesa es saber hasta qué punto las funciones intelectuales, las habilidades cognitivas y las capacidades para volver inteligible el presente complejo, **difieren o no en la generación digital respecto de sus padres o abuelos**. Aquí la diferencia mayor no es tanto en términos de cambios físicos del cerebro (aunque a lo mejor los hay) sino en claros usos diferenciados de funcionalidades cerebrales respondiendo a entornos ubicuos densos en información, que debe ser procesada en paralelo, y en la capacidad de toma de decisiones simultáneas disparadas por el uso de los videojuegos, por ejemplo.

Ha habido muchos nombres que tratan de encapsular lo distintivo de esta generación de estudiantes. Se los han denominado generación N (iNternet) o D (digital) pero para nuestro gusto el epíteto que mejor da cuenta de ellos es el de **Nativos Digitales**.

Nuestros estudiantes actuales, ya sea que tengan 6 años o 22, son hablantes nativos del lenguaje de las computadoras, los videojuegos e internet. Y nosotros, por más tecnofílicos que seamos (o pretendamos serlo) nunca sobrepasaremos la categoría de inmigrantes digitales o hablantes más o menos competentes de esa segunda lengua.

Que para nosotros lo digital sea una segunda lengua se nota en que todo lo que hacemos. Es un acento que matiza todas nuestras actividades y que se refleja fundamentalmente en nuestra vida académica y profesional. Vamos a internet cuando no encontramos un libro que previamente dé cuenta del problema. Antes de usar un aparato leemos el manual. Antes de ejecutar un programa necesitamos saber qué tecla tocar, etc., etc. Justo a la inversa en todos los casos de los nativos digitales que hacen primero y se preguntan después. Neurológicamente este segundo lenguaje ocupa áreas del cerebro distintas de las que se movilizan con el aprendizaje de la lengua materna. Y no estamos solamente jugando con metáforas.

Cuando tener acento no es algo de lo que vanagloriarse

El acento de segundones se nota en mil y un actos que parecen intrascendentes pero que delatan nuestro origen analógico. Imprimir un mail, editar un documento sobre papel, llamar a compañeros de oficina para que vean en nuestra computadora una URL en vez de directamente enviárselos a ellos, y lo más tragicómico de todo, llamar a alguien por teléfono para confirmar si recibió nuestro mail.

Aunque esto suena a chiste no lo es. Deberíamos más bien adscribirlo en todo caso al área del humor negro, porque reducido a nuestro entorno en la Argentina, donde hay 820.000 maestros, nos encontramos con la paradójica situación de que los instructores que son mayoritariamente inmigrantes digitales, que hablan un idioma en vías de extinción cual es el de la era predigital, están tratando de enseñarle a una población que habla un lenguaje totalmente distinto e incomprensible para los docentes inmigrantes.

Aunque rara vez se lo lee de este modo, gran parte de la resistencia infantil y juvenil a la enseñanza hoy hegemónica en las escuelas proviene del rechazo de los nativos a quienes quieren enseñarles su propio lenguaje siendo que hablan el idioma de marras como resultado de haberlo aprendido como segunda lengua. Un absurdo destinado al fracaso desde el vamos. ¿Se entiende mejor entonces el lugar arrasado de la escuela en esta ecuación?

Los nativos digitales aman la velocidad cuando de lidiar con la información se trata. Les encanta hacer varias cosas al mismo tiempo, y todos ellos son *multitasking* y en muchos casos multimedia. Prefieren el universo gráfico al textual. Eligen el acceso aleatorio e hipertextual en vez del lineal. Funcionan mejor cuando operan en red y lo que más aprecian es la gratificación constante y las recompensas permanentes (que en muchos casos pueden ser desafíos todavía más grandes que los recién resueltos). Pero sobre todo prefieren los juegos al trabajo serio y envarado.

Los inmigrantes digitales no admiran la TV, no valoran la capacidad de hacer varias cosas al mismo tiempo propia de los milenaristas, detestan los videojuegos (por difíciles, no por estúpidos), tienen problemas de todo tipo para fundirse en interfaz con la computadora o para sacarle el jugo a sus múltiples funcionalidades sin pedirle antes permiso a un dedo para usar el otro.

Protestas que no se acallarán

Sin que los docentes las escuchen, las protestas de los chicos son cada vez más explícitas y concretas. Muchos insisten en que tienen que bajar no uno sino varios cambios cuando están dentro de la clase. No es que los nativos digitales no prestan atención, directamente no se interesan por ese entorno que les adviene como un túnel del tiempo... para peor.

La disyunción es clara: o los inmigrantes digitales aprenden a enseñar distinto, o los nativos digitales deberán retrotraer sus capacidades cognitivas e intelectuales a la que predominaba dos décadas o más atrás.

Difícilmente haya mucho para elegir por cuanto es casi imposible que los nativos quieran abandonar su lengua materna de incorporación de experiencias; y es bastante improbable que

podieran hacerlo, aunque quisieran. Por lo tanto, la formación docente debe encargarse de dos tareas ciclópeas. No sólo y no tanto actualizar a los docentes en los contenidos de hoy, las competencias que hacen falta para vivir en este mundo hiperacelerado y complejo, sino sobre todo adquirir el abc de la comunicación y la transacción digitales, que en muchos sentidos es un default de sus alumnos.

Porque lo que esta aquí en juego no es para nada reformatear viejos hábitos de pensamiento y contenidos preestructurados aligerándolos o no en el lenguaje de las imágenes y la fluidez multimedial, sino algo mucho más complejo y sutil. A saber: reconocer que forma y contenido están inextricablemente unidos (como la dualidad significante/significado) y que si bien el buen sentido y las habilidades lógicas no están en cuestión, lo que sí lo está es que estas no pueden plantearse en contraposición (y exclusión) de la aceleración, el paralelismo, la aleatoriedad y la atribución diversificada del sentido, especialmente en la dirección *bottom-up*, en vez de la tradicional, jerárquica, taxonómica y consagrada del *top-down*.

Átomos de conocimiento ensamblados en tramas de sentido

No queremos dividir maniqueamente el problema en una cuestión de formatos y una cuestión de contenidos. Uno, porque el formato es destino; dos, porque en términos de contenidos todo debe ser replanteado. En esta nueva mediamoforsis en curso debemos poder ser capaces al mismo tiempo de customizar todo lo que un chico de cualquier edad debe saber en términos de átomos de conocimiento, pero al mismo tiempo construir tramas de sentido que no fragmenten la comprensión. Y de vuelta, no hay que tener que optar entre una y otra alternativa.

Dado que vivimos del otro lado de la singularidad digital, el contenido se divide en dos, el tradicional (el canon en sus mil variantes, que actualmente se condensan en los NAP, **Núcleos de Aprendizajes Prioritarios**) y al que podemos denominar sistemas hereditarios o de legado (legacy), y el contenido prospectivo, futurizador, futurable o como deseemos llamarle.

En el *legacy* entran todas las variantes de la lectura, la escritura, la aritmética, el pensamiento lógico, la comprensión y los escritos del pasado, es decir el currículum convencional. Es tradicional y desperejo. Mucho seguirá siendo necesario (pensamiento lógico), pero muchas otras partes, como la Geometría euclidiana se irán desvaneciendo como ha sucedido con el latín y el griego como contenidos masivos (claro que siempre será bueno que haya latinistas y helenistas) para escarnio de Gregory Bateson que no entendía cómo sus chicos post-Berkeley insistían en no disciplinar su lógica descartando de plano las conjugaciones y declinaciones del latín.

El contenido del futuro remite en cambio a las tecnologías digitales en todas sus dimensiones, pero fundamentalmente en su dimensión lingüística, de conversaciones en las que se inventan nuevos mundos de innovación (como nos enseñó hace dos décadas Fernando Flores, poseedor de un reciente e interesante weblog).

El futuro es en gran medida software, hardware, robótica, nanotecnología, genómica, nuevos materiales, etc., pero incluye asimismo una ética, una política, una sociología, y un polialfabetismo que le es propio (tal como viene investigando con ahínco y fruición Scott Lash en *Economía de signos y espacio* y en *Crítica de la información*)

Concisión y subjetividad mediáticas

Estos son los contenidos que fascinan y seducen a los chicos y adolescentes de hoy. No se trata solamente de temas o de cuestiones, sino de la forma de abordarlas, y sobre todo de tejerlas con una subjetividad que se está bordando de una manera muy diferente a la nuestra.

Sherry Turkle fue la primera en insistir en estas cuestiones al inventar la antropología de las prácticas computacionales a principios de los 80 en *El segundo yo. Las computadoras y el espíritu humano*. Volvió al ruedo y desplegó una agenda que recién vemos hoy masificarse en *La vida en la pantalla*, que recogía testimonios logrados hasta mediados de 1995, pero en el interin han pasado 10 años y lo que entonces eran intuiciones ahora son realidades hechas y torcidas (para los inmigrantes digitales, y más que derechas para los nativos digitales).

Nada del currículum tradicional puede vehiculizarse como otrora. Y por si eso fuera poco hay que diseñar TODO el nuevo. El desafío es doble: hay que aprender cosas nuevas, y

tenemos que enseñar las cosas viejas de un modo nuevo, y siendo ambas tremendamente difíciles quizás lo más duro es enseñar lo viejo con ojos nuevos.

Un ejemplo excepcional en este sentido ha sido el diseño por parte de la compañía de Mark Prensky del juego *The Monkey Wrench Conspiracy*, creado como "first person shooter" al estilo de los juegos de salón y de PC, como Doom y Quake. La génesis del juego es más que fascinante, por cuanto fue la respuesta a un pedido de docentes que habían diseñado un nuevo software de *computer-aided design (CAD)* pensado para ingenieros mecánicos.

El software era infinitamente mejor que el disponible corrientemente, pero la curva de aprendizaje era correlativamente mucho más alta, debido a los centenares de nuevos botones, opciones y posibilidades que abría.

Dado que el público para estos productos es principalmente de ingenieros hombres de 20 a 30 años, nada mejor que convertir el aprendizaje en un videojuego. El jugador deviene así un agente secreto intergaláctico que tiene que salvar a una estación espacial de un ataque proveniente del malvado Dr. Monkey Wrench.

La única forma de derrotarlo es usando un software CAD que el aprendiz debe utilizar para construir herramientas, arreglar armas y derrotar a las bombas trampa. El juego dura una hora, además de 30 tareas que pueden llevar de 15 minutos a varias horas, dependiendo del nivel de dificultad.

The Monkey Wrench Conspiracy

El éxito del juego/enseñanza *The Monkey Wrench Conspiracy* se tradujo en la venta de más de 1 millón de copias. Pero lo curioso fue que si bien los aprendices lo utilizaron con gusto y lo recomendaron vivamente de boca en boca, para los docentes -acostumbrados a dar clases secuenciales partiendo de la lección 1 hasta llegar a la 10, desde el teórico 1 al 14, como debemos hacer en Datos- inventarlo fue un auténtico parto.

Por ello la gran transformación fue convencer a los docentes de poner en el juego principios de aprendizaje totalmente distintos de los tradicionales. Así, en vez de las selecciones progresivas tuvieron que crear una serie de tareas a evaluar en las cuales las habilidades de aprender debían estar incrustadas.

Los profesores habían hecho películas de 5 a 10 minutos para ilustrar conceptos claves: los diseñadores los obligaron a reducirlas a 30 segundos. Los profesores querían que los aprendices hicieran todas las tareas en un orden prefijado: los diseñadores les exigieron que las dejaran realizarse aleatoriamente. Los profesores querían que todo se hiciera de un modo académico lento y reflexivo. Los diseñadores querían velocidad y urgencia (para lo cual contrataron a un guionista de Hollywood).

Los docentes querían instrucciones escritas, los diseñadores querían películas computarizadas. Los docentes querían acudir al lenguaje pedagógico tradicional de objetivos de aprendizaje, competencias y promesas (en este ejercicio aprenderán...), el objetivo de los diseñadores fue eliminar cualquier lenguaje que tuviera el más mínimo resabio de educación.

Al final *The Monkey Wrench Conspiracy* -vean el demo del juego- fue un éxito mayúsculo, pero el tiempo de su desarrollo duplicó lo previsto debido a estos factores de conversión (necesidad de adaptarse a los estilos de aprendizaje de los alumnos).

No caigamos en facilismos baratos. La mayoría de los ejercicios de *edutainment* (y de *e-learning*) que hemos visto en estos últimos años han sido soberanos fracasos porque combinaron lo peor de la educación con lo peor del entretenimiento (de ello tratan los capítulos 6 "Computadoras y educación", y 7 "El diseño empático en el e-learning", de nuestro último libro *Internet. Imprenta del siglo XXI*), pero contraejemplos como este -y los más de 200 juegos divididos en las siguientes categorías: Educación + Aprendizaje; Políticas Públicas; Políticos y Sociales; Salud y Bienestar; Negocios; Militares; Advergames; Comerciales (COTS) en la página de Social Impact Games Entertainment Games with non-entertainment goals, así lo atestiguan.

En todos los territorios el uso de las nuevas herramientas permite y facilita el aprendizaje de cualquier tópico. ¿Cómo es posible que un chico que se acuerda de 100 nombres distintos de la

colección de Pokémon no recuerde más que el nombre de un río o dos y durante un día o dos cuando se los enseñan bajo la vieja usanza?

La objeción más común es obviamente que NO TODO se puede enseñar de este modo. ¿Cómo podría hacerse con Cervantes y Shakespeare, con la filosofía clásica y el Holocausto? Aquí no estamos diciendo que jugar con estos simuladores suple el placer, la emoción y la intencionalidad de los procesos de lectura sobre papel. Sólo estamos diciendo que no hay ningún tópico del mundo que no pueda ser emulado bajo estos nuevos formatos como camino a (o como mejor destino que ningún destino) en los procesos de aprendizaje.

Los videojuegos, el uso de internet y la computación en red implican nuevos lenguajes. Más allá de lo que decidamos acerca de la intraducibilidad de los lenguajes (y lo que pensemos de la terrible frase racista de Heidegger según la cual sólo los griegos y los alemanes pueden pensar y hacer filosofía), lo cierto es que caemos en el mismo error cuando suponemos que el único lenguaje de la enseñanza es el que monopolizamos por milenios los inmigrantes digitales.

Ha llegado la hora de hablar con fluidez la de los nativos digitales sabiendo (nos duela o no, nos enorgullecamos o no, lo disfrutemos o no) que en 20 o 30 años más quienes les enseñen a nuestros nietos y bisnietos serán nativos digitales, y allí otra cosa será el cantar.

Fuente: educ.ar

Referencias

- Beck, John C. and Mitchell Wade, *Got Game: How the Gamer Generation is Reshaping Business Forever*, Harvard Business School Press, 2005.
- Cassell, Justine and Henry Jenkins, eds., *From Barbie to Mortal Kombat: Gender and Computer Games*, MIT Press, 1998.
- Darley, Andrew, *Visual Design Culture: Surface Play and Spectacle in New Media Genres*, Routledge, 2000.
- Gee, James Paul, *What Videogames Have To Teach Us About Learning and Literacy*, Palgrave MacMillan 2004.
- Healy, Jane M., *Failure to Connect: How Computers Affect Our Children's Minds and What We Can Do About It*, Simon & Schuster, 1998.
- Pesce, Mark, *The Playful World: How Technology is Transforming Our Imagination*, Ballentine, 2000.
- Prensky, Marc, *Digital Game-Based Learning*, McGraw-Hill, 2001.
- Prensky, Marc, "Theoretical underpinnings of games2train's approach", en Wolf, Mark and Perron, Bernard, eds., *The Video Game Theory Reader*, Routledge, 2003.
- www.SocialImpactGames.com

Inmigrantes vs. nativos digitales II: el periodismo participativo y el consumo/producción futuros de información

Por Piscitelli

La anécdota parece minúscula..., pero de cuántos detalles está hecha la verdadera historia de las innovaciones. Probablemente no fue la primera vez en que ocurrió; tampoco es posible decidir en forma inequívoca la causalidad, y seguramente habrán existido otras instancias donde la catálisis de la información difundida en tiempo real modificó decisiones sustantivas de audiencias y públicos.

Sin embargo, por la precisión del testimonio y por lo comprobable de las cadenas de intervenciones que lo definieron, conviene tomarlo y empezar a tejer una nueva maraña de pautas que conectan nuestras ideas –que recibieron muchos comentarios a favor y algunos en contra– acerca de inmigrantes vs. nativos digitales.

Blogs que matan

El 26 de marzo del 2002, en la conferencia anual PC Forum, en Phoenix, Joe Nacchio, un ejecutivo de telecomunicaciones –en ese entonces la cabeza de Qwest Communications– fue blanco de comentarios mordaces provenientes de un par de escritores de weblogs que estaban en la sala y que consideraron poco convincentes sus intervenciones.

Joe Nacchio estaba quejándose de lo difícil que era conseguir fondos de inversión para continuar administrando un monopolio que manejaba las comunicaciones telefónicas en cerca de 15 estados de los EE.UU. Doc Searls, un escritor de revistas, y Dan Gillmor -autor del reciente e importante *We the media. Grassroots journalism by the people, for the people* (O Reilly, 2004), con versión resumida en <http://www.hypergene.net/wemedia/espanol.php?id=P53> actualizaban sus blogs mediante la red inalámbrica instalada en la sede de la conferencia.

Un abogado y desarrollador de software llamado Buzz Bruggeman, que "observaba" los eventos desde su oficina en Florida, les envió a ambos por correo electrónico una nota señalando una página web que mostraba que Nacchio había recibido más de U\$S 200 millones de efectivo por la venta de acciones de Qwest mientras el precio de las mismas estaba cayendo en picada (en julio del 2005 una de las directivas de Qwest Communications fue a juicio, y reveló que la estafa alcanzaba a varias personas y sumaba en total más de U\$S 3.000 millones.

Tanto Searls como Gillmor publicaron esa información en sus weblogs. Muchos en la audiencia estaban conectados en línea, y ante el aburrimiento y la desconfianza que provocaban los dichos de Nacchio le dieron más que crédito a esa información y la aprovecharon para vapulear en persona a Nacchio, quien vio de pronto cómo la audiencia lo hostilizaba con vehemencia.

Este ejemplo, junto a varios más, puso de manifiesto el poder de los blogs, una forma de periodismo participativo cuya popularidad ha explotado en los últimos años. Y mostró cómo estas técnicas están cambiando irrevocablemente la naturaleza del periodismo, porque están dando un enorme nuevo poder a una audiencia que había sido principalmente pasiva en el pasado.

Inversión de los flujos informativos

Estas dinámicas impensables hasta fecha reciente revelan tendencias y mecanismos profundamente asociados a la descentralización y a procesos emergentes, que empiezan a difundirse en muchos ámbitos pero que recién ahora están modificando de forma brutal el flujo informativo, los procesos de certificación y calibración de antecedentes, la velocidad en la toma de decisiones, la erosión progresiva de la visión y perspectiva de los expertos, y que en poco tiempo más modificarán en forma irreversible la génesis de las políticas, y sobre todo los procesos de socialización, formación, educación, entrenamiento y toma de decisiones.

La tradicionalmente centralizada recolección y distribución de noticias (pero también de contenidos curriculares, de competencias intelectuales, de valores y hasta de visiones del mundo a través de

la religión) está siendo complementada (y en algunos casos será reemplazada) por lo que está pasando en la periferia de las redes cada vez más ubicuas.

La gente está combinando poderosas herramientas tecnológicas e ideas innovadoras, alterando fundamentalmente la naturaleza del periodismo (pero también de la educación, la política, la gestión cultural, la innovación) en este nuevo siglo.

Hay nuevas posibilidades para cada uno en el proceso: periodista, protagonista de las noticias y el e-consumidor activo de ellas, que no están satisfechos con el producto de hoy o que desean hacer algunas noticias, también.

Lo mismo sucede con los conocimientos especializados, que mejor que nunca antes pueden derribar los muros del aula. Y mucho más aún con las lecturas políticas y la auscultación de las credenciales de los portavoces políticos, que pueden ser defenestrados, evaluados, reciclados y execrados con una facilidad inexistente hasta hoy.

Uno de los más excitantes ejemplos del entendimiento de los protagonistas de las noticias de las posibilidades fue la campaña presidencial de **Howard Dean**, el primer candidato-blogger serio, que abrazó la descentralización para el beneficio masivo de su nominación.

Nuevos estándares de confianza y verificación

Por supuesto que la fuerza de este cambio tiene inmediatamente su antídoto. Y los primeros en poner palos en la rueda son los defensores de las corporaciones tradicionales (editores y periodistas, maestros y sindicatos, políticos profesionales y financiadores de campañas), que arrojan dudas (a veces ciertas y a considerar) respecto de la confianza y la veracidad de la información.

Como bien dice Gillmor, tendremos que desarrollar colectivamente nuevos estándares de confianza y verificación. Claro, los abogados harán algunas de estas nuevas reglas.

Mientras, las organizaciones de medios dominantes –hoy lideradas por Hollywood– están abusando de las leyes de derechos de autor para neutralizar algunas de las tecnologías más útiles en esta nueva era; y los gobiernos protegen cada vez más sus actividades de la vista pública y hacen reglas que deciden efectivamente quién es un periodista, un educador, un profesional. También para abrir la boca o escribir una nota se exigen doctorados (cada vez más virtuales) o formaciones profesionales interminables que parecen muchas veces hechas más para disuadir que para fortalecer tanto la confianza como la verificación

Si lo que J.D. Lasica dice en Darknet es tendencialmente cierto, pronto se nos vendrá encima - antihabermasianamente y muy orwellianamente- un escenario en el que antes de publicar nada en ningún lado necesitaremos el **imprimátur digital** de los Grandes Medios y el Gran Gobierno.

Como la historia tiene sus infinitos *corsi e ricorsi*, es más que probable que la tecnología sea incontrolable en el largo plazo, y dado que a la gente le gusta contar historias, ninguna censura (aunque la peor fue la quema de los soportes como en *Fahrenheit 451*) impedirá la difusión de los puntos de vista.

Eso sí: la nueva audiencia estará fragmentada más allá de cualquier cosa que hayamos visto, pero las noticias serán más relevantes que nunca.

Demografía digital, consumo de información y tejido ciudadano

Todo lo anterior está más o menos claro, pero todavía no hemos hecho un engarce que es clave. A saber, la relación que existe entre la producción y el consumo de información, la dotación cognitiva y el espectro de intereses de las generaciones digitales que han convivido y crecido –en sus primeros 20 años de vida– de la mano de la computadora personal e internet. Urge desentrañar cómo la combinación de esta nueva generación de nativos digitales con sus competencias tecnológicas excepcionales los lleva a tener un consumo de la información totalmente distinto de los nuestros, y consiguientemente cómo afectará en forma irreversible la toma de decisiones en la sociedad democrática (y en la forma en que esta se concebirá).

Aunque los paralelismos son ingratos y no necesariamente bien fundados, en los EE.UU. ya tenemos datos más que contundentes que muestran que los nativos digitales no sólo no consumen información como los inmigrantes digitales, sino que su desinterés probablemente definitivo por los diarios (y también eventualmente por los libros) supone un **choque radical respecto de todos los procesos de socialización cognitiva**, y muy especialmente también de transmisión cultural -para desesperación de Regis Debray y sus adláteres.

Las principales dimensiones a tener en cuenta en esta mediamorfosis son que: 1) existen nuevos modos de acceder a la información a través de portales de internet, PDA´s, blogs y mensajería instantánea, que cuestionan para siempre los modelos de negocios existentes de funcionamiento de los medios; 2) las nuevas tecnologías han hecho posible nuevas formas de almacenar y distribuir información, abriendo el terreno del periodismo de base o ciudadano y multiplicando los weblogs (Technorati inventaría al día de hoy 16 millones de weblogs), cambiando la idea misma de producción de información y noticias

La digitalización trajo una nueva peste

Aquí, como en nuestro ensayo anterior, la visión generacional combinada con la formación profesional es tan ortogonal como para provocar escalofríos. Porque para los recién egresados de las escuelas de periodistas, para los hijos (reales o simbólicos) del periodismo de precisión o de investigación, especializado o generalista, las nuevas fuentes electrónicas son la peste.

En cambio, para los nativos digitales que se han iniciado hace ya rato en estos menesteres (es cada vez más común encontrarnos con adolescentes de 15 años que no sólo programan sino que también inventan aplicaciones, generan videojuegos o arman sitios de difusión de sus ideas) las tendencias aquí inventariadas son por el contrario liberadoras.

Esto también se convierte en una evidencia contundente de que la lucha contra los viejos oligopolios (culturales, educacionales, periodísticos y políticos) pasa por una reconfiguración de paradigmas (como nos señala Scott Lash en *Crítica de la información*) pero al mismo tiempo por un *empowerment* tecnológico que no tiene parangón en la historia previa, por la potencia socializadora de las herramientas existentes, y por su carácter masivo y a medida que nunca existió previamente.

¿Maniqueísmo o empowermente?

A algunos esta divisoria nativos/inmigrantes les suena a reduccionismo generacional; a otros les parece un intento de reestablecer maniqueamente la guerra contra los padres (como analiza valientemente Alexander Mitzserlish), o incluso a algunos más cínicos que nosotros, una auténtica reedición del *Diario de la guerra del cerdo*.

En esa novela emblemática de **Adolfo Bioy Casares**, una mañana, Isidro Vidal, jubilado sedentario y benévolo, descubre que el proceso de sustitución generacional se ha acelerado. Hordas de atléticos muchachos recorren Buenos Aires a la caza de viejos débiles y lentos. Obligados a improvisar una desesperada defensa, Vidal y sus amigos deberán aprender a moverse por una ciudad fantasmagórica, apenas iluminada por las antorchas de una guerra invisible, tan real como simbólica. Una guerra que se libra contra grupos rivales pero también contra un enemigo común: el inexorable paso del tiempo.

Lo cierto es que la población de 18-a-34 años actual (e imagínense cuando tome su relevo la que hoy tiene entre 6 y 18 años) tiende a usar a internet como fuente primaria de información (y en muchos casos de instrucción), sin que los diarios y la TV les hagan mucha mella. Por supuesto que nada es unilineal en estos tiempos de confusión y muchos de los integrantes de la muestra ponen bastante énfasis en informarse algunos días por semana con la TV local (o los diarios locales).

Mientras, el irreversible ascenso de la banda ancha (como el de Arturo Ui) permite que sitios web de interés general como. Yahoo.com y . MSN.com sean la fuente de noticias más citada por esta franja etaria.

Más allá de las mediciones puntuales, de las protestas y alegrías que para viejos y nuevos negocios esto puede suponer, desde un punto más macro y desde la atalaya de la filosofía política, lo que estos movimientos de la economía de la atención presagian son nuevos problemas e

incógnitas acerca de cómo se desplegará la democracia a partir de vaivenes tan inesperados como estos en los flujos de información.

La democracia en la era de las desorganizaciones

Sobre todo cuando investigadores serios y que saben de lo que hablan (a diferencia del opinionismo que hoy reina en los medios pero también en las universidades) insisten –como es el caso de Ernesto Laclau en su apasionante *La razón populista* (FCE, 2005)– en que las herramientas ontológicas actualmente disponibles son inservibles para el análisis político (en referencia a la incapacidad de la teoría política y social de pensar el populismo), lo que se ve agravado cuando esta invisibilización está aumentada por las interferencias (cada vez más constitutivas) de la tecnología en la construcción de lo real.

Estamos asistiendo efectivamente en los últimos 5 años (nada casualmente a partir del atractor del 11-S) a una revolución de las noticias y del discurso público. A diferencia de los inmigrantes digitales que aún seguimos inventando nuestra agenda de preocupaciones diarias leyendo titulares, escuchando a esos mismos titulares ser copeteados o interpretados de manera más o menos light en la TV y la radio, las generaciones digitales buscan (y encuentran) noticias bajo demanda, pero también un nivel de performatividad (que los que las transmitan tengan cierto grado de transparencia y compromiso en su vehiculización) que dificulta enormemente la credibilidad de los adultos pero sobre todo de los medios tradicionales y de los argumentos inveterados al momento de formar opinión.

Podrá gustarnos o no. Muchos insistirán en que los cambios son cosméticos y que la esencia de las cosas nunca cambia (ni debe cambiar). Pero sabiendo que la edad promedio de los lectores de diarios, de la TV de aire y de cable es de 53 años, y que los *baby boomers* leen los diarios 1/3 menos que sus padres, y que los miembros de la Generación X lo hacen 1/3 menos que los *baby boomers*, el panorama se presenta dantesco para más de uno.

Tocando la lira mientras Roma arde, sin saber que Roma arde y que estamos tocando la lira

Los diarios, salvo alguna honrosa excepción que obviamente no señorea en nuestro país, se defienden como pueden, no modifican un ápice su modelo de negocios y apuestan siempre a las mismas soluciones que nunca funcionaron para aumentar su audiencia. Algunos, astutamente (aunque por otras razones), se han agenciado ya de una compañía celular siendo que en esos híbridos y cruces seguramente están en los nuevos formatos apropiados para las generaciones interneteas.

Aunque cada tanto los diarios de los medios tradicionales apostaban al envejecimiento de su audiencia para asegurarse una retromigración al papel, los datos micro son mucho más dantescos y negativos de lo que cualquiera podría imaginarse. Entre 1972 y 1998, el porcentaje de gente entre 30 y 39 años que lee diarios bajó del 73% al 30%. Más cercano en el tiempo, entre 1997 y el 2000, el porcentaje de chicos de 18-a-24-años que afirmaron leer el diario del día anterior bajó un 14% (según datos de la Newspaper Association of America).

Aunque parecería tratarse sólo de una anécdota, queda vez más claro que los hábitos de lectura de las nuevas generaciones (y de ello es responsable en una enorme medida la red) han cambiado irreversiblemente y nunca más volverán a los viejos y supuestamente felices tiempos de la modernidad letrada.

La curiosidad se dice de muchos modos. El medioactivismo

Contrariamente a lo que se supondría, esto no significa que los jóvenes no son curiosos o que no se fascinan por las noticias. Pero “noticias” aquí tiene poco y nada que ver con lo que nosotros llamábamos así. Para ellos la noticia es algo que se consigue dónde y cuando ellos quieren. Antes las noticias venían por nosotros, ahora nosotros vamos a buscarlas, cuando no a coproducirlas (que es el leit motiv del libro de Dan Gillmor *We the media Grassroot journalism by the people for the people*).

Lo más llamativo de este proceso es la desconexión que se está dando entre prensa libre e instituciones democráticas, desde el momento en que los políticos (y aun los en campaña, como fue el caso de Howard Dean) prefieren muchas veces hacerle cortocircuito a la prensa tradicional comunicándose a través de sus propios sitios en internet, de *talk shows* o a través del último juguete comunicacional, como lo son los weblogs

Varios *jovenólogos*, como **Betsy Frank** –antes en MTV y ahora en Viacom– insisten en que los nativos digitales y sus pares ligeramente mayores son medio-activos, y que la revolución en los medios los afecta de tantas maneras convergentes, siendo que las noticias para ellos juegan un rol muy secundario, mientras que la familiaridad y la confianza en la tecnología no dejará de crecer con el tiempo, volviendo esta situación irreversible.

Por ello otros analistas y partícipes necesarios en la movida insisten en que los jóvenes son **impresionistas de la información**, que la recolectan a partir de impresiones variadas (una imagen por aquí, un sms por allá, una frase en un chat, una historia en un sitio web o un titular figoneado de pasada tienen igual o más peso que la lectura pausada, razonada, lenta y desgranada de antaño, que algunos adultos seguimos haciendo hoy).

Que la agenda temática de la gran prensa puede sufrir vuelcos llamativos es algo que vivimos en los 80 y 90 con la invención de la **noticia económica para todos** (esto había sido anticipado en la Argentina en al menos una década con el Rodrigazo) y con la tecnologización de una agenda que estamos viviendo desde la invención de internet.

Pero aquí estamos hablando de otra cosa, a saber: de una **reconversión de las formas de contar historias** (género predominante en la veta periodística) para que incluyan mayor interactividad, participación cívica, inclusión de periodistas juveniles y el uso de la música, la puntuación innovadora y elementos gráficos y de presentación mucho más llamativos que los que tenemos hoy (teniendo siempre como horizonte los diarios de pantalla digital flexible y de carga instantánea de información inalámbrica, como despuntan en *Minority Report*).

Lo que importa no son los medios sino los fines

Aunque por estas pampas aún no vimos el efecto, seguramente el eco se sentirá más temprano que tarde, y en EE.UU. tanto la campaña frustrada de Howard Dean como los ejercicios de movilización ciudadana a través de la red, que finalmente le dieron la victoria a Bush, se debieron en gran medida a los usos (más o menos manipulativos) de la red.

Los números siempre frescos del **The Pew Internet and American Life Project** <http://www.pewinternet.org/> muestran cómo los adolescentes de 18-a-34 años con acceso a banda ancha usarían la red como fuente de acceso a la campaña.

En USA la campaña 2004 fue una compuerta evolutiva. y los admiradores de conductores de TV (como aquí podrían ser Tinelli o Susana Giménez) y que a su vez consumen weblogs políticos, ya sea a la izquierda como **Talking Points Memo**, o a la derecha del espectro político, como **Power Line**, han cambiado irreversiblemente su visión y consumo de las noticias. Ninguno de ellos se basa en fuentes únicas, ya que para ambos es indiscernible e indeseable separar el dato de la interpretación, la realidad de su ficcionalización.

Mas allá de la objetividad y la veracidad periodísticas. Nuevos modelos y formatos

Lo que está aquí en tela de juicio es la noción misma de entendimiento, y curiosamente se desacreditan en forma notable las de objetividad y de veracidad periodística, lo que para los oídos de los adultos suena a sacrilegio y pecado combinados, pero que en el criterio de las nuevas generaciones suena como abandono del cinismo y del doble lenguaje y al mismo tiempo como asunción y compromiso de las propias contradicciones (en este momento se está dando aquí el fenómeno en relación con la operación mediática en contra del obispo Maccarone, que la Iglesia execra como trama, aunque la feligresía más coherente insiste en ver en su contradicción profunda con la preceptiva católica). Un equivalente yanqui de esto fue el invento del récord militar anti Bush fraguado por CBS-Dan Rather y denunciado por los bloggers, especialmente en el caso de **Jon Stewart**.

En la misma dirección va el fenómeno (un poco desdentado aquí) del **diario gratuito**. Cerca de 50 diarios, empezando por *Metro Internacional* han lanzado ediciones cuyo principal objetivo es introducir a profesionales jóvenes a publicaciones que concentran en titulares, meteorología, resultados de partidos y noticias que se pueden usar sobre la marcha. Se trata de un fenómeno disparado por la experiencia de internet y con el mismo formato y objetivo: brindar instantáneas de lo que pasa en el mundo de la cultura, las noticias y el entretenimiento y dejarlo a antojo de los consumidores.

Aunque las tiradas oscilan entre las decenas de miles y los 150.000 ejemplares, estos intentos son los **primeros ejercicios efectivos de contrariar el colapso de los lectores**. Lo que la industria avizora son múltiples productos a medida, usos cada vez más fuertes de las imágenes y sobre todo una cobertura inusitada y profunda articulando diferentes puntos de vista, y especialmente rompiendo las fronteras disciplinarias y temáticas, construyendo nuevas pautas que conectan.

Los jóvenes no sólo están abjurando de los diarios, sino también de la televisión generalista y pasotista, y por eso cada vez más las televisoras que tienen en su seno portales o sitios llevan las de ganar, y uno de sus canales privilegiados es la banda ancha que en los EE.UU. ya alcanza a más del 20% de la audiencia y que en nuestro país recién está arañando el 5% (un buen ejemplo es ABC News Now de ABC News).

Fragmentación es el nombre del juego, ¿y a la comunidad que la parta un rayo?

La conclusión de este largo excurso es más que evidente. Los diarios y otras organizaciones de noticias deberán empezar a programar para sus distintos estratos demográficos si quieren mantener, o al menos no perjudicar indefinidamente sus ya escuálidas alforjas de lectores y televidentes.

Aunque nadie se imagina el formato ni el nombre del ganador, seguramente en este terreno mucho más que en otros lo que necesitamos es una disrupción radical, como lo fue CNN hace 20 años atrás y como el iPod tomó al mundo por sorpresa hace sólo tres. En este caso, de lo que se trata es de una combinación traumática y compleja de editores en papel, productores televisivos, periodistas digitales y tecnólogos de distinto tipo y ralea.

Las conclusiones no sorprenden demasiado, pero de lo que nadie está muy convencido es de cómo modificar en forma consistente y sostenida la ecología de los medios. Porque las nuevas generaciones, más que ser blanco de las noticias quieren ser coprotagonistas, sino de su producción al menos de su difusión y consumo.

Siguiendo ejemplos como el del celeberrimo *OhmyNews* coreano, que en 5 años se ha armado una plantilla de 36.000 reporteros ciudadanos, The Bakersfield Californian lanzó *The Northwest Voice* (<http://www.northwestvoice.com>), un semanario con sitio en internet, la mayor parte de cuyo contenido es generado por la comunidad y subido a distancia.

También tenemos el ejemplo de The Command Post, un sitio creado por una red mundial de bloggers que cubren noticias y se vinculan con otros sitios que añaden información.

Ambas apuestas son osadas y apuntan precisamente a un grupo de la franja etaria paradigital que no sólo domina las herramientas, sino que también quiere participar activamente y requiere nuevos proyectos vinculados a servicios de información diseñados para la red o para la transmisión vía celular o multimedial. Lo que seguramente veremos emerger aquí son servicios sobre la banda ancha con voces únicas y ligados a blogs relacionados con temas específicos de toda ralea.

Que florezcan miles de puntos de intersección

Lo que falta aquí –como bien anticipa Frans Johansson en su fascinante *The Medici effect Breakthrough insights at the intersection of ideas, concepts and culture* (Harvard Business School Press, 2004) son puntos de intersección que permitan religar a los mundos siempre disjuntos de la investigación, la educación y las organizaciones de noticias.

Nos guste o no, lo creamos o no, estemos o no preparados para ello, como resultado de una socialización cognitiva diferencial, que sólo puede profundizarse con el paso del tiempo (imagínense dentro de 20 años cuando los nativos digitales sean cuarentones), el molde tradicional del diario basado en los clasificados y los avisos de trabajo no sólo no volverá sino que podría estar en camino de la desaparición. Sólo en San Francisco la famosísima craigslist le está costando a los diarios pérdidas anuales de entre U\$\$ 50 y U\$S 65 millones.

Vemos aquí una pata más que interesante y problemática. La demografía está modificando no sólo intereses sino también capacidades. La percepción se diferencia y los gustos y motivaciones mutan. Pero el caso del consumo de información y noticias no es un caso más y no puede reducirse a otros consumos, tendencias o modas. **El consumo de información ha sido en la era moderna constitutivo de la creación de la opinión pública.**

Durante siglos esta opinión pública se fortaleció con la prensa escrita, que luego se complementó con la radio y la TV, pero al mismo tiempo se debilitó y ahora entra en crisis terminal debido a los multimedia, internet y sobre todo la banda ancha, y –mucho antes de que el fantástico periódico a medida se concrete finalmente– la propia noción de democracia y de vida comunitaria se verá profundamente afectada. Y no necesariamente para bien.

Convendrá seguir explorando y pasar ahora del consumo de información y noticias al de otros consumos culturales e intelectuales más sofisticados aun, para terminar de armar el rompecabezas de por qué la democracia (y la tensión entre nativos e inmigrantes digitales) es más que una hipótesis teórica un área de divergencia cultural y de conflicto de proporciones colosales.

Fuentes

Esta nota está basada en el informe de Merrill Brown *Abandoning the News* Carnegie Reporter, Vol. 3, No. 2

Las siguientes referencias fueron sistematizadas por **Ivan Adaime**

"Nosotros el Medio", Cómo las audiencias están modelando el futuro de las noticias y la información, la versión en español de "We the media" de Dan Gillmor.

Falso documental que plantea la muerte de los periódicos tradicionales: Epic 2014

"Los bloggers, un nuevo desafío para la prensa", publicado en La Nación el 31 de mayo de 2005, por José Claudio Escribano

"Blogs, el sueño del medio propio", publicada en Revista Ñ, 4/6/2005:

Weblogs de periodistas de medios tradicionales: El caso de Kevin Sites La otra cara de la (des)información:

Generación M: los chicos que crecieron con los nuevos medios

Por Carolina Gruffat

La generación M es la de los nativos digitales, que nacieron en un mundo con computadoras e interactúan con los llamados nuevos medios, como internet y los videojuegos. Estos chicos, que tienen entre 8 y 18 años, fueron el tema de investigación de un estudio que realizó la Fundación Familia Kaiser, centrada en los nuevos usos de los medios por parte de los más jóvenes, a los que caracteriza como *media multi-tasking* por su capacidad de interactuar con muchos medios al mismo tiempo.

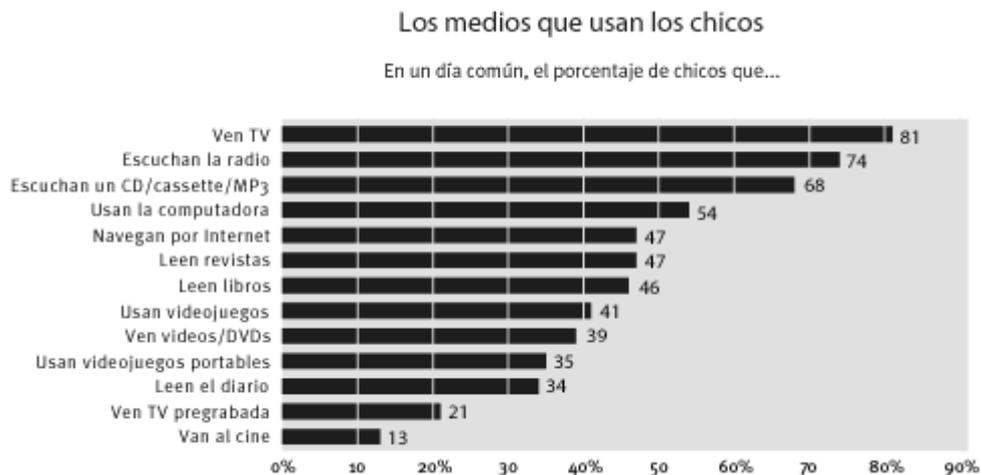
No podemos empezar a responder muchas preguntas sin antes establecer el rol que juegan los medios en la vida de los chicos, aunque lo determinante suele ser lo que hacen los chicos con los medios y no a la inversa. ¿Los más jóvenes están incorporando más cantidad de contenidos en el mismo tiempo, por su capacidad de atender varias cosas simultáneamente, como demuestra este estudio?

Cabe hacer una aclaración sobre este tipo de trabajos, que tradicionalmente estuvieron en manos de los investigadores de mercado y las compañías de medios, con propósitos comerciales. El hecho de que ahora estos estudios se difundan a un público más amplio fomenta la participación de distintos actores sociales en el debate público: diseñadores de políticas, padres, periodistas y trabajadores de los medios, educadores, representantes de ONGs, entre otros.

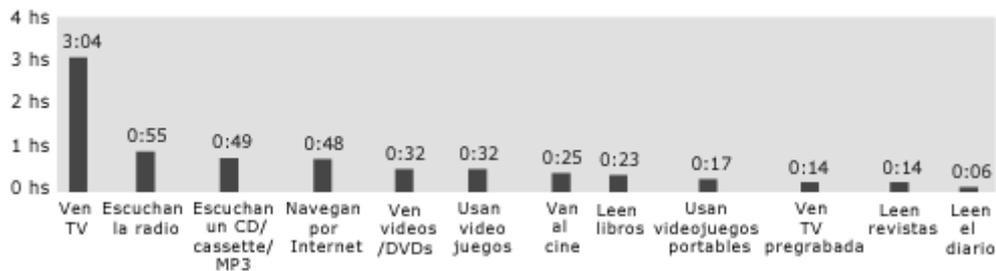
Este tipo de información, como la que presenta el sitio web del sistema nacional de consumos culturales, constituye un insumo de gran importancia para el diseño de políticas culturales, que se proyecten a un mediano o largo plazo.

¿Inteligencias múltiples?

El estudio de la Fundación Kaiser parte de una observación: los chicos y adolescentes norteamericanos pasan cada vez más tiempo usando los nuevos medios -computadoras, internet y videojuegos-, sin que por ello hayan reducido el tiempo que pasan con los medios tradicionales -televisión, medios gráficos y música-. En su conjunto, la cantidad de tiempo que los chicos usan los medios supera las 6 horas al día, con lo que su influencia sobre la vida de los chicos no se puede ignorar.



El tiempo que usan los medios



Como contraparte de lo anterior, el estudio señala que la cantidad de información y contenidos mediáticos a los que los jóvenes están expuestos también aumentó más de una hora, en los últimos cinco años, de la mano de los videojuegos y las computadoras principalmente. Los chicos usan más de un medio al mismo tiempo –por ejemplo, navegan por internet mientras ven televisión- y, de este modo, incorporan una mayor cantidad de contenidos en la misma cantidad de tiempo.

“Los chicos son multi-tareas y consumen diferentes tipos de medios al mismo tiempo”, dijo Drew Altman, el presidente y CEO de la Fundación Kaiser. “*Multi-tasking* es un fenómeno creciente en el uso de los medios y no sabemos si es bueno o malo, o ambos”, agregó.

Las cifras que refieren al contexto norteamericano señalan que entre un cuarto y un tercio de los chicos usan otro medio la mayor parte del tiempo mientras miran TV (24%), leen (28%), escuchan música (33%) o usan la computadora (33%). Más allá de las disparidades que existen a uno y otro lado de la brecha digital, lo interesante de estos datos es que marcan algunas tendencias.

El estudio no está centrado en los usos educativos de los medios sino en los recreativos. Sin embargo, algunos resultados vinculan ambos aspectos, tales como la afirmación de que los chicos de menor edad pasan más tiempo jugando a los videojuegos y menos tiempo leyendo que los chicos mayores.

Partiendo de esta última observación, surgen otras preguntas y algunas hipótesis, que avanzan sobre el tipo de habilidades cognitivas que podrían desarrollar los chicos en estos espacios. Estas no están relacionadas con una inteligencia lógico- matemática sino con una inteligencia de otro tipo, como por ejemplo la espacial o visual.

Metodología empleada

El estudio se llevó a cabo en EE. UU. entre octubre de 2003 y marzo de 2004, con una muestra representativa de 2.000 chicos de entre 8 y 18 años de edad, que cursan entre el 3er. y el 12vo. año escolar. Cada uno de ellos respondió un cuestionario auto-administrado en la escuela, acerca del uso que hacen de los medios y de sus hábitos de esparcimiento. Además, un grupo voluntario de casi 700 chicos completó un diario durante 7 días.

La investigación estuvo a cargo de Victoria Rideout, de la Fundación Kaiser, y Donald Roberts y Ulla Foehr, de la Universidad de Stanford.

Más información en <http://www.kff.org/>

Fuente: educ.ar

Epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre. La generación arroba.

Por Piscitelli

Los nativos se vuelven adolescentes digitales

Una cosa es preanunciarlo y otra es vivirlo. Una cosa es saberlo y otra experimentarlo. Una cosa es jugar (siendo adulto) en/con las redes sociales y otra muy distinta es crearlas y respirar día y noche en ellas. Venimos hablando ya hace varios meses de los nativos digitales, pero cada vez que los mencionamos al mismo tiempo sentimos un escozor, porque una cosa hablar de las habilidades cognitivas, emocionales y sobre todo imaginativas de los nativos -algo que exploraremos prontamente pero en un sentido inesperado y enriquecedor siguiendo a Paul Harris en *El funcionamiento de la imaginación*. (Buenos Aires, FCE, 2005) y otra muy distinta es hacernos cargo de que hacen los nativos cuando crecen y pasan la barrera de los 15 años.

Porque si bien nos llama mucho la atención el despliegue de habilidades sociales, comunicacionales y sobretudo interaccionales de los nativos digitales, cuando estos suman a sus nuevas dotes los procesos de maduración y de enriquecimiento hormonal propios de la adolescencia lo que vamos a ver -que ya se esta produciendo- sorprenderá a mas de uno.

Las manifestaciones de estos comportamientos -que están siendo seguidos en sumo detalle por Pew Internet and American Life Project, en particular en el informe de Amanda Lenhart, Mary Madden, Paul Hitlin *Teens and Technology: Youth are Leading the Transition to a Fully Wired and Mobile Nation*- tienen como arena de despliegue el mundo social y en particular los sitios webs asociados al social networking como es el caso de www.Buzz-Oven.com (en Dallas, USA) y sus momentos de esplendor y decadencia, en tiempo record

Para adolescentes de clase media yanqui se trata de promocionar bandas desconocidas, generar sus primeros CD de distribución gratuita, contar con el endoso de alguna marca importante como Coca Cola que siempre aspira a colonizar más lenguas, y en definitiva a usar medios de comunicación nuevos para generar las misma necesidades (ideológicas) de siempre - algo distinto esta vez.

Cuando la vida es en línea

La diferencia (pequeña si la hay porque hace todas las diferencias) es que los asistentes presenciales a esos conciertos se pasan literalmente la vida en línea. Después de terminar algún ejercicio escolar mas o menos difícil on line un sábado a la noche, los promotores de bandas entran en los weblogs alojados en MySpace.com para saber donde tendrá lugar la fiesta de cada noche, y de inmediato se ponen a chatear de a muchos acerca de los planes para la horas subsiguientes

Mientras un novio le manda a su novia un link que muestra la PC que se acaba de comprar y avisa a muchos amigos de los próximos conciertos en Buzz-Oven, actualiza su weblog en Xanga.com una red social (con 21 millones de usuarios) que basicamente se encarga de distribuir fotos. Mientras tanto el/la nativo digital -en versión adolescente- mira televisión en TBS un canal dedicado a los oldies como *Friends* y *Seinfeld*, le baja el sonido aprovechando escuchar su iTunes en la computadora, mientras chatea con su compañera de cuarto que esta conectada en una laptop inalámbrica en el otro extremo de la casa

Este tipo de chicos de los que hay unos 3.000 en el área de Dallas y millones en USA (y otros tantos en el mundo entero) son lo que *Business Week* en su nota de tapa MySpace.com ha denominado la Generación @, una peculiaridad no es la de usar redes sociales (como hacemos los adultos) sino de ser ellos mismos esas redes sociales. Se trata de la primera generación de nativos digitales que ya cumplieron 20 años y cuyas identidades sociales se construyen permanentemente en línea.

Si bien hay miríadas de sitios que concitan la atención de esta generación @ hay uno en particular que puede considerarse el Amazon, el e-bay y el Yahoo en su categoría. Se trata de MySpace.com, que ha cuadruplicado su membresia desde enero del 2005 y que ya ha reclutado a más de 40 millones de integrantes.

La compulsión a la conexión por parte de sus adherentes es tan grande que lo han convertido en el 15to sitio en popularidad en USA en términos de visitas. Esta ecología de sitios hipervisitados esta conformada por Facebook.com, que vincula a chicos de la secundaria y ahora también de los primeros años de la universidad y a Xanga.com, un ring de weblogs compartidos. Alrededor de esa triada de sitios hipermasivos flotan cerca de 300 sitios mas chicos como Buzz-Oven, Classface.com, y Photobucket.com,

El mundo es solo uno

De todos los rasgos significativos del uso masivo de la redes quizás el mas destacado sea la creación de nuevas formas de comportamiento social que borran la diferencia entre interacciones en los mundos real y virtual. Porque por mas que los adultos seamos consumidores intensivos de la red la interacción significativa para nosotros sigue pasando por el vivo o por el teléfono. No sucede así con los nativos digitales que acaban de cumplir 20 años y que hace ya mas de 10 años que vienen usando estas herramientas en el día a día.

Las estadísticas con lo amañadas que siempre son así lo revelan, mientras que 87% de los chicos de 12 a 17 años usan la red, solo 66% de adultos la utilizamos, pero obviamente en mucha menor intensidad y cantidad de horas que los chicos que prácticamente ya viven enchufados a la red

Otro rasgo idiosincrásico del consumo de medios por parte de los nativos digitales es que de las 6 1/2 horas diaria que le dedican a mirar TV, jugar a los videojuegos y navegar por la red, un 25% de ese tiempo lo hacen en modalidad multitasking con el llamativo aumento de uso de Internet para social networking que se triplico desde el año 2000 y que hoy llega al promedio de 1 hora y 22 minutos diarios

Hecho el fenómeno hecho el intento de absorberlo, codificarlo, marketinearlo y controlarlo con fines predatorios comerciales. Así se entiende que News Corp. del feroz Rupert Murdoch ya haya gastado mas de U\$S 1.300 millones en la adquisición de sitios web incluyendo la compra de Intermix Media dueño de MySpace, pagando por este hipersitio la friolera e \$580 millones.

Mientras que algunos imaginan una segunda vuelta de locura parecida a la hiperinflación financiera de las punto.com pero ahora con un modelo de interacción en vez de consumo unidireccional, los intentos de empresas (por ejemplo Procter & Gamble) de lanzar productos/marcas empaquetados en el formato de las redes sociales, han fracasado ostensiblemente por un desconocimiento del carácter bottom-up de estas comunidades y por el caracter inherentemente top-down de las estrategias propias de todo esquema de marketing y de publicidad, al menos hasta ahora o hasta que los marketineros se tomen en serio a Seth Godin y a su *Permission Marketing* y a Sergio Zyman en *The end of marketing as we know it*.

Los que saben hacer titilar a la cosa

Quien sabe mucho de como todo esto funciona es Aden Holt el fundador de Buzz-Oven que produjo 27 CD, distribuyo gratuitamente más de 90.000 CD y armo 33 conciertos multibandas. En el año 2000 después de incontables intentos frustrados le vendió a Coca Cola la idea del marketing a través de redes sociales.

Los que le compraron la idea a Holt sabían que los chicos no compran cosas porque las vean en avisos en las revistas o en propagandas en la TV, solo lo hacen por el efecto viral de la recomendación boca a boca.

Como se ve los números de los que hablamos de Buzz-Oven no son demasiado significativos. Pero otro seria el cantar de MySpace.com que no hace mucho era tan chiquito como hoy lo sigue siendo buzz-oven. Fundado en el 2003 por Tom Anderson y Chris DeWolfe, en sus inicios solo pretendió ser un sitio web en el cual los músicos podrían poner su música y los admiradores charlar al respecto.

Pero solo un año mas tarde todos los de algún modo relacionados o vinculados con Hollywood formaron parte del avispero con cerca de 40 millones de registrados y con 20 millones de usuarios en Octubre del 2005, habiendo absorbido en el camino el 10% de todo el consumo

de publicidad de la web en USA. Algo mas que significativo dado que myspace.com no permite los pop-ups buscando la invisibilización de la publicidad (otra que los PNT)

Las cosas van tan bien por allí que difícilmente Murdoch le saque el control creativo a ese dúo que ya acaba de lanzar una compañía discográfica, y que pronto ingresara en la producción de películas y en la radio satelital, e incluso no le tiene miedo a la tecnología inalámbrica, al punto que planea competir con **Virgin Mobile** o **Sprint Nextel**. Su mantra es elocuente, quieren convertirse en una marca de estilo de vida demostrando por otra parte que una red (asociada a sponsors) puede funcionar y muy bien si logra encastrar en los deseos de los adolescentes.

No casualmente Facebook.com con sus mas de 9.5 millones de miembros comenzó a segmentar su audiencia consiguiendo que nichos como los de los estudiantes que usan **Apple** fueran favorecidos por la marca de la manzana, que intermitentemente regala **iPod Shuffles** en concursos semanales, anuncia productos y brinda links a programas de descuentos para estudiantes

Que la idea estaba bien avenida se comprobó cuando docenas de marcas incluyendo a **Victoria's Secret** y **Electronic Arts** armaron sus propios grupos esponsorizados y ya existe la posibilidad de hacer publicidad a nivel de colegios locales.

Vaivenes del exito

Pero en este mundo todo es muy inestable como bien lo ejemplifica el caso de **Friendster**, la primera de las redes sociales, que de la nada paso a tener 20 millones de usuarios, y que carente del menú básico que vuelve atractivo hoy en día este tipo de sitios (originalmente sin música, sin boletín de mensajes, sin clasificados y sin weblogs) y con problemas gravísimos de crecimiento, no llegó a convocar en los ultimo mes es a mas de 1 millón de navegantes.

Sabiendo como es el juego Holt se metió dentro de MySpace abriendo un perfil para Buzz-Oven. Su red ahora funciona dualmente ya sea en forma independiente o como subsector de MySpace, mucha de la gente que seguía a Buzz-Oven en Dallas volvió y ahora tiene 3,604 miembros de MySpace un poco mas que cuando solo funcionaba en forma aislada

De todos modos la ganancia es solo pasajera porque el fundador es ya un anciano de 35 años y sus miembros ya no se sienten representados ni por sus gustos ni por su velocidad. Por eso esta buscando un heredero y lo encontró en **Mike Ziemer**, un recién llegado de 20 años que tiene muchas de las características que **Malcolm Gladwell** exigía de los conectores. De todos modos el riesgo de que el heredero lo destrone obsesiona a Holt, porque Ziemer su versión 2.0 con solo sugerir que buzz-oven ya no va mas podría destruir el trabajo de una década de su antecesor.

En el mundo de las redes sociales el prestigio y el liderazgo tiene tal grado de fuerza y ferocidad que pone en cuestión gran parte de lo que nosotros conocimos como valor, constancia esfuerzo y sabiduría en el mundo real -y en la creación de marcas. Cada vez que hagamos la apología de las redes debemos tener bien en claro el poder de la admiración, pero también el de la recusación viral.

Y aunque este no es el lugar para ponernos a teorizar sobre la **epistemología de las marcas en la era de la incertidumbre**, lo que estamos viendo en esta volatilidad de las redes sociales, no es sino una variante mas de la debilidad del conocimiento tradicional, de la fuerza de la palabra y de la inconstancia de las creencias. Todos temas que han sido recogidos y analizados en forma magistral por **Immanuel Wallerstein** en su reciente libro *Las incertidumbres del saber*. Barcelona, Gedisa, 2005.

Fuente: educ.ar

El Reinado del SMS: Mi acción, Tu acción, Nuestra reflexión.

Por Pablo Bongiovanni

El uso casi hegemónico de Nuevas Tecnologías como el SMS para la comunicación actual, nos dan cuenta de ciertas modificaciones en las formas de escritura. Esto no lo vemos sólo en los adolescentes, los adultos también escribimos "x" en vez de "por" para ahorrar espacio y tiempo en un SMS. Muchos defienden este "nuevo idioma" o nuevo lenguaje... otros se ven molestos por estas "modas" que sólo nos enajenan cada vez más de "nuestro idioma".

Sin embargo, los SMS no significan un atentado contra nuestra lengua madre. Los "lenguajes" no van uno en contra del otro, ... a ver...: - piense Ud. docente, profesor, familia... que de repente sus alumnos o sus hijos comienzan a manejar dos o más idiomas. ¿Qué haría al respecto?

Arriesgamos aquí dos propuestas concretas simples (y complejas a la vez).

A partir de la nota "El fenómeno social de los mensajes de texto por celulares", de Paula Lorenzo, creo interesante continuar el análisis que comenzara rústicamente hace algunos meses en mi blog sobre "Nuevas Tecnologías y la extinción del Ñandú".

El Reinado del SMS, Comunicación y Educación.

El uso casi hegemónico de Nuevas Tecnologías como el SMS para la comunicación actual, nos dan cuenta de ciertas modificaciones en las formas de escritura. Esto no lo vemos sólo en los adolescentes, los adultos también escribimos "x" en vez de "por" para ahorrar espacio y tiempo en un SMS. Muchos defienden este "nuevo idioma" o nuevo lenguaje... otros se ven molestos por estas "modas" que sólo nos enajenan cada vez más de "nuestro idioma".

Sin embargo, los SMS no significan un atentado contra nuestra lengua madre. Los "lenguajes" no van uno en contra del otro, ... a ver...: - piense Ud. docente, profesor, familia... que de repente sus alumnos o sus hijos comienzan a manejar dos o más idiomas. ¿Qué haría al respecto?

Así como las combinaciones que hago entre mi gestualidad y mi oralidad, son construcciones que se constituyen en atajos que me permiten comunicarme más rápida y precisamente, creo que deberíamos poder ver como enseñantes las posibilidades que brinda el hecho de que nuestros alumnos y nosotros mismos utilicemos crecientemente nuevas formas de comunicación... ¡en combinación! porque obviamente, nadie levantó (hasta ahora) la bandera de "¡Muerte a la clase de Lengua!" "¡Viva el SMS!".

Creo que por ahí va la línea de análisis más fructífera, y las acciones más acertadas en educación. No creo que los SMS vayan a perjudicar de alguna manera la comunicación en la lengua madre (llámese español, italiano, inglés, alemán, etc.) no lo creo si los enseñantes (léase familia, docentes, sociedad) hacemos algo al respecto.

Mi acción, Tu acción, Nuestra reflexión.

Actuar y Reflexionar parecen dos momentos sucesivos y concéntricos de un mismo movimiento en el desempeño de cualquier buen educador. Esto es, no podemos simplemente hacer lo uno o lo otro, debemos siempre tener un constante equilibrio entre lo que pensamos (y algunos a veces escribimos) y lo que hacemos.

Como decía mi profesor de Epistemología en la Universidad, "... en educación es muy difícil diferenciar cuándo estamos *accionando* simplemente, cuándo haciendo *ciencia* propiamente dicha, cuándo *reflexionando* sobre lo que hacemos, ... ¡y cuándo hacemos un análisis *epistemológico*!. Porque obviamente intentamos pensar sobre lo que hacemos, para mejorar, y esto puede ser antes, durante o después, de la acción pero siempre se verá interfecundado por la misma práctica concreta. En síntesis, aparentemente la acción y la reflexión se confunden bastante en educación.

Ahora, teniendo en cuenta esto, parecería que frente al problema de la supuesta *lucha de poderes* que libera el SMS contra el docente, o el padre, que pretende enseñar a escribir bien, existen ciertas salidas saludables. Provisionalmente planteamos (arriesgamos) dos, una para cada momento que mencionamos antes:

Una sería la **Reflexión** compartida (entre alumnos, docentes, familia) sobre las posibilidades de complementariedad en el *uso* y la *enseñanza* de los lenguajes. Tal vez no de la manera en que enseñamos inglés, francés o italiano. Sino de una forma más integrada (y diferenciada a la vez). Integrar la enseñanza de la lengua con la expresión en un SMS es un trabajo por construir. (¡como mucho en la relación TIC's y Educación!). Y este trabajo tal vez tenga que ver con una mayor alianza educativa entre la escuela y la familia, cosa que ya era difícil para enseñar uno o dos idiomas "tradicionales"...

Recién mencionamos al SMS como un *lenguaje* o un *idioma*; en realidad lo asumimos así para figurar la relevancia que vemos está teniendo en la comunicación actual, pero obviamente es también un tema a debatir, ¿podemos hablar de diversos lenguajes? ¿es conveniente? ¿qué implicaría asumir al SMS como un nuevo lenguaje? ¿qué características debe tener un lenguaje para mencionarse así? ¿podemos hablar de un nuevo idioma? ¿qué características tiene que tener un idioma? ¿Cuál es la diferencia entre lenguaje e idioma?

Una buena forma es comenzar a *estudiar* de qué se trata esta forma de expresión en el diccionario de sms que se recomienda en la nota de Paula Lorenzo que comentamos al principio.

Y la otra salida posible la encontramos en la **Acción**, más precisamente en un *Acto* el más antiguo en educación... el más efectivo y menos utilizado a conciencia... que no tiene que ver con la actuación teatral, sino con la acción real.... de DAR EL EJEMPLO. Nada más y nada menos.

Si los *aprendientes* (alumnos, hijos, familia) "ven" que escribo un texto formalmente correcto en mi lengua madre, respetando las reglas ortográficas del idioma, y ... si a la vez pueden "comunicarse" verdaderamente conmigo en mensajes de no más de 100 caracteres (*muchos todavía no tienen el límite de 160! que se menciona en la nota de educ.ar*) ... creo que podrían dejar de verme como "aquel extraño desconocido" que intenta "transmitir conocimientos" generalmente con metodologías discordinadas con la realidad, ... y me encaminaría a una construcción compartida. Y esa construcción, tal vez deba ser guiada por el docente, por los padres, o por esa "alianza" que decíamos,.. donde el aprendiente cobre protagonismo a partir de la confianza en contar con un "otro" que está a la altura de la situación.

Dar el ejemplo no es tarea fácil y muchas veces se ve negada implícitamente en educación. Digo implícitamente porque nadie lo dice a viva voz (obviamente), pero sí se lo piensa, se lo actúa y los otros (alumnos, hijos, etc.) lo perciben. Cuando el educador no quiere ser ejemplo, o no puede, o no lo dejan.. el aprendiente tiende a desanimarse. Es sabido que no hay mejor educador que aquel apasionado por lo que hace, y tiene la capacidad para transmitirlo... "enseñarlo".

Digo para finalizar... si "puedo" y "logro" transmitir también esa pasión, seguramente algo quedará . Sea en la ciencia que sea, más allá de los contenidos conceptuales, esto tiene que ver con un buen desempeño como "enseñante", dentro del campo de lo procedimental y lo actitudinal.

Si **actitudinalmente** puedo enfocarme en el abordaje del problema que me plantea un aprendiente que se ya se acostumbró a escribir en un lenguaje mediado provisionalmente por el SMS, y **procedimentalmente** me posiciono pensando la situación como una "oportunidad" para la enseñanza, ... entonces el **Reinado del SMS** podría convertirse en breve, en más y mejores aprendizajes. Tanto para el que enseña como para el que aprende. Pero claro, no es fácil. Hay que esforzarse, estudiar y tener buenas ideas, o buscarlas :-)

Fuente: educ.ar

El fenómeno social de los mensajes de texto por celulares

Por Paula Lorenzo

"Hacia mediodía hora de Londres recibió el siguiente mensaje: 'Kerido: t agrdzc tanto tu consolador mnsaje....no snada pro las cosas estan + clars ahora. Siento como si m hubieran quitdo un pso de encma. A1que mi pdre tenga que kedar hospitalizado en st andrews gravmt enfermo... ¿sabs que pienso k m estoy enamorando d ti, clint' ".
(Fragmento de la novela *Perro callejero* de Martin Amis)

En estos días el diario *El País* de España publicó una nota acerca del lenguaje que se utiliza en los mensajes enviados por celulares. Lo que refería la nota era la inclusión de este lenguaje en pasajes de una novela de reciente edición. Allí se expresaba que la literatura no hace más que reflejar la vida misma y a nadie puede extrañarle la masificación de mensajes de textos a partir también del uso cada vez mayor de celulares.

Es un fenómeno lingüístico y social que se ve reflejado en este caso en una novela pero que seguramente a más de un lingüista le ha traído un dolor de cabeza. En los mensajes de texto o SMS (*Short Message Service*, en inglés, o servicio de mensaje corto) se suele abreviar palabras y muchas veces se escriben letras pensando sólo en la fonética que ayuda a descifrar el mensaje, por ejemplo: "a1que" (aunque), "xq"(por qué), "salu2"(saludos); y así infinidad de abreviaturas, y hasta la consolidación de un código -sobre la base de abreviar las palabras-, para conseguir introducir el máximo de información en los 160 caracteres que usualmente permite la pantalla del celular. En la creación de este código mucho tienen que ver las generaciones más jóvenes.

Los datos

En un estudio realizado por la consultora *IPSOS Media*, con datos obtenidos entre abril y junio de 2005 -sobre una muestra de 3.499 hombres y mujeres entre 13 y 64 años de Capital Federal, Gran Buenos Aires, Córdoba, Mendoza, Rosario, Tucumán y Mar del Plata-, se comprueba que el 38% de los encuestados es usuario de telefonía móvil. De ellos, el 71% tiene el hábito de enviar y recibir mensajes de textos. El segmento que mayor uso le da al SMS es el de los jóvenes de entre 20 y 24 años: lo emplean en un 94% de los casos. Menos fanáticos resultaron ser los encuestados de entre 25 y 29 años. El 81% de ellos envían y reciben SMS en forma habitual. Y los entrevistados de entre 15 y 19 años usan a los SMS para comunicarse en el 86% de las veces.

La consultora *Prince&Cooke* también realizó un estudio acerca del mercado de celulares donde expresa el impacto que produce el crecimiento del uso de SMS y su implicancia en la vida cotidiana de los usuarios. Mientras en 2003 sólo el 7% utilizaba este servicio, en 2004 se dio un crecimiento muy importante llegando al 45%. Pero en 2005 se superaron las previsiones y su uso llegó al 80% de los usuarios. Según datos de *Prince&Cooke*, durante 2005 se mandaron en promedio algo más de 2.000 millones de mensajes cortos por mes. Estos datos recopilados son de nuestro país pero cabe aclarar que la tendencia mundial responde también a este crecimiento: "Cada 90 segundos se envía un millón de SMS en todo el mundo, con un lenguaje universal" aseguró Miguel Udaondo, director de Relaciones Corporativas de Vodafone España.

Según *Howard Rheingold*, experto en el tema de las implicaciones sociales de la tecnología, el uso de los mensajes de texto por los adolescentes se debe a que: "Para los jóvenes es esencial estar todo el tiempo en contacto con su grupo social inmediato; además, el SMS es una forma sencilla de hacer contactos informales con potenciales compañeros de salidas. En el SMS los padres y profesores no son intermediarios de las comunicaciones". Aunque también el precio es una variable para los más jóvenes acortar las palabras y enviar un mensaje de texto resulta mucho más barato que establecer una comunicación de voz.

Por abaratar costos, por estar en contacto..., la cuestión que este nuevo código de comunicación entre los jóvenes ya cuenta con un diccionario de mensajes de celulares.

Diccionario SMS

Se trata de una iniciativa de la Asociación española de Usuarios de Internet, y cuenta, con el apoyo de varias empresas de telefonía celular. El diccionario puede consultarse en: <http://www.diccionariosms.com> y su objetivo "es recopilar los términos y abreviaturas que utilizan por los jóvenes para escribir en sus teléfonos móviles o cuando lo hacen en Internet". Se presenta como "una herramienta de consulta creada por los jóvenes, desde abajo hacia arriba para profesores, estudiosos de la lengua española, medios de comunicación, padres y educadores".

Al ser un proyecto español, permite consultar y traducir términos SMS en las lenguas de España: castellano, catalán, euskera y gallego, así como conocer que términos son los más utilizados, además de incorporar comentarios colaborativos, al estilo de la Wikipedia. Para su armado también realizaron concursos entre todos los usuarios que registraran nuevos términos y abreviaturas.

El proyecto [diccionarioSMS.com](http://www.diccionariosms.com) se llama: 'exo x ti y xa ti' en el propio código o 'Hecho por ti y para ti' y debido a que este tipo de comunicación es utilizada diariamente por millones de jóvenes, los promotores aseguran que "esta realidad va a influir en la evolución de la lengua y de la gramática". Sobre este punto hay opiniones diferentes.

Defensores, detractores y demás

En una nota publicada en Clarín, el periodista **Eduardo San Pedro**, sostiene que "siempre hubo códigos en el mundo: sin ir más lejos, el lunfardo y el 'vesre' o el slang americano. Lo que no implica de ningún modo que quien los conoce no hable y escriba correctamente en su idioma. Por lo demás, la adolescencia siempre tuvo códigos para diferenciarse, desde la vestimenta hasta —precisamente— el lenguaje. Ahora se suma otra razón de peso: comunicarse así es barato". Para San Pedro este tipo de comunicación no produciría tanto cambio o deterioro de la lengua.

Así también opina José Antonio Millán, creador del Centro Virtual del Instituto Cervantes en Internet, que nos visitó el año pasado en educ.ar, "se trata de un registro diferente de la lengua escrita que puede coexistir sin conflicto con la norma correcta, como alguna vez lo hizo el lacónico lenguaje de los telegramas". Pero eso sólo sucederá, dice el especialista, si los chicos mantienen, paralelamente al hábito del SMS, el contacto con libros y revistas. De lo contrario el riesgo es que desarrollen una escritura deforme.

La "escritura deforme" es el blanco para quienes sí avizoran un deterioro del lenguaje. **Pedro Barcia**, presidente de la Academia Argentina de Letras, opina que el novedoso lenguaje representa una "jibarización del idioma" capaz de reducir la capacidad de expresión de los adolescentes y hasta de amenazar el desarrollo de su pensamiento crítico. "Si a esta caída en la riqueza del lenguaje se le suma una reducción morfológica de las palabras se va a potenciar el empobrecimiento del idioma de los jóvenes, que está directamente asociado con el conocimiento. Tener menos herramientas en este terreno es disponer de menos saber y de menos capacidad para pensar", sostiene.

Para atenuar las inquietudes que produce esta nueva práctica cultural de consecuencias aún desconocidas, volvemos **Rheingold** que dice: "Si la telefonía móvil y los mensajes de texto fuesen los únicos agentes de cambio, las culturas mundiales estarían experimentando un cambio fundamental en sus normas, relaciones y poder social. Sin embargo, los dispositivos electrónicos móviles son sólo una pequeña parte de la infraestructura de las multitudes inteligentes".

Un debate abierto

Uno de los modos de apreciar que las nuevas tecnologías -en este caso los mensajes de texto a través de celulares- son apropiadas por la sociedad, es justamente su inclusión en los diferentes relatos, como lo muestra la novela mencionada de Amis. Asistimos a un fenómeno social que se expande en el mundo entero.

En cuanto a este tipo de comunicación, su particular uso de las palabras, las abreviaturas y su relación con la "correcta" gramática del idioma, la escuela puede resultar un ámbito propicio para

analizar este tema. Decimos la escuela porque allí puede verse si este nuevo código se traslada a otro formato, a una redacción de un trabajo de investigación, a un examen escrito y permitirá ver el grado de penetración del nuevo código. En algunos establecimientos porteños ya se comenzó a sugerir el trabajo en el aula con los "mensajitos", basando las lecciones de ortografía y gramática en la corrección de los errores difundidos en aquellos y buscando captar así un mayor interés de los alumnos en las clases.

La tecnología sigue dando que hablar y escribir, su uso social reinventa cada segundo un nuevo mundo, en este caso hasta un nuevo lenguaje o "código" y el debate sigue abierto.

Fuentes: Diario El País / Clarín / Diccionario SMS / La Nueva Provincia / eBlog / Revista Muy Interesante (Entrevista a Howard Rheingold)

Internet como alternativa frente a la mirada única de la CNN

La otra cara de la (des)información

Los diarios íntimos en la red, de ciudadanos iraquíes y periodistas independientes, ponen en crisis el relato triunfalista de la CNN.

Por Julián Gorodischer

“Estamos contando las horas desde que la televisión dijo que empezarán los bombardeos. Ya pasaron seis, y no hay noticias de los misiles, pero llegarán.” El que escribe se llama Salam Pax y es (o dice ser) un arquitecto iraquí de 29 años que cuenta la guerra desde el frente, en Bagdad, donde vive y trabaja con su familia. La escritura íntima se hace fuerte cuando las cadenas de noticias narran su crónica ascéptica de las muertes. El weblog (página personal) es la novedad informativa de esta guerra; es la mirada del residente de Bagdad o del periodista saturado de los “comunicados oficiales”. La red ya no promete aquella vieja fantasía de acceso irrestricto: los sitios de Salam Pax o la cadena árabe Al Jazeera fueron bloqueados (se sospecha que por el Pentágono), pero otras decenas de periodistas, soldados, analistas y ciudadanos iraquíes insisten en difundir su propia lectura de realidad, desde una modesta página web, cansados de las versiones parciales de CNN o NBC, que acaba de despedir al periodista Peter Arnett por criticar la estrategia militar estadounidense.

“Toda la ciudad está envuelta en llamas. Cada vez que un edificio que amo vuela en una explosión me pregunto por qué tiene que suceder esto a Bagdad. Cierro los ojos y me tapo los oídos...” (Salam Pax, en www.dearraed.blogspot.com)

La escritura emotiva de Salam Pax, con la estructura de un diario íntimo, recorre la ciudad de Bagdad y describe los daños edilicios y humanos. No ejerce la denuncia; elige un relato vívido de la pesadilla: los palacios destruidos, las sirenas que no suenan para alertar a la población, los ataques “que se producen demasiado cerca de las áreas civiles”. El weblog de Salam Pax humaniza la tragedia. “Bagdad, miércoles 24 de marzo, 9 PM –comienza–, estamos en familia mirando Al Jazeera y vemos la ciudad devastada. Estamos preocupados porque mi primo salió a la panadería. Los bombardeos comenzaron, y él no regresa. Tendré que salir a ver...” Salam Pax, como una Anna Frank del siglo XXI, revela desde el precio del pan a los enojos cotidianos de sus hermanos, y cumple la regla trágica del diario en la guerra: la interrupción. Desde el 24 de marzo, su página no se actualiza, y ya hay weblogs dedicados a suponer lo que pasó (desde un bloqueo del Pentágono a la muerte) o a reclamar que se reanude el relato. “Las calles están vacías...”, había escrito el último día, antes del corte, y como en un relato de terror abundan las hipótesis sobre lo que sucedió después. Ese vacío –se argumenta en www.whereissalam.com– es para la Casa Blanca y el Pentágono aún más peligroso de lo que sería un (utópico) editorial pacifista de la CNN. La web elimina la fantasía de acceso irrestricto y el propio www.whe-reissalam.com hoy permanece misteriosamente inaccesible.

“Esta mujer de Sulamniyah viste al modo occidental; la ciudad tiene muchas universidades y es un poco más liberal que Bagdad” (Kevin Sites, en www.kevinsites.com)

En uno de sus actos de censura más explícitos, la CNN obligó a su corresponsal Kevin Sites a suspender la publicación electrónica de su weblog sobre la guerra. Allí Sites exponía sin el filtro de sus empleadores todas sus impresiones en las calles. El punto fuerte del diario (que se puede seguir consultando sin actualizar) son las fotos. Se ve el primer plano de un niño iraquí, retratado por Sites, y el texto dice: “... este niño camina por las calles de Halabja, solo, como si hubiera perdido el rumbo”. La cámara toma las miradas opacas de los paseantes, el rostro ajado de una mujer, el cuerpo cojo de un amputado de las “minas personales” o el juego entre dos chicos en una calle de Bagdad. Sites escribe: “... estos dos, cabeza con cabeza, están yendo a la escuela”. A metros, seguramente, acaba de volar un mercado pero, en la foto, los chicos juegan. No son chiítas enmascarados listos para el ataque terrorista (la imagen nítida del enemigo de la “Operación Liberación de Irak”, que promocionan Fox, NBC o CNN) sino “dos que caminan cabeza con cabeza”. El golpe emocional de Sites no está en la prosa austera ni en un reclamo por el cese del fuego. El cronista encontró una fisura para birlar al empleador: cambiar el foco. Tuvo que interrumpirlo. “Estoy tratando de llegar a un acuerdo con la CNN –se lee en su diario interrumpido– para que me permitan seguir transmitiendo mis impresiones... en un futuro...”

“El mundo será un lugar menos seguro para todos, y cientos de personas estarán muertas después de esta guerra. Y para eso no existen las buenas razones...” (Chris Allbritton, en www.backtoiraq.com)

Primeras calificaciones de la cobertura estadounidense: es pobre y tendenciosa. Para Tim Goodman, del San Francisco Chronicle, "la televisión estadounidense falla, sin dudas, en la casi completa ausencia de las voces contra la guerra". Mientras, el Washington Post señala que muchos corresponsales se enfrentan a grandes dificultades para poner en contexto la información debido a su condición de "insertados" que viajan junto a las tropas estadounidenses y británicas. La prensa independiente, sin contratos de los grandes medios, elige muchas veces el web-log como canal de expresión.

Chris Allbritton, ex redactor de la Associated Press, se queja en su diario íntimo (de quince mil visitas diarias, según la revista Forbes) sobre el fin de las Naciones Unidas y el tiro por la borda de los logros del Siglo XX, la comprobación de que "la humanidad no aprende". Todos se adaptan, al día, a la velocidad de los acontecimientos, pero tienen un mérito mayor, que es dejar bien en claro lo que las cadenas de noticias disimulan: toda mirada es sesgada.

Fuente: La Nación, Miércoles, 02 de Abril de 2003 pagina12

Celulares: ¿herramientas para el aprendizaje?

Por Carolina Gruffat

En los 80, fue la PC; en los 90, internet. Hoy, la revolución es el móvil: así resume Howard Rheingold la evolución de las nuevas tecnologías en las últimas décadas. Y observa que, en torno a estas, se han desarrollado organizaciones colectivas espontáneas, virtuales, inteligentes; y nuevos usos de la tecnología, liderados en la mayoría de los casos por los usuarios más jóvenes. Basta con ver el uso masivo que los nativos digitales hacen de los mensajes de textos, para distintos fines.

Contra la lógica de estos fenómenos, que tienden a auto-organizarse de manera espontánea y compleja, las instituciones tradicionales intentan imponer no pocas restricciones, que aspiran a regular los usos de la tecnología. Apocalípticas más que integradas, lo que aparece en muchas de estas iniciativas son visiones simplistas acerca del rol de la tecnología en la vida cotidiana, y de cómo ésta nos cambia y cambia nuestras organizaciones.

No obstante, en algunos casos, los docentes han diseñado sus propias estrategias pedagógicas para integrar a los nuevos medios -entre ellos, los teléfonos celulares- en los procesos de enseñanza-aprendizaje, aunque estos usos son todavía experimentales y deparan resultados inciertos. Por su parte, especialistas en esta temática como Marc Prensky arriesgan algunas propuestas sobre la educación en la era digital, que incluyen a los videojuegos, de un modo más sistemático.

Aprendizaje colaborativo con los alumnos

El punto de partida de Prensky, en un trabajo titulado *Listen to the natives -Escuche a los nativos-* es su observación de que los estudiantes se han introducido en el siglo XXI, mientras que las escuelas todavía están pegadas al siglo XX. Su pregunta, entonces, es: ¿cómo pueden las escuelas alcanzar a los estudiantes y proveerles educación relevante?

La propuesta de este diseñador de juegos educativos es la siguiente: los docentes no necesitan ser expertos en nuevas tecnologías sino dedicarse a hacer lo que ellos hacen mejor; ésto es: coordinar el debate de ideas en las clases. Pero sí resulta fundamental que encuentren modos de incorporar en esas discusiones la información y el conocimiento que sus alumnos obtienen por fuera de las clases, en sus "vidas digitales":

Nuestros jóvenes generalmente tienen una idea sobre lo que traerá el futuro mucho más precisa que la que nosotros tenemos. Ellos ya están adoptando nuevos sistemas para comunicarse –la mensajería instantánea-, compartir información –blogs-, comprar y vender –eBay-, intercambiar –tecnologías peer-to-peer-, crear –Flash-, encontrarse –mundos 3D-, coleccionar –downloads-, coordinar –wikis-, evaluar –sistemas de reputación-, buscar –Google-, analizar –SETI-, registrar –teléfonos con cámaras-, programar –modding-, socializarse –salas de chat, e incluso aprender –búsqueda en la web-.

Cuanto más integre la escuela estas prácticas cotidianas de los nativos digitales, corre menos riesgos de quedar aislada de la vida extra-escolar y de lo que necesitan los alumnos para desenvolverse en ella. Aunque el tema pasa también por otro lado: la necesidad de **motivar a los alumnos y captar su compromiso** –siendo éstos dos pre-requisitos para el aprendizaje-. En este sentido, Prensky propone incorporar a las clases objetivos y opciones que sean interesantes para los alumnos, feedback inmediato, y posibilidades de "subir de nivel" o superarse: la misma combinación que motiva y compromete a los chicos con sus videojuegos favoritos.

Pero la idea de aprendizaje colaborativo de Prensky es bastante más radical, e incluye la participación de los alumnos en discusiones sobre el desarrollo del currículum, los métodos de enseñanza, la organización escolar e incluso la disciplina. Sin la representación de los alumnos, las políticas y decisiones de los educadores no serán efectivas por mucho tiempo más –sostiene el autor-.

Algunas sugerencias para utilizar los nuevos medios en la escuela

Los siguientes ejemplos están tomados del blog de Prensky (<http://www.marcprensky.com/blog/>), y proponen distintos modos de integrar a los teléfonos celulares en el trabajo escolar, tanto para el aprendizaje de contenidos curriculares como de prácticas en general. ¿Cómo deben ser las estrategias pedagógicas para articularse con los modos de organización espontáneos, desarrollados en los usos de las tecnologías; y no tratar de imponer una lógica inversa?

La primera de las propuestas de Prensky es constituir una especie de comités, integrados mayoritariamente por alumnos, con la función de establecer las normas para el uso de los teléfonos celulares en la escuela, y disciplinar a aquellos que no las cumplan. Y organizar, de modo complementario, asambleas escolares, en las que los alumnos, docentes, y eventualmente los padres, pudieran debatir sobre distintos aspectos del tema.

De este modo, las normas acordadas como producto del debate tendrían mayor credibilidad entre los alumnos; pero también estos espacios podrían ser una oportunidad para que los estudiantes aprendan a convivir de manera democrática y respetuosa de las diferencias.

Otra de las posibilidades es que estos comités, al estar integrados también por docentes, pudieran señalar otros usos creativos de los celulares en el contexto escolar, sin quitarles su atractivo o su componente de diversión:

-Organizar clases que se desarrollen solamente mediante mensajes de textos, que permitirían a los alumnos interactuar con grupos de otras ciudades o países –estas clases también podrían realizarse en otras idiomas, tal como se desarrollan algunos cursos para aprender inglés-.

-Convocar a un concurso de fotos tomadas con un celular, que premie a la imagen más divertida –o la más educativa- de un estudiante, docente, o algo representativo de la escuela, y donde los jueces sean los propios alumnos. En esta línea, podrían realizarse también otras convocatorias, como la de crear un corto o un film con imágenes obtenidas a través de un celular, con la finalidad de acercar a los alumnos a nociones básicas de edición de sonido e imagen.

-Crear un juego en el que se combinen distintos géneros o corrientes literarias, y se pueda escuchar desde un poema *beat* hasta uno de Shakespeare con sólo presionar un número, o hacer un comentario sobre lo que a uno le gusta y porqué. O crear una novela colectiva, en un nuevo formato, donde cada alumno agregue algo a la historia.

-Realizar ejercicios de comunicación emergente: ¿qué tan rápido un mensaje puede extenderse a una clase entera? ¿y a la escuela? ¿Cuál es el mejor modo de hacer esto? Habrá que abrir estas u otras puertas, para reinventar la tarea de educar (y aprender con-) los nativos digitales, en los próximos años.

Fuente: Portal educ.ar

Celulares como herramientas para el aprendizaje: un proyecto innovador en Francia

Philippe Steger, un profesor francés de economía e informática, desarrolló un novedoso sistema que utiliza los teléfonos celulares, con conexión a internet, como entorno para el aprendizaje. El programa incluye resúmenes de las clases, que les permite a sus alumnos repasar los contenidos de las materias, y 750 pequeñas evaluaciones.

El proyecto tiene como punto de partida una serie de informes de 2005, que señalan que el 72% de los alumnos franceses tienen un teléfono celular. Si bien inicialmente se intentó brindarlo de manera gratuita, para ampliar el acceso a la educación, luego se estableció una tarifa mínima - de dos euros mensuales- para el pago de los derechos de autor a aquellos que elaboran los contenidos.

Noticiasdot.com informó también que actualmente Steger se encuentra negociando con las empresas operadoras de telefonía para mejorar la accesibilidad a la web.

Philippe Steger es integrante de Leadingteachers, una organización que impulsa el uso de las nuevas tecnologías de manera innovadora en el trabajo diario de los docentes. Leadingteachers está conectada al canal británico de televisión destinado a los docentes Teachers'tv.

Fuente: Noticiasdot.com

España: se presentó el primer curso de inglés por teléfono celular

La compañía de telecomunicaciones Amena y la empresa de enseñanza de inglés Vaughan Systems lanzaron, en España, el **primer curso de inglés a través del teléfono móvil**. Esta iniciativa refuerza una tendencia que comenzó con el proyecto de transmitir televisión en las pantallas de los teléfonos celulares, y siguió con el proyecto no menos innovador de traducir obras de la literatura al lenguaje SMS.

Según informó la agencia EFE, el curso de inglés se realizará mediante la traducción de cuatro frases de uso común del español al inglés, por medio de mensajes de texto, combinados con otros mensajes multimedia; y la escucha de radio Vaughan, dedicada a la enseñanza de la lengua inglesa, a través del teléfono.

El servicio tendrá un costo de **1 euro a la semana**, y para suscribirse el usuario deberá enviar un mensaje corto al número 222, indicando el nivel al que se quiere suscribir –ya sea inicial, intermedio o avanzado-. Además, **Baquía** informa que el servicio de radio permite acceder en cualquier momento, desde teléfonos móviles con determinada tecnología, a las dos mejores horas de la programación de Radio Vaughan, por un costo de 9 euros al mes.

Fuente: Baquia

Viernes 09 de Diciembre de 2005

Se busca regular el uso de celulares en las aulas de las escuelas bonaerenses

Un proyecto de la Dirección General de Educación y Cultura de la provincia de Buenos Aires propone regular el uso de teléfonos celulares por parte de los alumnos de nivel Polimodal. La iniciativa, que comenzaría a implementarse a partir del año próximo, no impide que los alumnos lleven teléfonos celulares a las escuelas, pero sí limita su uso durante las horas de clases.

Según informó *La Nación*, el proyecto propone actualizar los denominados Acuerdos Institucionales de Convivencia, en los que cada establecimiento educativo deberá definir si acepta o no el uso de celulares, y definir sus límites.

Además, esta iniciativa deberá compatibilizarse con un proyecto de ley, que ya tiene media sanción en la Legislatura provincial, que prohíbe el uso de teléfonos celulares en las aulas de la provincia de Buenos Aires.

Fuente: *La Nación*

Clásicos literarios en lenguaje SMS

Si Mahoma no va a la montaña, que la montaña vaya a Mahoma. Es evidente que los jóvenes cada vez leen menos, pero quizás ahora se animen más -y también a escribir- gracias a un innovador proyecto. Un ejemplo: 5SistrsWntngHsbnds es la frase *Cinco hermanas buscan marido* -del clásico *Orgullo y prejuicio* de Jane Austin- en lenguaje SMS.

El equipo de ayuda a los estudiantes Dot Mobile, de Londres, dirigido por el literato John Sutherland, se está encargando de traducir versos, frases o resúmenes de los clásicos de la literatura al idioma de los móviles, desde *Romeo y Julieta* de Shakesperare hasta el *Paraíso perdido* de John Milton.

"No desperdiciemos la gran difusión de los SMS" es la consigna bajo la cual se ha puesto en marcha esta iniciativa. Si la mayoría de los jóvenes se comunica a través de los móviles, pongamos este medio a nuestro servicio y utilicémoslo para el repaso y la comprensión de los textos clásicos, ha explicado Sutherland.

Y así lo han hecho. El equipo ya ha traducido numerosas frases (las más emblemáticas) de destacadas obras de la literatura universal, así como resúmenes de sus argumentos, que ya están preparados para llegar a los teléfonos de los usuarios.

Sin embargo, los más ortodoxos denuncian que, aunque la intención es educativa, el medio empleado para realizar este proyecto no es adecuado. "¿Cómo osan destrozar el inglés de Shakespeare y convertirlo en un montón de signos?", han denunciado los más comprometidos con la pureza idiomática.

Pero la idea no ha caído en saco roto; al contrario, ha llegado a la Europa continental. El diario italiano *Il Corriere della Sera* ha lanzado un concurso para que sus lectores se atrevan a resumir en 160 caracteres sus propios clásicos.

Fuente: Baquia

Lunes 20 de Marzo de 2006 - (Enlaces)

El modelo conversacional de los nuevos medios

Por Pablo Mancini

Si algo en común tienen actualmente los medios de comunicación con la comunidad educativa es que en ambos casos se encuentran con públicos que cuentan con competencias digitales harto más desarrolladas. Hoy, todo el tiempo, las escuelas y los maestros, los medios y los periodistas, se encuentran con los nativos digitales y con los inmigrantes que han podido incluirse en la nueva esfera.

En esas dos situaciones, una de las preguntas clave es: cómo reinventar esas relaciones binarias. Cómo transformar el ida y vuelta alumno-maestro, la relación periodista-lector.

Esa discusión es parte de la resignificación de los espacios educativos y de la búsqueda de legitimidad de los medios tradicionales. Las nuevas tecnologías y el software social transformaron más profundamente las instituciones de la modernidad de lo que a veces estamos dispuestos a aceptar.

La independencia de sentido que están posibilitando las nuevas tecnologías va por delante de oferta mediática y educativa. Entonces todo el tiempo nos preguntamos cómo comprender los nuevos entornos, cómo aprovechar las tecnologías textuales emergentes, en qué dirección experimentar con ellas en la escuela y en los medios.

Ese es un poco el corazón conceptual, por ejemplo, del Espacio de Innovación Docente que pusimos en marcha en educ.ar en marzo de 2004 junto a algunos especialistas innovadores.

Mantener vivo el diálogo, compartir las experiencias y encontrar interlocutores diseminados por toda la red; transformar las experiencias en experiencias transcátedras, buscar nuevas posibilidades de pensamiento y de intercambio; estar actualizados de las acciones innovadoras de nuestros pares y tender un puente entre el pensar-hacer colectivo. Cosas que permite una plataforma de integración de blogs al servicio de una comunidad, como es el caso del Espacio de Innovación de educ.ar, que ya cuenta como blogs especializados en ajedrez, tecnología, plástica, lengua, música, informática, webcreatividad, filosofía, física, economía, comunicación y cultura y actualidad en el quehacer docente.

Comentamos todo esto porque mientras el Espacio de Innovación Docente de educ.ar cumple dos años de vida, nos anoticiamos acerca de un proyecto innovador y conversacional con otras características -generado desde un medio de comunicación-, pero acaso con un criterio similar para comprender los entornos emergentes: saber que, con la web, las audiencias y las relaciones binarias se han transformado en comunidades que interactúan.

El diario del Reino Unido The Guardian ha presentado una plataforma de blogs que involucra al medio en la tendencia del modelo conversacional en los medios digitales.

Así llama Guardian Unlimited a su nuevo proyecto: **Comment is free**. Se trata de una especie de metablog que cuenta con más 200 columnistas, comentaristas y expertos que contribuirán al sitio. Por supuesto, con todos los posts con comentarios abiertos.

Inspirado en HuffingtonPost.com, Comment is free busca reavivar los debates en la comunidad lectora de Guardian Unlimited. En ese sentido, alienta a sus lectores a enviar comentarios. Explicaron que, dada la ecología de medios, el periódico debe más que nunca tener contacto con sus lectores y participar de la modalidad conversacional de la Red.

Comment is free cuenta también con un blog para los editores, que no representa la voz oficial del medio, claro está, pero desde el que se comentarán los progresos y las decisiones editoriales del periódico y del site. Hasta el fotógrafo **Dan Chung**, tiene un blog en el marco de Comment is free, en el que ya está publicando adelantos de sus producciones...

En suma, se trata de un experimento de convergencia entre los comentarios de profesionales y los del público lector. Es claro: lo que está haciendo The Guardian es promover la migración digital de sus profesionales mientras reinventa las relaciones con sus lectores. ¿Y cómo lo hace? Simple: Pone a sus periodistas a blogear

Fuente: educ.ar

El lenguaje utilizado en chats y celulares no afectaría el idioma

El presidente de la Real Academia Española, Víctor García de la Concha, afirmó, en un congreso sobre lenguas, que las expresiones empleadas en Internet no influirían en la deformación del castellano

El presidente de la Real Academia Española (RAE), Víctor García de la Concha, minimizó la influencia de las maneras de expresarse en el ámbito de las nuevas tecnologías -como los chats de Internet o los mensajes a teléfonos celulares- sobre el idioma castellano, según publicó el diario español ABC .

De la Concha, que clausuró en la ciudad de León un Congreso Internacional sobre los "Orígenes de las Lenguas Romances en el Reino de León" durante la Alta Edad Media, consideró que estas nuevas formas de expresión lingüística, como abreviar palabras o usar letras para reemplazar vocablos, "no afectarán de manera importante a la lengua", puesto que las personas "sabemos distinguir perfectamente el nivel y el medio en el que nos comunicamos".

En este sentido, el presidente de la RAE se refirió a las "formas mínimas que emplean los jóvenes que escriben en sus teléfonos móviles mensajes cifrados" y también en los chats de Internet y defendió la validez de usar diferentes tipos de lenguaje en función del contexto en el que se produzca la comunicación.

"Nadie escribe igual una carta a un familiar o una solicitud oficial, del mismo modo que un periodista no redacta de la misma manera sus notas para un artículo que el artículo mismo", destacó De la Concha.

El directivo señaló que: "A mí no me condiciona estar tomando notas con una gramática absolutamente anómala y particular mía en aquello que pueda escribir, mejor o peor, con un lenguaje ya cuidado" para su posterior edición en el marco de un libro, un periódico o un texto cualquiera de carácter público.

Asimismo, recordó la práctica generalizada entre los estudiantes de todas las épocas de reducir la extensión de las palabras en sus apuntes, al igual que ocurre, en la actualidad, con las generaciones más familiarizadas con Internet o las nuevas tecnologías, cuando, por ejemplo, simplifican la palabra "que" con la grafía "q".

El efecto de los medios

"Siempre hubo diferentes niveles de realización del lenguaje, que no tienen que afectar al sistema en sí mismo", concluyó De la Concha, que sí destacó, en cambio, el efecto de "neutralización" que están produciendo los medios de comunicación sobre el español.

Este fenómeno, que según el presidente de la RAE tiene consecuencias "empobrecedoras y enriquecedoras" al mismo tiempo sobre el castellano, está provocando que "cada vez sean menores las variantes de la realización del

habla en las distintas partes del mundo" en las que se emplea la lengua castellana.

En su opinión, "las radios, la televisión y los correos electrónicos permiten, hoy en día, una comunicación mucho más amplia que antes y eso va nivelando las diferencias que antes existían" en los diferentes territorios en los que se habla el español, empleado actualmente por unos cuatrocientos millones de personas.

No obstante, también elogió los beneficios que conlleva el desarrollo y expansión de las nuevas tecnologías, tanto en la "rapidez" de las comunicaciones como en su empleo en labores de investigación, incluidas las de los miembros de la Real Academia.

Otra de estas beneficiosas consecuencias, según De la Concha, es el propio banco de datos informatizado que, continuamente, actualiza la RAE y que, por el momento, recoge más de cuatrocientos millones de formas léxicas, "que van desde la Edad Media hasta nuestros días".

http://www.lanacion.com.ar/03/10/22/dg_537528.asp

LA NACION LINE | 22/10/2003 | 00:01 | Información General

Listen to the Natives

Schools are stuck in the 20th century. Students have rushed into the 21st. How can schools catch up and provide students with a relevant education?

Marc Prensky

School didn't teach me to read—I learned from my games.
—A student

Educators have slid into the 21st century—and into the digital age—still doing a great many things the old way. It's time for education leaders to raise their heads above the daily grind and observe the new landscape that's emerging. Recognizing and analyzing its characteristics will help define the education leadership with which we should be providing our students, both now and in the coming decades.

Times have changed. So, too, have the students, the tools, and the requisite skills and knowledge. Let's take a look at some of the features of our 21st century landscape that will be of utmost importance to those entrusted with the stewardship of our children's 21st century education.

Digital Natives

Our students are no longer “little versions of us,” as they may have been in the past. In fact, they are *so* different from us that we can no longer use either our 20th century knowledge or our training as a guide to what is best for them educationally.

I've coined the term *digital native* to refer to today's students (2001). They are native speakers of technology, fluent in the digital language of computers, video games, and the Internet. I refer to those of us who were not born into the digital world as *digital immigrants*. We have adopted many aspects of the technology, but just like those who learn another language later in life, we retain an “accent” because we still have one foot in the past. We will read a manual, for example, to understand a program before we think to let the program teach itself. Our accent from the predigital world often makes it difficult for us to effectively communicate with our students.

Our students, as digital natives, will continue to evolve and change so rapidly that we won't be able to keep up. This phenomenon renders traditional catch-up methods, such as inservice training, essentially useless. We need more radical solutions. For example, students could learn algebra far more quickly and effectively if instruction were available in game format. Students would need to beat the game to pass the course. They would be invested and engaged in the process.

We also need to select our teachers for their empathy and guidance abilities rather than exclusively for their subject-matter knowledge. We all remember best those teachers who cared about us as individuals and who cut us some slack when necessary. In today's rush to find teachers qualified in the curriculum, we rarely make empathy a priority.

Shifting Gears

As educators, we must take our cues from our students' 21st century innovations and behaviors, abandoning, in many cases, our own predigital instincts and comfort zones. Teachers must practice putting engagement before content when teaching. They need to laugh at their own digital immigrant accents, pay attention to how their students learn, and value and honor what their students know. They must remember that they are teaching in the 21st century. This means encouraging decision making among students, involving students in designing instruction, and getting input from students about how *they* would teach. Teachers needn't master all the new technologies. They should continue doing what they do best: leading discussion in the classroom. But they must find ways to incorporate into those discussions the information and knowledge that their students acquire outside class in their digital lives.

Our young people generally have a much better idea of what the future is bringing than we do. They're already busy adopting new systems for communicating (instant messaging), sharing (blogs), buying and selling (eBay), exchanging (peer-to-peer technology), creating (Flash), meeting (3D worlds), collecting (downloads), coordinating (wikis), evaluating (reputation systems), searching (Google), analyzing (SETI), reporting (camera phones), programming (modding), socializing (chat rooms), and even learning (Web surfing).

We need to help all our students take advantage of these new tools and systems to educate themselves. I know this is especially hard when we're the ones floundering, but teachers can certainly ask students, "Does anyone do anything on the Web that is relevant to what we're discussing?" or "Can you think of any examples of this problem in your computer games?" Teachers can also help students figure out who has the best access to technology outside school and encourage students to form study groups so that more students benefit from this access. Teachers can learn what technological equipment they need in their classrooms simply by asking students, and they can lobby to get these items installed in school computer labs and libraries.

Student Engagement

More and more of our students lack the true prerequisites for learning—engagement and motivation—at least in terms of what we offer them in our schools. Our kids *do* know what engagement is: Outside school, they are fully engaged by their 21st century digital lives.

If educators want to have relevance in this century, it is crucial that we find ways to engage students in school. Because common sense tells us that we will never have enough truly great teachers to engage these students in the old ways—through compelling lectures from those rare, charismatic teachers, for example—we must engage them in the 21st century way: electronically. Not through expensive graphics or multimedia, but through what the kids call "gameplay." We need to incorporate into our classrooms the same combination of desirable goals, interesting choices, immediate and useful feedback, and opportunities to "level up" (that is, to see yourself improve) that engage kids in their favorite complex computer games. One elementary school in Colorado, for example, takes its students on a virtual journey to a distant planet in a spaceship powered by knowledge. If the students don't have enough knowledge to move the ship, they need to find it—in one another.

Collaborating with Students

As 21st century educators, we can no longer decide *for* our students; we must decide *with* them, as strange as that may feel to many of us. We need to include our students in everything we do in the classroom, involving them in discussions about curriculum development, teaching methods, school organization, discipline, and assignments. Faculty or administration meetings can no longer be effective without student representation in equal numbers. Our brightest students, trusted with responsibility, will surprise us all with their contributions.

This may sound like the inmates are running the asylum. But it's only by listening to and valuing the ideas of our 21st century students that we will find solutions to many of our thorniest education problems. For example, putting a Webcam in every classroom is a digital native way to show administrators and parents what really goes on. Teachers could also volunteer for this activity to document and share best practices.

Students could quite feasibly invent technological solutions to streamline homework submission and correction, freeing up teachers for more meaningful work. Encouraged to share their expertise, students can be a teacher's best resource for suggesting better access to technology, defining the kinds of technology that teachers should be using in the classroom, and showing teachers how they can use specific hardware and software tools to teach more effectively.

Flexible Organization

In this century, we *must* find alternatives to our primary method of education organization—what I call *herding*. Herding is students' involuntary assignment to specific classes or groups, not for their benefit but for ours. Nobody likes to be herded, and nobody learns best in that environment. As

educators become “teacherds” rather than teachers, we all lose. And creating smaller schools or classrooms is no solution if the result is simply moving around smaller herds.

There are two effective 21st century alternatives to herding. The first is one-to-one personalized instruction, continually adapted to each student as he or she learns. This practice has become next to impossible with growing class sizes, but it is still doable. Modern computer and video games have already figured out how to adapt every moment of an experience to a player's precise capabilities and skills. So has computerized adaptive testing. Classrooms need to capitalize on students' individual capabilities and skills in the same way.

How can we make our instruction more adaptive and, as a result, far more effective? Just ask the students; they'll know. Adaptivity, along with connectivity, is where digital technology will have its greatest impact on education.

The second alternative to herding is having all learning groups self-select. Kids love working with their friends, especially virtually. I'm not saying, of course, that students should join *any* group in this context, but that they should be able to choose their own learning partners rather than having teachers assign them. Optimally and under proper supervision, a 4th grader in one school could choose a learning partner in any 4th grade class in the world. Teachers could also guide students in selecting an approved adult expert to partner with.

If we let our students choose all the groups they want to be part of—without forcing them into any one group—we will all be better off. One great advantage of virtual groups over herds is that nobody gets left out. Everybody can find *someone* in the world to work with. Teachers and administrators must be willing to set this up, provide the necessary vetting, and let it happen.

Digital Tools

Today's students have mastered a large variety of tools that we will never master with the same level of skill. From computers to calculators to MP3 players to camera phones, these tools are like extensions of their brains. Educating or evaluating students without these tools makes no more sense to them than educating or evaluating a plumber without his or her wrench.

One of the most important tools for 21st century students is not the computer that we educators are trying so hard to integrate, but the cell phone that so many of our schools currently ban. “Cell Phones Catapult Rural Africa to 21st Century,” blared a recent front-page *New York Times* headline (LaFraniere, 2005). They can catapult our students into the future as well.

Cell phones have enormous capabilities these days: voice, short messaging service (SMS), graphics, user-controlled operating systems, downloadables, browsers, camera functions (still and video), and ge positioning. Some have sensors, fingerprint readers, and voice recognition. Thumb keyboards and styluses as well as plug-in screens and headphones turn cell phones into both input and output mechanisms.

The voice capabilities of the cell phone can help users access language or vocabulary training or narrate a guided tour. Teachers could deliver interactive lessons over a cell phone and use short messaging service to quiz or tutor students. Students could access animations in such subjects as anatomy and forensics. Students will soon be able to download programs into their cell phones, opening up new worlds of learning.

In Europe, China, Japan, and the Philippines, the public is already using mobile phones as learning tools. We in the United States need to join them and overcome objections that students are “using them for cheating” (so make the tests open book!) or for “inappropriate picture taking” (so instill some responsibility!). In the United Kingdom, teachers are evaluating student projects over mobile phones. The student describes the project, and the teacher analyzes the student's voiceprint for authentication.

Let's admit that the *real* reason we ban cell phones is that, given the opportunity to use them, students would “vote with their attention,” just as adults “vote with their feet” by leaving the room when a presentation is not compelling. Why shouldn't our students have the same option with their education when educators fail to deliver compelling content?

Programming

The single most important differentiator between 20th century analog and 21st century digital technology is programmability. Programming is perhaps *the* key skill necessary for 21st century literacy. In this arena, teachers and schools are stuck in ancient times. If you wanted to get something written back then, you had to find a scribe; today, you need a programmer.

All 21st century kids are programmers to some degree. Every time they download a song or ring tone, conduct a Google search, or use any software, they are, in fact, programming. To prepare kids for their 21st century lives, we must help them maximize their tools by extending their programming abilities. Many students are already proficient enough in programs like Flash to submit their assignments in this medium. Schools should actively teach students this technology and encourage them to use it.

Of course, extending this literacy with our current teaching corps is problematic. A number of teachers I know have taken matters into their own hands, creating programming courses—especially in popular game programming—for students during the summer months, after school, and even in class. We need to capture these approaches and curriculums and make them available over the Web for all to use. Teachers can also arrange for certain students to teach these classes to their peers. In addition, outside experts are often willing to volunteer their services.

Legacy Versus Future Learning

Currently, the curriculums of the past—the “legacy” part of our kids' learning—are interfering with and cutting into the “future” curriculum—the skills and knowledge that students need for the 21st century. We need to consolidate and concentrate important legacy knowledge and make room in school for 21st century learning. Our schools should be teaching kids how to program, filter knowledge, and maximize the features and connectivity of their tools. Students should be learning 21st century subject matter, such as nanotechnology, bioethics, genetic medicine, and neuroscience.

This is a great place for involving guest teachers from professions doing cutting-edge work in these emerging fields. If every district or school found just one expert willing to contribute his or her expertise; set up and videotaped a meaningful series of Q&A exchanges with students; and put those videos on the Web, enhancing them with additional relevant materials, we'd soon have a 21st century curriculum.

Students want and deserve to receive this content through 21st century tools that are powerful, programmable, and customizable—through tools that belong to them. We could offer this content to them on their cell phones, for example. A big part of our problem is figuring out how to provide this before the end of the 21st century.

School Versus After School

Pragmatically, our 21st century kids' education is quickly bifurcating. The formal half, “school,” is becoming an increasingly moribund and irrelevant institution. Its only function for many students is to provide them with a credential that their parents say they need. The informal, exciting half of kids' education occurs “after school.” This is the place where 21st century students learn about their world and prepare themselves for their 21st century lives. It is revealing that one of the most prevalent student demands regarding technology is to keep their schools' computer labs open until midnight (and for us to stay out of their way while they are there). It is equally telling that so many software and Web programs aimed at enhancing kids' education are designed for after-school rather than in-school use.

If our schools in the 21st century are to be anything more than holding pens for students while their parents work, we desperately need to find ways to help teachers integrate kids' technology-rich after-school lives with their lives in school. It doesn't help if, in the words of Henry Kelly, president of the Federation of American Scientists, “the cookies on my daughter's computer know more about her interests than her teachers do.” It helps even less that a great many of our teachers and administrators have no idea what a *cookie* or a *blog* or a *wiki* even is.

Techno-Byte

U.S. teachers who say that computer technology has affected the way they teach:

- To some extent—86 percent.
- A great deal—55.6 percent.

—*eSchool News*, 2005

Student Voice

Our students, who are empowered in so many ways outside their schools today, have no meaningful voice at all in their own education. Their parents' voices, which up until now have been their proxies, are no longer any more closely aligned with students' real education needs than their teachers' voices are. In the 21st century, this lack of any voice on the part of the customer will soon be unacceptable.

Some organizations are trying to change this. For example, NetDay (www.netday.org) conducts an annual online student survey of technology use through its Speak Up Days. All school districts should participate in this survey. Then, instead of hearing from just the 200,000 students who responded in the last survey, we would know what 50 million of them are thinking. Districts would receive valuable input from their students that they could apply to improving instruction.

As we educators stick our heads up and get the lay of the 21st century land, we would be wise to remember this: If we don't stop and listen to the kids we serve, value their opinions, and make major changes on the basis of the valid suggestions they offer, we will be left in the 21st century with school buildings to administer—but with students who are physically or mentally somewhere else.

References

LaFraniere, S. (2005, Aug. 25). Cell phones catapult rural Africa to 21st century. *New York Times on the Web*.

Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–2.