

VIVIR EN LA NUBE

ADOLESCENCIA EN TIEMPOS DIGITALES

ROBERTO BALAGUER

AGUILAR

Roberto Balaguer

Vivir en la nube

Adolescencia en tiempos digitales

Penguin Random House Grupo Editorial

SÍGUENOS EN
megustaleer



| Penguin
Random House
Grupo Editorial |

Prólogo

Roberto Balaguer Prestes es un tipo fuera de serie. No lo dice su amiga, su «socia» de andanzas editoriales, sino la periodista que sigue su trabajo e investigaciones desde hace casi una década.

Y digo que es fuera de serie porque a él no le caben ataduras de ningún tipo, aunque, por sobre todas las cosas, es siempre fiel a sus principios.

Es, sin duda, una de las personas más reconocidas y respetadas en el área del conocimiento acerca del uso —y abuso— de las redes sociales.

Además de estudioso, Balaguer tiene el mérito de ser un profesional profundamente reflexivo. Sus trabajos siempre tienen la virtud de ofrecer un balance cuidadoso entre la teoría y la práctica, con una gran dosis de sentido común, atributo tan devaluado en los tiempos que corren.

Este libro da cuenta, justamente, de todas esas cualidades del autor para seleccionar como tema de análisis los diferentes desafíos y problemas que se presentan a los adolescentes y jóvenes en el vasto mundo de las redes sociales.

Publicados originalmente como columnas en la revista mensual del Carrasco Lawn Tennis, estos artículos siguen el pulso de las grandes interrogantes que se plantean por lo general los adultos —padres, profesores, maestros— respecto a los nuevos peligros que deben enfrentar los adolescentes y jóvenes en sus exploraciones por el ciberespacio.

Son alrededor de medio centenar de artículos que Balaguer escribió desde 2011 y que para este libro ordena en nueve capítulos.

El *cyberbullying*, el poder de las pantallas, sus riesgos y posibilidades; la construcción de la identidad, la soledad, el abandono paterno y la tentación del suicidio son algunos de los temas abordados.

En tiempos de ritmos maniqueos, donde las opiniones y posturas se dirimen entre el blanco y el negro, Balaguer ofrece en este libro la riqueza de los grises y sus diferentes tonalidades. En ellos no existe el demonio, sino los seres humanos en su vasta diversidad

y problemática.

Es cierto que, a veces, el diagnóstico descarnado de nuestros hijos duele y asusta. Más les duele y asusta a ellos si sus padres juegan a ser avestruces y zambullen su cabeza en la tierra.

Por eso, los códigos y pistas que ofrece Balaguer para interpretar la realidad que nos rodea son una ofrenda que nadie debería despreciar, a riesgo de convertirse en patética réplica de los tres monos ciegos, sordos y mudos.

Cristina Canoura

Mayo de 2017

CAPÍTULO I

Ser padres de hijos hiperconectados

Sugerencias de *apps*

«Los celulares nos están cambiando», se escucha decir casi a diario en muy diferentes ámbitos. «Las reuniones ya no son lo mismo», comenta una señora cuyos nietos le han enseñado a utilizar su celular y su *tablet*.

Para muchos adultos, buena parte de los movimientos culturales que está generando la tecnología son observados y vividos como pérdida o, al menos, como potencial amenaza más que como evolución. Especialmente, aquellos adultos que tienen hijos adolescentes sufren en carne propia la hiperconexión de sus hijos a las redes sociales y a sus teléfonos inteligentes.

Cada vez es más temprana la adquisición por parte de los chicos de esos teléfonos inteligentes. Es decir, para ser honestos, cada vez más tempranamente los adultos dan acceso a sus hijos a la telefonía celular.

Con frecuencia me sucede que muchos padres, alertados por la prensa, me preguntan acerca de *apps* o webs que sirvan como control parental o, al menos, que sean útiles para evitar que los chicos pasen malos momentos o se contacten con desconocidos al navegar por Internet. Haciendo una revisión del tema, he encontrado algunas *apps* que espero puedan resultar de utilidad para padres y abuelos interesados por el cuidado de los más pequeños.

App tiempo (versión gratuita)

No se puede descargar de Google Store ni del App Store, pero sí se puede conseguir del reloj de los padres. Revise su agenda, la prioridad que le da a sus actividades y

hágase un espacio para obtenerla. La *app* consiste en una aplicación simple, con una interfaz amigable que impulsa el encuentro cara a cara de padres e hijos. Presenta la opción charla o la opción escucha y se puede cambiar de un modo a otro de forma intuitiva, sin mayores complicaciones si se le agarra la mano. Conviene actualizarla con frecuencia para un mejor seguimiento de la actividad de los chicos. El 100 % de los padres que han descargado esta aplicación la recomiendan como antivirus frente a bajas notas, problemas de conducta y encuentros con extraños.

App tiempo (versión de pago)

La interfaz es similar a la versión gratuita, pero incorpora ida al cine, teatro o parque con alguna golosina. Una limitante que presenta esta *app* es que el *software* es incompatible con el modo ocupado del celular. La *app* deja de funcionar si el padre o la madre utilizan su celular en forma reiterada y se desenganchan de la interfaz charla, escucha o actividad compartida. Esta *app* tiene una versión de pago llamada vacaciones, en la cual se pueden contrarrestar algunos efectos de las interrupciones en su versión del año.

App sorpresa (versión gratuita)

En su versión gratuita consiste simplemente en cambiar una rutina y crear un espacio diferente al habitual (juego, almuerzo o cena sorpresa, ida a buscar, visita). Esta *app* debe necesariamente combinarse con la *app* tiempo para que funcione en su totalidad. Si se la combina con la *app* vacaciones, su rendimiento resulta óptimo.

App de control del chateo con extraños

Los extraños entran en el mundo de los chicos cuando los padres liberan espacio del disco de padres y dejan dicho espacio vacío. Son los chicos que están solos, que se sienten poco importantes, aquellos que suelen ser presa fácil de los abusadores, pedófilos, etc. Precisamente, lo que ofrecen los abusadores es una relación especial, que

hace sentir al joven atendido y valorado. Esta *app* ayuda a los padres a ocuparse de su hijo en el más amplio sentido y a dejar de preocuparse por los peligros y los controles. Cuando los hijos tienen esta *app* actualizada, los peligros de virus y otras infecciones se reducen drásticamente.

App disponibilidad

La atención es hoy una de las funciones que a diario se ve más alterada, dado el enorme flujo de información al que nos encontramos expuestos. Esto hace que la disponibilidad de los padres, WhatsApp mediante, sea cada vez menor. Atender la salud propia y la de los hijos, la buena alimentación y el descanso propio y ajeno permite que la batería tenga mayor duración y la energía se pueda renovar sin generar desgaste por mal uso.

Muchos padres optan por la *app* en su versión «cumpló mi deber», en lugar de optar por la versión «disfruto de hacerlo». «Cumpló mi deber» ha demostrado ser un *software* no tan efectivo como «disfruto de hacerlo» en todas las revisiones realizadas hasta el momento.

Control, confianza, contención

Inmersos en una cultura de saturación de información, de alta tecnología, es frecuente que ante todos estos cambios busquemos hacer frente a los desafíos que tenemos como padres con más tecnología, pero lo cierto es que eso no siempre funciona.

En esta temática hay tres palabras, que casualmente empiezan de la misma manera, «con», y que ilustran distintos modos de abordar estas cuestiones: control, confianza, contención.

Intentar solo el control es una batalla entre pérdida o a punto de perderse. Es imposible controlar lo que hacen y dicen nuestros hijos en todo momento o lugar, sea este material o virtual.

Si nos apoyamos solo en la confianza podemos fallar y dejar espacio para la transgresión. La confianza se va construyendo, pero la infancia y la adolescencia son

momentos de equivocaciones y asunción de riesgos que necesitan de la cercanía de los padres.

La contención es fundamental. Pero solo cuando las tres están en su justo equilibrio se produce un resultado mágico que eleva a la categoría de imprescindible el rol de padres. Madre y padre son las dos *apps* fundamentales en el buen desarrollo de nuestros hijos. Si no valoramos eso o no lo entendemos a cabalidad, nos perderemos de entender lo más importante en la vida de nuestros hijos: nuestro apoyo.

Hijos chicle, padres helicóptero

¿Cuánto han cambiado los vínculos entre padres e hijos en las últimas décadas? ¿De qué manera se han modificado las relaciones de poder dentro de la familia en este período? ¿Cuánto incide la tecnología en todo ello?

Establecer un horario para hablar por teléfono era una cosa tan clara en el pasado como inútil en el presente. La comunicación telefónica ha dejado de ser de casa a casa para pasar a ser de persona a persona. Los límites de la comunicación intergeneracional no están sujetos a la norma familiar. Ni las paredes de las casas ni los límites adultos parecen dominar los WhatsApp.

La impotencia se ha apoderado de los padres y estos no logran aún darse cuenta de que ellos son las *apps* (el programa, en términos digitales) más importantes en las vidas de sus hijos. La única manera de interrumpir ese flujo comunicativo es a través de la última de las penitencias de nuestra era: quitar el celular o, en su defecto, el wifi. Estas penitencias han evolucionado en los últimos años en una secuencia que se puede sintetizar así: primero fue «te quedás sin salir», después «te quedás sin tele», luego «te quedás sin Internet» y actualmente «te quedás sin celular».

Despegar hijos chicle

Sabemos que a esta generación de jóvenes les cuesta muchísimo más desconectarse, pero también despegarse de la casa paterna. Son los que podríamos denominar «hijos chicle». Parece que se despegan, pero finalmente no. Terminan volviendo una y otra vez

al regazo familiar para regocijo de sus padres y, al mismo tiempo, desgracia de sus bolsillos. El nido nunca queda vacío, el síndrome se pospone indefinidamente.

La amenaza actual no proviene de los hijos que plantean irse, sino de los padres que desean echarlos. Cada tanto los hijos levantan vuelo, pero es un vuelo corto y, a su regreso, desde sus dormitorios tecnológicos e hiperconectados, estos integrantes de la nueva juventud se vinculan con el mundo. Compran, venden y hasta producen, pero a la hora de la comida y del lavado de ropa, la independencia se desploma. *Game over. Start again.* Vuelta al nido. A través de las distintas redes arman una identidad pulida y socialmente deseable, son maestros en el arte de la presentación *online*. No cualquier foto puede ser subida si no ha pasado por un filtro estético. En eso son muy cuidadosos.

Si bien la «vida está en otra parte», se accede a ella desde el dormitorio de la casa paterna y las dificultades que se presentan se resuelven con una desconexión o un WhatsApp a tiempo. Desde sus bunkers viven la vida no tan conectados como los famosos *hikikomori* japoneses, aquellos adolescentes célebres por recluirse en sus casas y frente a los cuales los padres quedan en suspenso, sin saber casi cómo actuar.

Esta situación tecnocultural actual antes descripta ha sido denominada síndrome de *blade runner*, el cual describe a los adolescentes como seres artificiales, escindidos entre la obediencia a los adultos y la voluntad de emanciparse. Creen tener el mundo a sus pies, manejan las tecnologías con gran destreza, pero al mismo tiempo la dependencia económica y la ausencia de responsabilidades asumidas los deja inmaduros, por lo que postergan decisiones claves para su autonomía. Cada vez esperan hasta más tarde para sacar la libreta de conducir y se observa un fuerte retraso en áreas claves como el acceso al trabajo y a la vivienda.

Esto es bien diferente al síndrome de Peter Pan al que estábamos acostumbrados, aquella incapacidad para dejar de ser niño. Se trata más bien de un avance de estadio, en todo caso de la niñez a la adolescencia, pero con la posterior incapacidad para dejar de ser adolescente. Quieren vivir la vida entera siendo adolescentes, algo soñado no solo por ellos, sino también por sus propios padres, también adolescentizados, aunque algo más arrugados que sus hijos.

¿Cómo llegamos a esta situación?

Cómo llegamos a esta mayor dependencia de los padres es una pregunta que muchos se hacen. «Les facilitamos todo». «Lo que no les resolvemos nosotros, lo hace una *app*», argumentan algunos progenitores. Es cierto, hoy parece haber una *app* para cada cosa, y si no aparece una disponible es porque alguien ha fallado y existe una oportunidad comercial ahí latente en espera de alguna persona capaz de desarrollarla. Pero si no hay una *app* a mano, siempre está la posibilidad de llamar a los «padres helicóptero», esos padres actuales que son capaces de los mayores logros en el arte de cuidar a sus hijos de los peligros del mundo. Acuden desde cualquier lugar, con la solución para ellos, y así perpetúan una relación de dependencia que no ayuda a ninguna de las partes a despegarse.

Este tipo de jóvenes se desacostumbraron desde pequeños a solucionar sus problemas de forma autónoma, a encontrar salidas a sus cuestiones. Luego, se vuelven «hijos chicle» que esperan que una *app*, sus padres o sus profesores les resuelvan los problemas cotidianos. Y si no, siempre está Facebook o un grupo de WhatsApp que los haga olvidar que el mundo es más que una red social donde comentar la vida.

Niños y medios: una pareja complicada

No solo se trata de cuándo darles la primera pantalla, sino de cómo y para qué hacerlo. De esa manera abrí mi ponencia en Buenos Aires en el marco del Primer Simposio sobre Primera Infancia organizado por la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos). Cuándo es la pregunta habitual que se formulan los padres a la hora de pensar en tecnología móvil e infancia. A pesar de eso, los datos que se obtienen a la hora de encuestar sobre el nivel de uso de tecnología digital por parte de los chicos distan bastante de lo políticamente correcto y de lo que se expresa públicamente.

Los adultos en general manifiestan querer que sus hijos tengan «más barro y menos pantalla», como una fantasía de regreso al juego tradicional que no siempre se acompaña de las acciones que permitirían que eso suceda en sus vidas cotidianas. En general tienden a postergar lo más posible la entrega de dispositivos, con la idea de fondo de que son «malos padres» aquellos que sí los dan en los primeros años. Tienen la convicción de que la entrega de dispositivos es un viaje de ida, sin regreso ni posible control.

Tienen miedo, más que a la tecnología en sí misma, a no poder como padres regular

los usos, poner límites adecuados y ofrecer alternativas válidas a las pantallas. Este es un tema que inclusive trasciende a la tecnología y tiene más que ver con la aceptación por parte de los padres de su debilidad en el tema puesta de límites. Quizás no se trate entonces tanto de cuándo entregar, sino de qué forma hacerlo, cautelosa, de a poco, con criterio y no en forma de canilla libre, que es lo que se observa, en general, sucede.

La pediatra Kabali, en un trabajo del año 2015 denominado «Exposición y uso de dispositivos móviles por niños pequeños», plantea que la mayor parte de los padres les permite a sus hijos jugar con dispositivos móviles (frecuentemente o a veces) para poder:

- Hacer las tareas de la casa (70 %).
- Mantener al niño calmo en espacios públicos (65 %).
- Hacer mandados (58 %).
- Hacer dormir al niño (28 %).

Como podemos observar a partir de estos datos, el uso de los dispositivos muchas veces está puesto al servicio de los padres. El mundo digital se ofrece como compañía y sostén de los más pequeños. La tecnología llega para suplir la presencia de los padres, y eso, al mismo tiempo que entretiene a los chicos, les resulta conveniente a los adultos. El uso de los dispositivos móviles para ocupar a los niños pequeños durante las rutinas diarias, mandados, salidas en auto y comer afuera se ha vuelto una forma común de regulación de la conducta, lo que la industria denomina como: *shut-up toy* o «juguete para mantener al niño callado».

La academia y la tecnología

La academia siempre ha tenido una postura bastante crítica con respecto a las tecnologías incipientes. En 2011, la Academia Americana de Pediatría (AAP) reafirmó su declaración original de 1999 sobre infancia y medios dejando la recomendación esencialmente incambiada, declarando: «desaconsejamos el uso de medios por niños menores de dos años». Los medios digitales seguían siendo para la Pediatría dispositivos que no aportaban al desarrollo de los niños pequeños. Por eso, la misma AAP recomendó, en 2013, incluir dos nuevas preguntas en las revisiones de salud de todos los niños y adolescentes:

1. ¿Cuántas horas de televisión, ordenador, teléfono móvil y videojuegos consume al día?
2. ¿Tiene televisión u ordenador en su dormitorio?

Un par de años antes de eso entran las *tablets* con fuerza al mercado y todo comienza a cambiar. La llegada de las *tablets* generó nuevas cuestiones y alteró las formas de concebir el uso de la tecnología por parte de los niños. Los adultos ven cómo la tecnología *touchscreen* despierta un comportamiento instintivo en los niños que son parte de la llamada «generación *touch*», regida por el concepto de tocar «a ver qué pasa». Ensayo y error. El movimiento aparece como natural, al tiempo que las *apps* son las grandes *vedettes* de esta época. Inclusive hay en el mercado una variedad de *apps* que son realmente muy didácticas. Estas se adaptan al usuario, a su edad y posibilidades; el avance es progresivo, son claramente interactivas y reactivas a lo que el niño hace. Además generan atención compartida con padres que estén atentos a la actividad del niño. Estas y otras características llevaron a que en el año 2014, luego del análisis de la situación de estos nuevos dispositivos, el pediatra Dimitri A. Christakis señalara que «hay una fundamentación teórica para postular que las recomendaciones de la AAP en relación con los medios para niños menores de dos años no deberían ser aplicadas a estos nuevos medios». Debemos volver al comienzo. Aún no sabemos con certeza cómo influye esta nueva tecnología en los más pequeños. Debemos esperar para evaluar con criterio la pareja niños-tecnología, ser cautos pero, a la vez, tener sentido común. Nada sencillo en el mundo de hoy, presto a las conclusiones rápidas sin el suficiente análisis.

Las *tablets*

Según la firma de análisis de mercado Gartner, solo en el año 2012 se estima que se descargaron 45 617 millones de aplicaciones para los diferentes sistemas operativos móviles. Esa cifra, ya de por sí enorme, se calculó que crecería a 309 000 millones en el año 2016. Sin embargo, esa cifra se triplicó y, en 2016, se descargaron aproximadamente 1387 millones de aplicaciones. Se trata de millones de aplicaciones para todo tipo de cosas que han impulsado a la masividad a las *tablets* y a la idea de implementar el uso de estas en centros educativos. La facilidad con la que los niños pequeños las manejan y el atractivo que generan sus pantallas son elementos determinantes en la elección de estos

dispositivos para su uso educativo. Sus pantallas táctiles y sus aplicaciones son rápidamente recorridas y exploradas por los niños sin ningún tipo de temor. El movimiento de *scroll* parece en ellos un movimiento «natural», exploratorio. La motivación por el uso de los dispositivos en clase se descuenta estará presente en cualquier experiencia piloto que se implemente con ellos. A lo anterior, se agrega un tamaño y un peso (entre 600 y 700 gramos) sumamente adecuados para ser manipulados y transportados por niños pequeños, así como una batería de duración bastante prolongada. Las *tablets* han tenido muy buena acogida, especialmente en el segmento preescolar, tanto por los niños como por sus padres. Según un estudio de Nielsen, en las casas donde las *tablets* se encuentran disponibles, el 70 % de los niños las usan, una cifra que viene en franco aumento.

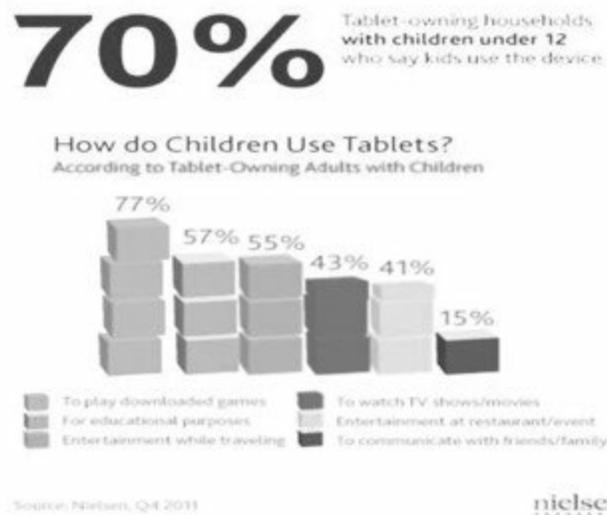
Características generales del uso de las tablets:

1. Manejo intuitivo del dispositivo. No requiere capacitación previa.
2. Está al alcance de todas las edades, especialmente los más pequeños. Incluso ya se habla de «la generación del índice» para referirse a este aspecto.
3. No requiere, para su uso efectivo, habilidades de lectoescritura, si bien estas permiten el uso de un mayor número de aplicaciones.
4. El modo *touch*, como modo privilegiado de relacionarse con el mundo digital, sugiere exploración, algo particularmente atractivo y sugerente en la edad preescolar. Cabe aclarar que el modo predominante de uso es el visual y no el táctil, aunque se utilice el dedo para hacer el *scroll* en pantalla.
5. La interactividad *touch* ofrece una experiencia enriquecida y novedosa de acceso e interacción con los contenidos, tanto educativos como lúdicos.
6. El modo *touch* promueve la expresión gráfica de las ideas, no tanto las textuales.
7. Resulta un buen dispositivo de lectura de los libros de la biblioteca.

Según un estudio de usabilidad realizado por Adesis Netlife, por encargo de Radio Televisión Española (RTVE) para evaluar su web infantil Clan, el 100 % de los niños participantes (entre 4 y 7 años) escogieron los dispositivos táctiles frente a los teclados. Esta es una tendencia que pareciera bastante estable desde la aparición de las *tablets* en

el mercado. En el estudio AdMob, llevado a cabo por la compañía Google en 2011, el 77 % de los encuestados reportó que ha decrecido el uso de su *desktop/laptop* luego de adquirir una *tablet*. Según un estudio del gabinete Gartner, las ventas de *tablets* pasaron de los 60 millones registrados en 2011 a los 118,8 millones en el 2012, lo que muestra lo que parece ser una tendencia sostenida. Sin embargo, en 2016, según cifras de Ditrendia, se vendieron 206,8 millones de *tablets* en el mundo, lo que supone un 10 % menos que en 2014.

Según el estudio de Nielsen antes mencionado, los niños que usan las *tablets* en las casas lo hacen: el 77 % para juegos, mientras que el 57 % las usa para fines educacionales. El 55 % las usa mientras viaja y el 43 % las usa para ver televisión o películas.



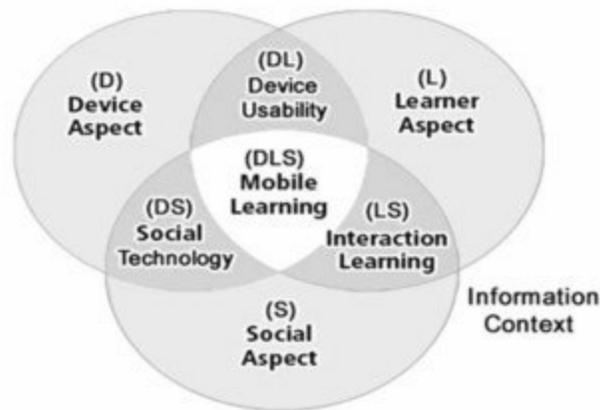
Uno de los primeros elementos a atender es que se suele interpretar a las *tablets* como una tecnología orientada más hacia el consumo que a la creación de contenido digital. Inicialmente orientadas hacia esos fines, con el correspondiente espacio para el correo electrónico, los juegos y las redes sociales principales (Facebook, Twitter, Pinterest, YouTube y otras), paulatinamente han ido ampliando su espectro con la incorporación de aplicaciones más orientadas hacia el trabajo, como Evernote, Instapaper y Read It Later, procesadores de texto, editores de imágenes, de video y de mapas semánticos, además de un sinnúmero de programas de diseño. Las *tablets* parecieran no resultar especialmente adecuadas para la producción de textos extensos.

El concepto de *tablet learning*, aprendizaje a través de las *tablets*, no presenta

diferencias muy notorias con los de *m-learning* (educación móvil) o *e-learning* (educación a distancia). Para algunos analistas, el uso de las *tablets* está generando un avance en el *m-learning*, tornándolo más común. De hecho, el informe de Unesco del año 2012 promueve el uso de dispositivos móviles para ensanchar los tiempos de enseñanza.

En el plano docente implica un nuevo cambio en la didáctica. Los docentes deberán acostumbrarse a las características del dispositivo y a las nuevas aplicaciones. La incorporación en situaciones de aula específicas requiere de un diseño y planificación didáctica adicional que deberán atenderse para el éxito de estas experiencias. Según Vrtis (2010), la mayor parte de los docentes utiliza las *tablets* para la presentación de la clase más que para la evaluación de las actividades.

Koole (2009) propone un diagrama de Venn compuesto por tres círculos superpuestos para considerar la introducción de dispositivos móviles en el ámbito educativo.



Los círculos representan las características del dispositivo, el alumno y lo social (D, L, S).

El aspecto del dispositivo (D) considera las características físicas, capacidades de entrada y salida, almacenamiento y recuperación, velocidad de procesamiento. El aspecto del alumno (L) se focaliza en las características del individuo, como conocimientos previos, historia personal, memoria y emociones, estilos de aprendizaje y capacidad para transferir habilidades y conocimiento de un contexto a otro. El aspecto social (S) considera los procesos conversacionales y de cooperación, la posibilidad de compartir símbolos y signos, así como las creencias culturales y valores sociales.

Una vez más, tal como hemos considerado desde un comienzo, en este tipo de

iniciativas no se trata de un asunto de dispositivos, sino de una ecología mucho más compleja a ser tenida en cuenta para alcanzar el éxito en estas experiencias dentro del campo educativo.

La decisión de compra en Navidades y ocasiones especiales

Cuando llegan las fiestas, junto con las alegrías correspondientes, las nostalgias por los que no están y los brindis para que se cumpla todo lo que deseamos, vienen las compras navideñas rodeadas de paquetes, moñas y grandes cajas.

A la misma mesa se sientan aquellos que comienzan a pensar los regalos en los primeros días de noviembre, buscando no caer en la compra de último momento —que todos sabemos es más cara y menos eficiente que la anticipada—, junto a los que esperan cada año al último día para ir al *shopping*. También están aquellos otros a los que diciembre los encuentra agazapados esperando la megaoferta y el gran descuento. A ellos, el 24 de noche los recibe recorriendo estacionamientos desesperadamente para poder comprar... lo que quedó en los estantes casi vacíos.

Pero la mayor división de la gran mesa termina siendo entre las personas que tienen o no hijos. En las Navidades, los niños representan no solo alegría y esperanza, sino también decisiones de compra cualitativamente distintas. Para comprender mejor los mecanismos que se ponen en juego en estos avatares, detengámonos por un instante a observar cómo se dan los procesos de compra en las nuevas familias, mucho más horizontales, democráticas e informadas que las tradicionales, es decir, mucho más similares a los Simpson que a los Ingalls.

«Mamá, papá, comprame Charoná»

Las familias actuales, según el experto en *marketing* R. Vassallo (2003), están más orientadas a potenciar la denominada «orientación conceptual», es decir, aquella que promueve el desarrollo de competencias propias en el hijo y fomenta que este exprese sus ideas y opiniones abiertamente, mientras que la llamada «orientación social de la comunicación» (propia de la familia tradicional patriarcal) potencia la aceptación de

normas sociales por parte del hijo, deferencia hacia la autoridad paterna y minimización de la controversia. En términos de compras, el primer caso supone un individuo que ejerce su influencia en el grupo familiar de manera abierta, mientras que el otro simplemente acepta lo que se le ofrece, sin chistar.

Los autores Shah y Mittal (1997) plantean algo muy interesante en relación con la decisión de compra dentro de la familia actual. Esto incluye los regalos navideños, pero también los otros tipos de compra que se dan durante el año. Según estos académicos, la influencia en el comportamiento de consumo será mayor cuando una de las generaciones percibe a la otra como experta en un producto determinado. Si los niños ven a sus padres como expertos en un tipo de producto o en algún aspecto de consumo, es probable que se apoyen en ellos para decidir la compra y, por ende, la influencia habrá tenido lugar. En el caso de que el hijo tenga conciencia de que su conocimiento y experiencia con el producto en cuestión es mayor a la que tienen sus padres, es probable que sus padres no terminen influyendo en su decisión de compra y sí funcione la influencia de abajo arriba, en términos generacionales.

En el caso tecnológico esto es harto frecuente. Hace unos años la consultora británica Ofcom entrevistó a 5000 adultos y niños sobre su uso de las tecnologías en el hogar y descubrió que los padres han cedido el dominio de lo digital a los más pequeños. De hecho, según diversos estudios, los hogares donde hay niños o adolescentes suelen estar mucho más tecnificados que los hogares donde no hay jóvenes. Y, si además hay abuelos jóvenes, una nueva variable se introduce a la hora de las compras: buena parte de los regalos provienen de esa fuente.

Pero también existen otras nuevas fuentes de esta era, como por ejemplo los denominados Diok's (*Double Income Other's Kids*: parejas activas sin hijos que se vuelcan en sus sobrinos) o los Panks (*Professional Aunt No Kids*: tío profesional sin hijos). Estos nuevos grupos de compradores, muy valorados por el *marketing* actual, complejizan el panorama aún más. La variable «padres culpables» es otra de las razones que están detrás de este cambio de roles de los más pequeños. La poca presencia parental, la culpa y la mitigación de la misma a través de compras cierran el círculo explicativo del consumo desenfrenado.

La generación que reclama, negocia y... triunfa

Quienes estudian en profundidad las compras plantean la existencia de varias preguntas claves que uno debe formularse a la hora de pensar en esta actividad, como ser quiénes constituyen el mercado, por qué se compra, qué productos se compran y por qué, quién participa en el mercado, cómo, cuándo y dónde se compra.

Cada una de esas preguntas deriva en una serie de cuestiones particulares que delinear consumidores, actitudes, elecciones de productos, motivaciones personales y sociales, modas, etc. El influjo de los niños en todas estas cuestiones —quienes hoy, a diferencia de veinte años atrás, son capaces de tener información de valor con respecto a los productos— es enorme.

Un niño *googlea* un nuevo producto y se lo muestra a sus padres. En España, por ejemplo, los hogares con hijos suman el 35 % del total de las familias, pero representan nada menos que el 70 % del consumo general. ¿De qué depende la influencia de los niños? Cinco factores resultan claves. El estilo de parentalidad (más tradicional o más conceptual), la edad de los chicos (a mayor edad, mayor influencia), las características de la familia (a mayor poder adquisitivo, mayor influencia de los más pequeños), el género (influye si hablamos de cuestiones tecnológicas o productos o servicios que requieren información) y la exposición a medios digitales (a mayor exposición, mayor influencia). Por eso, en la próxima ocasión, mientras alza su copa, agregue entre sus promesas: no compraré nada sin consultar, al menos, a un niño.

CAPÍTULO II

Cómo la tecnología está modelando nuestra forma de pensar

Bulimia informativa

No se trata de una patología que ustedes puedan encontrar en los manuales de psiquiatría vigentes, al menos por ahora. Sin embargo, podemos comenzar a considerarla como una de las llamadas «enfermedades de moda» que involucran a un amplio espectro de la población.

Días atrás, mientras elaboraba una presentación para un evento basada en datos de consumo de medios e información, proporcionados por las compañías comScore y Nielsen, caí en la cuenta de que quizás estábamos frente a una nueva patología cultural, propia de la era de la información.

Revisé los datos disponibles sobre consumo de medios (la mayor parte proveniente de Estados Unidos) y, con ellos en la mano, se me hizo patente de manera inmediata la idea de que cada día consumimos mucha más información de la que necesitamos y podemos asimilar. Todos los días nos encontramos expuestos a un flujo de información del que somos incapaces de retener ni siquiera la mitad. O peor aún, accedemos a un caudal de datos irrelevantes para nuestras vidas pero, sin embargo, no podemos parar de consumir.

De eso se trata la bulimia informativa: es la dificultad para poner freno al atracón compulsivo de datos que satura, en este caso, la mente. Atracones diarios de *likes*, favoritos, WhatsApp y de actualizaciones de estado en Facebook, Instagram o Snapchat. Todo ello, más tuits relevantes y de los otros, forma parte de nuestra dieta cognitiva actual.

La problemática cultural se ha desplazado de una dieta hipercalórica a una dieta de hiperconexión a los datos. Siempre hay algo diferente que reclama nuestra atención y

que nos vuelve a sumergir en el mar de información. Esa neofilia, o gusto excesivo por lo nuevo, junto con el estado de conexión, por defecto, hace que el esfuerzo de desconectarnos sea difícil de concretar. Nos hemos ido transformando en *paparazzis amateurs* que buscan permanentemente nueva información en el mar de datos de las redes.

Deberíamos detenernos a pensar en nuestra dieta cognitiva y preguntarnos: ¿Cuántas veces al día leemos los diarios? ¿Qué buscamos cuando revisamos todos los periódicos del planeta? Nos hemos transformado en nómades y vivimos de la caza y de la pesca de información del mar de datos que tenemos delante. Inornívoros, sedientos de información, chequeamos los *mails* y los dispositivos móviles a cada instante en busca de algo nuevo que nos brinde... ¿qué? Esa es la pregunta, nuestro deber es cuestionarnos nuestra dieta.

Contexto informativo, consumo y proyecciones

Suele decirse que un campesino del siglo XIX recibía a lo largo de su vida la misma información que maneja un niño de nueve años de nuestra época. En los años cincuenta, nuestros abuelos intercambiaban en el lapso de un año la misma cantidad de información que nosotros en un solo día de nuestras vidas digitales. En los últimos treinta años, con el despliegue tecnológico que hubo, estas cifras se han elevado y en el período que va entre 2008 y 2013 se incrementó en 350 % la cantidad de datos consumidos por las personas en un día común.

Cuando en 2009 el estudio «*How Much Information?*» del *Report on American Consumers* de la Universidad de California, San Diego, midió (en *bytes*, horas y palabras) el consumo de medios de los hogares estadounidenses, encontró que estos consumen al año 3,6 *zettabytes* de información. Un *zettabyte* equivale a un trillón de *bytes*. Si esa cantidad de información se ordenara en libros de tapa dura, cubriría la superficie de Estados Unidos en dos metros de altura. Si ese mismo volumen lo trajéramos a Uruguay, tendría la altura de dos torres del World Trade Center 4, una arriba de la otra.

Llevados esos datos a la persona, en 2008 un ciudadano estadounidense en un día promedio consumía 34 *gigabytes* y 100 000 palabras de información. La proyección del

mismo estudio, realizada cinco años después, indicaba que para el año 2015 se estimaba que los estadounidenses consumirían, tanto en los medios tradicionales como en los digitales, más de 1,7 billones de horas, un promedio de aproximadamente 15,5 horas por persona al día. La cantidad consumida en los medios de comunicación supera los 8,75 *zettabytes* por año. En términos individuales, son 74 *gigabytes*, el equivalente a 9 DVD de datos por consumidor medio en un día normal. Parece demasiado, ¿no?

Pero no solo consumimos a través de una pantalla, sino que también a veces lo hacemos en forma simultánea desde dos fuentes diferentes. Hablamos del fenómeno de «segunda pantalla» como producto cultural propio de esta época. Miramos televisión y tuiteamos, al tiempo que actualizamos el estado de Facebook. Todo eso nos lleva a un promedio de consumo de más de 14 horas por día y la voracidad sigue creciendo. Bulímicos, aprendices de *paparazzis*, nómades persiguiendo *likes*, sin detenernos a pensar cuánta información necesitamos verdaderamente para vivir. De eso se trata la bulimia informativa.

La era de los inornívoros y del *big data*

Consumiendo información

El término *inornívoro*, que alude al consumo de información por parte de una persona, no hubiera tenido sentido cincuenta años atrás. Los avances tecnológicos han supuesto un cambio trascendental en el manejo y sobre todo en el caudal de información que circula a diario por nuestras vidas y que, por ende, consumimos. Según el español Alfons Cornella, analista lúcido de la actualidad, fue en los años sesenta, con el surgimiento de los *mass media* o medios masivos de comunicación, cuando una persona promedio comenzó a tener acceso a unas 18 estaciones de radio, 4 canales de televisión y 4500 títulos de revistas.

Esa cantidad de información ya era bastante más que la disponible un siglo atrás. Pero cuando arribamos al siglo XXI, observamos un salto cuantitativo en el caudal de información a la que nos exponemos a diario. Es ahí, entonces, que el término *inornívoro* comienza a tomar sentido. Ese modo de consumo describe una conducta

humana propia de la sociedad moderna informacional, donde el sujeto consume, entre otras cosas, información, a veces vorazmente, generalmente en forma salpicada, las más de las veces en forma fragmentaria.

El analista de medios español Enrique Dans analiza a ese sujeto inornívoro y propone una tipología del consumidor de información actual, que delinea tres grupos diferentes.

El primer grupo está formado por los llamados «unidireccionales», quienes habiendo sido entrenados en el consumo de medios masivos tradicionales ahora recurren a la Red para nutrirse de radio, diarios y programas de televisión convencionales. El uso que hacen de Internet es básicamente de acceso a los mismos canales de información a los que acudían previamente a la llegada de la Red de redes. Se han digitalizado, pero sus fuentes continúan siendo, a grandes rasgos, las mismas.

El segundo grupo se conforma con los llamados «sociales». Sus puntos de referencia principales no son los medios tradicionales, sino las redes sociales y los usuarios que conforman su ecosistema informacional. Los denominados *trending topics* de Twitter pueden llamarles más la atención que el titular de un diario *online*. Facebook, Twitter, Google+, Tumblr son las fuentes donde se nutren estos inornívoros, que «conversan» a su vez con los periodistas de los medios tradicionales, buscando chequear los datos o la veracidad de la información que circula por las redes.

Dans denomina «originador» al tercer tipo de consumidor. Se trata de personas que acceden sistemáticamente a fuentes de valor reconocido, «curan» los contenidos que allí encuentran y, en general, son los primeros en acceder a esas informaciones que luego serán viralizadas por los sociales.

¿Qué hacer con tanta información?

Big data como posible solución

Los tres grupos de consumidores mencionados tienen un problema en común: el exceso de información, y muchas veces el exceso de datos que no necesariamente aporta valor ni conocimiento. Y ese es un problema que no solo las personas tienen que enfrentar en esta nueva era, sino también las instituciones, las empresas y hasta los gobiernos. Los datos sobran, se encuentran por doquier, pero darles forma no es tarea sencilla. Aquí es donde un nuevo término se incorpora al diálogo: *big data*. ¿Se trata

acaso de una nueva estrategia de *marketing* que busca imponer una nueva moda y con ella toda un avalancha de productos, asesoría, etc.? *Big data* no se refiere solamente a un nuevo producto del *marketing* digital, sino que probablemente sea un término que cada vez escucharemos mencionar más, dada la relevancia que promete tener en años venideros. Se trata de un sector que emerge con fuerza dentro del área de las TIC, que pone su foco en el tratamiento de grandes cantidades de información o conjuntos de datos.

La académica española Gemma Martínez lo define de esta forma:

«El *data mining* trabaja en un nivel superior buscando patrones de conducta, agrupaciones, secuencias, tendencias o asociaciones de datos que puedan generar algún modelo que permita entender mejor el dominio con el objetivo de facilitar la toma de decisiones».

Big data está llamado a dar nuevos sentidos a la información que consumimos y a la que satura las bases de datos mundiales. *Big data* es una forma de lidiar con el consumo de información y la saturación de datos, y hasta inclusive puede redundar en una nueva forma de hacer ciencia, pero esto, quizás, y para la tranquilidad de los sociólogos, recién lo veamos más adelante.

Sobreinformación, un mal de nuestros días

¿Qué efectos psicológicos puede tener la exposición a la cantidad de estímulos e información a la que nos somete la sociedad actual? Esta es una pregunta que todos los que vivimos en esta época saturada de datos cada tanto nos hacemos. ¿Cómo impacta en nosotros el hecho de estar consumiendo tanta información diariamente? Según un estudio de la Universidad de California en San Diego, los norteamericanos consumen la friolera de 3,6 *zettabytes* cada día. Cabe aclarar que un *zettabyte* equivale a un trillón de *bytes*, y eso, sin dudas, suena a... ¿demasiado? Toda esta situación estructural pareciera estar generando una sensación de agobio informacional, la percepción de estar frente a una excesiva dieta cognitiva de datos con los que lidiar constantemente. Esta sobreabundancia informacional hace, por tanto, que pocos elementos de entre todo ese mar de datos resalten y queden fijados en nuestra memoria. Esta última hoy se encuentra un tanto perdida al no poder atar datos con situaciones y lugares concretos. Al pasar cada

vez más tiempo en el espacio virtual de las redes, la memoria episódica se ve ciertamente resentida. Muchas cosas hoy nos pasan desapercibidas, miradas sin ser vistas. ¿Qué efectos tiene en nosotros esto?

Distraídos

¿Todo esto nos vuelve más distraídos? En parte sí, porque nuestra atención está condenada a estar permanentemente cambiando de foco. Por eso, otra cuestión ligada al inmenso caudal de datos es justamente esa alta distractibilidad que se podría generar dada la enorme cantidad de información que fluye constantemente por la Red y reclama nuestra atención. La permanente conectividad dirige nuestra atención para aquí y para allá descentrándonos de cada tarea prolongada que pretendemos emprender. Cada vez tenemos menos paciencia para escuchar un relato largo. Estar siempre pendientes de estímulos externos descentra a la persona y hace que esta esté también demasiado alerta a los cambios en el afuera en desmedro de los ritmos propios.

Todos coincidimos en que es impresionante la cantidad de estímulos que reclaman nuestra atención. Sumado a eso aparece la necesidad de estar trabajando en forma casi constante en modo multitarea. El trabajo se interrumpe por el permanente contacto social que nos reclama la atención desde diversas fuentes (redes, mensajería). La infoxicación y la dificultad creciente para el filtrado de información pueden confluír en lo que se conoce como *niebla digital*, una suerte de síndrome de *burnout* atencional que se genera tras largas horas de estar frente a la computadora y que se acompaña de una sensación de fatiga cognitiva.

Sin dudas, nuestra capacidad de procesamiento es finita y, cuando la información fluye en exceso, se debe recurrir a nuevos mecanismos para su manejo. Esa capacidad de procesar información es variable y personal (aunque también hay un sistema general con sus reglas), y cuando llega a su tope produce mecanismos de filtrado, de selección de lo percibido.

Justamente la denominada niebla digital se presenta cuando somos incapaces de manejanos con el exceso de información y estímulos, y quedamos atrapados en ellos con cierta mezcla de éxtasis e impotencia.

¿Cómo se pueden evitar los efectos perniciosos del uso de las nuevas tecnologías?

Algunos médicos interesados en este tema de actualidad han indicado las siestas como una manera de contrarrestar la neblina digital de la sobreinformación. Con ellas pueden paliarse algunas de las dificultades cognitivas que trae aparejada la hiperconectividad y el exceso de estimulación que esta provocaría.

También es bueno señalar que no hay *una* manera correcta de manejarse con las tecnologías, sino que hay maneras que mejoran la eficacia y otras que interfieren con ella, y eso en cierta medida depende del perfil de personalidad de la persona en cuestión. Hay quienes toleran mejor la sobreestimulación (y hasta la necesitan) y quienes prefieren ritmos y flujos más lentos.

Las consecuencias sociales de la sobreabundancia son el contacto constante con los otros, el estar en conexión por defecto, lo que a su vez nos hace pensarlos en red en nuestros accionares diarios. Saber de la saturación de información nos impulsa a emplear la capacidad de comunicación sintética (Twitter es el ejemplo paradigmático de ello) para llegarle eficazmente a los otros. Hoy, más que narrar, dirigimos a los otros hacia las fuentes originales.

Para el joven, se trata de la única cultura que conoce. Para el adulto no. Quizás por eso a los jóvenes pareciera afectarles menos la conexión. ¿Se tratará de un nuevo cableado cerebral?

El joven ha incorporado otros mecanismos de defensa: la apatía, el alejamiento, el aburrimiento. No siente la necesidad —a diferencia del adulto— de internalizar, aprender y retener todo. Por eso al adulto le duele más la infoxicación que al joven, que se ha cableado ya de esta manera, en este contexto informacional de saturación.

A estos jóvenes hay que instaurarles momentos de desconexión, serenidad, concentración y monotarea, elementos característicos de la cultura analógica, poco presentes hoy.

Los límites de nuestra inteligencia

Hace poco circulaba un chiste por Internet que mostraba a un padre y a su hijo teniendo un diálogo acerca de la escuela. El hijo le preguntaba al padre:

—Papá, ¿cómo hacían ustedes en la escuela cuando no había Internet, ni *tablets*, ni redes sociales, ni iPads, ni *mail*, ni celulares? ¿Qué usaban?

El padre se limitaba a contestar sarcásticamente: —La cabeza, hijo, eso usábamos.

Desde Platón en adelante mucha gente ha adherido a la tesis de que el uso de la tecnología genera déficits cognitivos. En otras palabras: la tecnología nos vuelve más tontos al facilitarnos la realización de ciertas tareas. Mark Bauerlein ha escrito que no deberíamos confiar en la hipertecnologizada generación de más de treinta años, y Nicholas Carr, que Google... nos estupidiza. Pero... ¿dónde comienza y dónde termina nuestra inteligencia? En apariencia se trataría de una pregunta sencilla con una respuesta también fácil de obtener. Los más dirán que el lugar donde se localiza la inteligencia es: nuestro cerebro. Otros, quizás, agreguen al cuerpo como depositario de nuestra inteligencia. Algunos, viendo moverse en una cancha a Messi, Federer o a Michael Jordan, no dudarían en hablar de una inteligencia más allá del cerebro, una inteligencia corporal como la que los grandes bailarines o acróbatas despliegan en esas *performances* inolvidables. Muchos, como prueba irrefutable de la variabilidad de las inteligencias, recordarán las inteligencias múltiples del psicólogo Howard Gardner. A pesar de todo lo anterior, la amplísima mayoría de las personas sostendrá que la inteligencia está dentro de la persona. Se trataría de una característica individual, inclusive medible a través de *tests* de inteligencia, localizable dentro de la persona. Esto pareciera ser algo casi irrefutable, aunque hace casi un siglo que algunos especialistas, entre ellos los psicólogos rusos clásicos Luria y Vygotsky, o el propio Wundt, plantearon que la inteligencia no está dentro de la persona, sino distribuida entre nuestras herramientas, nuestro ambiente, todo aquello que nos rodea, humano y no humano. La inteligencia es algo que se ejerce y no algo que se posee. No es un atributo de los individuos solamente.

Este es un enfoque que siempre ha sido minoritario, pero que en los últimos años, en función del impresionante avance de la tecnología, ha empezado a sonar con más fuerza. Entonces aparecen nuevas interrogantes: las herramientas que utilizamos y tenemos a nuestro alcance ¿generan cambios cognitivos, amplifican y/o forman parte de nuestra inteligencia? ¿Cómo lo hacen? ¿Deberíamos considerar a la tecnología que nos rodea como parte de nuestra cognición o mantenerla como algo separado, instrumental?

Son estas y otras tantas preguntas las que me vengo formulando hace ya muchos años y para las cuales he estado buscando diferentes respuestas. Lo cierto es que hoy vivimos cada vez más rodeados de tecnología, y esa tecnología nos ha acercado insumos cognitivos y acceso a redes de pensamiento que antes se encontraban inalcanzables. Ubicuamente contamos con toda una parafernalia de herramientas y dispositivos

(algunos ya vueltos casi invisibles), que nos permiten llevar a cabo múltiples tareas y realizar algunas que, de no mediar los dispositivos, sería prácticamente imposible hacerlas. Para los adultos, esto es un cambio contextual de magnitud. La cabeza era lo fundamental. Lo que estaba dentro de ella era lo que contaba, pero en un mundo de saturación de información esto cambia radicalmente. La cabeza, si bien fundamental, es un elemento más dentro de nuestro ambiente cognitivo. Con la cabeza solo no alcanza. La memoria pasa también a cumplir otro papel. Cada vez se externaliza más en dispositivos frente al flujo inagotable de información que se publica a diario.

Recientemente, la revista *Science* ha publicado un experimento de Betsy Sparrow de la Universidad de Columbia, en el que se busca demostrar que la confianza en poder encontrar un dato relaja los esfuerzos para recordarlo. El esfuerzo se ubica más en cómo recordar el dato que en el dato en sí mismo. Platón estaba en lo cierto. Saber que se tiene a mano Google relaja nuestras sinapsis.

Según Amber Case, CEO de Geolqi: «nuestras memorias se están tornando en hipervínculos hacia información activada por palabras clave y URL. Nos hemos vuelto “persistentes paleontólogos” de nuestras memorias externas, al tiempo que nuestros cerebros están almacenando las *keywords* (palabras clave) para recuperar esas memorias, sin almacenar las memorias ellos mismos».

Paul Jones, experto en medios de la Universidad de Carolina del Norte, señala que: «Reemplazar la memorización por el análisis será una de las mayores bendiciones para la sociedad desde la extensión de la alfabetización masiva en los siglos XIX y XX». ¿Están nuestros niños y sus maestros preparados para ello? ¿Y el sistema educativo? ¿Cuáles son también los alcances de nuestra inteligencia para anticiparnos a lo que viene?

Cambios en la ciencia y en las profesiones

A pesar de todos los cambios que se dan dentro del panorama cultural y tecnológico, la forma de hacer ciencia parece ser una de esas cosas inmutables. Todo el mundo espera que la ciencia avance, pero muy pocos que realmente cambie. El método científico parece venir siempre de la mano de un laboratorio con un científico despeinado y despreocupado por las cosas mundanas. Esa es una clásica imagen que suele aparecer en nuestra mente cuando pensamos en ciencia. Sin embargo, parecería que hay algunas

cuestiones en el aire ligadas a nuevos avances tecnológicos que podrían llegar a modificar esta situación tan conocida para todos nosotros. ¿Dónde radica el quid de la cuestión para un cambio de esta magnitud? ¿Cómo podría cambiar la ciencia y los científicos con los aportes del *big data* y los nuevos avances de algunas ramas de la inteligencia artificial puestas a su servicio?

La capacidad de almacenamiento, procesamiento y aprendizaje que ha alcanzado el *big data* junto con la inteligencia artificial en la actualidad permite que la enorme cantidad de datos que se acumulan día a día —estructurados en bases de datos o desperdigados en miles de documentos, tuits, páginas web, imágenes, videos— pasen a tener un enorme valor si se los sabe aprovechar y analizar de la forma adecuada y con las mentes científicas preparadas, aunque estas mentes sean sistemas computacionales (denominados *cogs*) y no necesariamente seres humanos con bata blanca. Pero... ¿qué son estos *cogs* que pueden llegar a sustituir la bata blanca?

Los *cogs* son sistemas cognitivos no humanos capaces de interactuar con otros sistemas y con personas de forma inteligente y llevar a cabo distintas tareas para las que han sido programados. Muchos de ellos, inclusive, aprenden, analizan y concluyen, tal como un científico lo hace en su laboratorio. Solo que los *cogs* no descansan, no comen y tienen una memoria un poquitito más amplia que la de un humano con bata blanca. Y aquí nos encontramos con algunas dificultades de la mente humana e incluso de algún *software*: los límites. Tal como señala el experto en *big data* Martin Hilbert¹, cada persona recibe hoy el equivalente informacional a 174 periódicos por día. Desde el 2014 hasta hoy, creamos tanta información como desde la prehistoria hasta el 2014. La pregunta existencial más importante a futuro va a ser cómo interpretamos tantos datos y, sobre todo, quiénes se apropian de los resultados de esas interpretaciones. Pero a la vez, cómo la automatización del procesamiento de datos puede conducir a cambios importantes en las distintas profesiones e inclusive en la ciencia.

¿Quién sabe leer los datos?

Watson, la estrella cognitiva de IBM y una de las posibles bases inteligentes de muchos *cogs*, es capaz de analizar la friolera de 70 000 artículos en un día, una tarea que, por ejemplo, a un médico le llevaría unos 38 años llevar a cabo.

Enfrentado al problema de diagnosticar el cáncer de piel, un *software* de inteligencia artificial diagnostica el cáncer casi con la misma precisión que dermatólogos consumados. Los diagnósticos del Sistema de Inteligencia Artificial de Stanford se compararon con los de 21 dermatólogos de la misma universidad. Los algoritmos utilizados tuvieron un 91 % de precisión en comparación con los doctores, tanto en haber sabido cuándo había cáncer y cuándo se trataba de un falso positivo. Si cambia la ciencia y el modo de hacerla, también cambian las profesiones ligadas a la ciencia. Ser médico en el futuro quizás no sea exactamente como lo es ahora. Lo mismo para otras profesiones, menos científicas pero igual de prestigiosas, como la abogacía. Ni hablar para los conductores de autos o camiones. A esta altura es claro que la automatización va más allá de los robots apilando cajas en los depósitos. No solo las profesiones denominadas de cuello azul están llamadas a cambiar, sino también las ligadas a las letras y las de los científicos de laboratorio.

Machine learning y *deep learning* son subcampos dentro de la inteligencia artificial. Se utilizan sus bases para crear algoritmos que permiten a las computadoras aprender a desarrollar tareas sin que se las entrene para ello. Las máquinas aprenden a resolver tareas de formas creativas. Con esto se está creando una nueva generación de científicos sin bata, los cuales están dispuestos a seguir aprendiendo.

Raymond Kurzweil planteaba, allá por los años noventa, que cerca del 2030 iba a ser posible escanear y descargar un cerebro en una máquina. Los *cogs*, los avances en *machine learning* y *deep learning* parecen darle la razón al creador del MIDI. Según un informe de la Universidad de Oxford de 2013, en pocos años va a ser más factible sobrevivir como vendedor que como abogado. La persuasión aún encierra sus misterios.

Cómo la tecnología está modelando nuestra forma de pensar

Por 1998, Don Tapscott habló del surgimiento de una «generación de la Red», que funcionaría cognitivamente y socialmente de una forma muy diferente a la de sus padres. Basándose en la exploración de un sitio web para jóvenes, este autor estableció una serie de diferencias que presentaban estos adolescentes con respecto a generaciones anteriores. Algunos años más tarde, Boschma & Groen (2006), de la agencia de comunicación Keesie, publicaron un estudio llamado *Generation Einstein: smart, social and superfast*.

Communicating with Young People in the 21st Century (traducción: «generación Einstein: inteligentes, sociales y superrápidos. Comunicándonos con gente joven en el siglo XXI»), en el que los autores planteaban, tras diez años de conversaciones con jóvenes nacidos posteriormente a 1988, que había surgido una nueva generación con características que los diferenciaban de sus antecesores, es decir, se trata de una generación más positiva en su forma de ver el mundo, más sociable y cooperativa que su predecesora. El estudio describe a jóvenes inteligentes con una marcada creatividad en su forma de pensar. En un libro posterior, llamado *Grown Up Digital*, Tapscott volvió sobre estas mismas cuestiones y señaló que esta generación estaría más dispuesta a las diversas acciones propuestas por las pantallas digitales que a la pasividad ofrecida por la televisión. De hecho, mirar la televisión es una de las actividades que se ha visto más perjudicada por el avance de la digitalidad, y esto se ha validado por infinidad de observaciones, incluidas las evaluativas del Plan Ceibal (el OLPC² uruguayo) y la investigación en Iberoamérica de Fundación Telefónica, que señala que el 63 % de los jóvenes entre 10 y 18 años prefiere Internet a la televisión.

Pero entonces... ¿nos encontramos frente a un nuevo tipo de joven que está surgiendo de los nuevos contextos familiares, sociales, pero sobre todo de los entornos saturados de tecnología, imágenes e información? Mi respuesta a tal pregunta es afirmativa. Sabemos ya desde hace tiempo que el cerebro humano responde con exquisita plasticidad al contexto al que está expuesto, modificando su organización y funcionamiento para poder asimilar los estímulos que le son presentados. La mente humana es siempre un producto sociohistórico. Por tanto, es esperable que, frente a un cambio contextual como el que se ha dado en las últimas décadas, aparezcan diferencias en las formas cognitivas, emocionales y vinculares de manejarse de los más jóvenes.

Una de nuestras tesis centrales, que acompaña nuestro trabajo de los últimos diez años, es que nos encontramos en una nueva matriz cultural, en la cual los elementos tecnológicos hoy disponibles —Internet y todos sus componentes con los que interactuamos: los *chats*, las páginas web, el *mail*, los blogs, los fotologs, los videojuegos, las *wikis*, las redes sociales y hasta el *microblogging* de Twitter— están dejando su impronta en la mente humana. Interactuar en redes y estar en contacto con gente de cualquier parte del planeta nos cambia nuestra forma de situarnos en el mundo. Pensar en términos de seguidores y aceptación social modifica nuestras interacciones cotidianas. Manejarnos con fotos, emoticones y memes amplía nuestros lenguajes para

comunicar estados emocionales y pensamientos. Si además tomamos en cuenta el viraje que ha tomado la Web hacia lo denominado 2.0 y los cambios aparejados en las posibilidades de participación, expresión y de compartir (caso de las redes sociales), es mucho más notorio aún este impacto en nuestra sociedad y particularmente en los jóvenes.

Las sociedades van moldeando sus herramientas y son moldeadas a su vez por las tecnologías en una espiral que se retroalimenta permanentemente. Inclusive por momentos es difícil recordar cómo era el mundo antes de Google (apenas algo más de diez años atrás) y otras cuestiones tecnológicas hoy tan diseminadas y vueltas imprescindibles. Para los denominados «nativos digitales», aquellos que han nacido ya con la cultura digital instalada, esos cambios son más importantes aún, ya que es la única matriz cultural a la que han estado expuestos.

La nueva matriz cultural en la que nos hallamos, inundada de tecnología, nos moldea a trabajar en la multitarea, a fragmentar cada vez más la atención, a manejarnos cada vez a mayores velocidades. La ubicuidad es una de las bondades de Internet; se puede estar aquí y allá al mismo tiempo y en conexión casi perpetua, tanto con los amigos y los conocidos, como con los clientes. Todos los dispositivos móviles nos conceden libertad de movimiento a cambio de estar siempre disponibles para los otros. Las redes sociales como Facebook y Twitter nos acompañan a todos lados y con ellas vienen nuestros contactos, sus vidas y sus intimidades, hoy abiertas al mundo, en exposición permanente. La conexión agota, pero la desconexión trae consigo el riesgo de la invisibilidad. Porque también la tecnología está moldeando los conceptos de presencia, intimidad, amistad y, más aún, el de la identidad.

Software superior domina mente superior

Jaron Lanier, un autor muy identificado con la cultura digital, plantea que los objetos tecnológicos que tenemos a nuestro alcance son esenciales a la hora de marcar nuestra visión del mundo.

En su opinión, los dispositivos abren y a la vez cierran nuestras perspectivas sobre lo que nos rodea. Son la prolongación de los sentidos y el anclaje —o la limitante— de nuestra forma de actuar en el mundo.

Los *smartphones*, las *tablets* y, especialmente, las *apps* pautan nuestros particulares modos de abordar los diferentes temas. Nos delimitan en la pantalla lo que es posible de realizar de lo que no lo es. Cada aplicación nos hace ver el mundo de formas diferentes y adecuar nuestro universo personal a las propiedades de ese sistema estándar, dado que todo *software* es, por defecto, acotado en sus posibilidades. «Dime qué *software* usas y te diré cómo ves y actúas en el mundo». Podríamos decir con bastante sentido que esta es la resultante de este razonamiento. Por eso, Lanier es un fuerte activista que busca que las personas retomen el dominio y que los sistemas se adapten a los humanos, y no que suceda a la inversa.

Solemos identificar libertad con contar con una mayor cantidad de opciones. Esto especialmente sucede cuando nos referimos a las opciones brindadas por la tecnología. Pero mayor número de posibilidades no necesariamente es sinónimo de libertad. Nada más sencillo para darse cuenta de esa diferencia que cuando llamamos por teléfono a una compañía para reclamar por un servicio fallido, donde las opciones que nos indica la grabación de voz en ningún caso coinciden con nuestra necesidad concreta y terminamos por elegir ser atendidos por la operadora. El anclaje del sistema grabado acota nuestra opción. El menú que se nos ofrece nos limita en nuestra forma de ver el mundo. Se achican nuestras opciones y el menú hasta puede llegar a reemplazar las necesidades originales que teníamos por algunas nuevas, que terminan por descentrarnos de nuestro verdadero deseo. Es algo similar a lo que nos ocurre al entrar a un supermercado sin haber sido lo suficientemente precavidos. Olvidados de una lista de las cosas que verdaderamente necesitamos, el supermercado nos marea. Las opciones en las góndolas, la ubicación espacial de los productos, los carteles de oferta, el propio recorrido que se nos invita a hacer nos conducen a tomar decisiones que no habíamos pensado a priori. Eso no es del todo malo en sí mismo, salvo si no somos conscientes de que eso está sucediendo y creemos que somos libres, tanto cuando vemos un video tras otro en las redes sociales o vamos al siguiente menú de un sistema, como cuando introducimos algo en el carrito de compra real o virtual.

Al final, solo se trata de azúcar

Se ha comprobado que en la actualidad una persona promedio chequea su *smartphone*

unas 150 veces al día. Generalmente piensa que esa decisión es consciente. Nos gusta pensarnos como seres racionales y autónomos en nuestras decisiones. La persona cree que lo hace porque espera recibir algo importante, pero quizás esa conducta no sea tan libre y relevante como le gusta pensar.

Lo que verdaderamente esperamos de nuestro *smartphone* no es nada más ni nada menos que simples gratificaciones. Como si fueran caramelos o chocolates. Algo bastante alejado de lo racional, ¿no? Y, precisamente, eso es lo que los celulares nos brindan, de forma intermitente, y además de forma aleatoria, tal como le encanta a nuestro cerebro. A veces hay algo nuevo, otras tantas no, pero no sabemos a priori qué es lo que vendrá.

Eso es precisamente lo que nos sucede con nuestros dispositivos inteligentes, tal como señala Tristan Harris. Este analista compara cada acción que llevamos a cabo con el celular con una suerte de juego con *slot machines* o tragamonedas. Buscamos las notificaciones al sacar nuestro celular del bolsillo. Caramelos. Refrescamos el *mail* para ver si algo nuevo e interesante aparece. Más dulce. Hacemos *scroll* en Instagram para ver qué foto vendrá ahora, o en Tinder para averiguar si coincidimos en gusto con alguien. Azúcar, azúcar y más azúcar.

Las compañías de *software* explotan este principio básico. Nos brindan razones racionales para justificar nuestro comportamiento, más cercano al de un adicto a los *slot machines* que a una racionalidad hiperproductiva. El *software* no solo busca que sigamos tirando de la manija, sino que no abandonemos el sistema. Son plataformas que hacen exactamente lo contrario que Google. Mientras el gigante de las búsquedas basa su éxito en expulsarnos rápidamente de su página de inicio hacia las distintas opciones, e incluso nos recuerda en cuántos milisegundos logra darnos lo que necesitamos y dirigirnos hacia afuera, los dispositivos tienen una dirección absolutamente contraria. Son centrípetos, nos ofrecen una y otra vez gratificaciones que retrasan nuestra partida, nos ofrecen siempre algo más para ver. Dulce. Inclusive ahora ni siquiera debemos activar el visionado, este aparece solo y ejerce ese efecto imán que nos atrapa y nos deja embobados frente a las pantallas. El *autoplay* —característica que permite ejecutar automáticamente un archivo—, que compañías como YouTube o Netflix han incorporado, nos ahorra tomar la decisión de apretar *play* nuevamente. Por defecto, seguimos conectados. El flujo permanece. No hay decisiones conscientes. Buena parte del tráfico de estos sitios se genera por esta función de *autoplay* que nos evita la

desagradable tarea de tomar decisiones.

Good-gle old times

La misión de Google es organizar la información del mundo, haciéndola útil y accesible universalmente.

Sergey Brin

Usted que vive por acá, rápido, sin pensar demasiado, dígame... ¿cuánto hace que no pisa una biblioteca? ¿Cuánto? ¿Ya ni se acuerda, verdad? ¿Y cuándo fue la última vez que habló con un bibliotecario para hacerle una consulta? ¿Fue acaso porque no encontró en la base de datos lo que buscaba que tuvo que preguntar a una persona en lugar de a una interfaz?

¿Tendrá Google algo que ver con toda esta situación? El sitio oficial de Google anuncia que su índice contiene más de 100 millones de *gigabytes* y que se han necesitado más de un millón de horas de computación para crear ese gigantesco índice. Pero allí no termina el alcance del buscador patentado en enero de 1999 por los estudiantes Larry Page y Sergey Brin en la Universidad de Stanford. Para Google ya no se trata solamente de mejorar la familia de algoritmos (algunos conocidos y otros no) que ordenan los materiales que aparecen en la Red, sino de algo infinitamente más grande. La ambición de Google es pasar de ser un motor de información a convertirse en un motor de conocimiento, tal como anunciara Johana Wright de Google al referirse al *knowledge graph* o el denominado gráfico de conocimiento, un proyecto en el cual el buscador está trabajando hace ya tiempo. La idea es desarrollar la denominada Web semántica y conectar toda la información de una manera más ligada al lenguaje natural. Trabaja en eso hasta convertirse en aquello a lo que Google aspira ser: «tu mejor amigo que interpreta tus deseos, incluso antes de que estos sean enunciados». Un «*cybernetic friend*» en palabras de Raymond Kurzweil, ingeniero de dilatada trayectoria al frente de este nuevo proyecto.

Hasta ahora Google se ha manejado con criterios referidos al universo del texto escrito: palabras clave, autores, textos, etc. Sus desarrollos actuales parecieran apuntar en

una dirección un tanto diferente. La idea central es poner en juego criterios conversacionales, mucho más ligados con la oralidad que con la escritura propiamente dicha. Google quiere que no solo se busque como hasta ahora, sino básicamente que se le formule preguntas. Antes de las computadoras, se le preguntaba a la bibliotecaria... en la biblioteca. Hoy, sin salir de casa, o en cualquier lado, se introducen palabras claves en la pantalla y se espera que el algoritmo devuelva un listado de páginas, sitios, artículos, libros, autores relacionados con nuestras palabras escogidas. La idea central del nuevo proyecto de Google es transformarse en algo más cercano a un oráculo. Se busca que, más que utilizar palabras clave en las búsquedas, se formulen preguntas y se obtengan respuestas... inteligentes. La dirección de Google apunta a la oralización de la Web, a realmente poder hablar de una inteligencia colectiva viva y de un amigo cibernético capaz de entender qué nos estamos preguntando y a partir de ahí obtener los resultados esperados.

Memoria

Queremos que Google sea el otro tercio de tu cerebro.

Sergey Brin

La investigadora Betsy Sparrow y su equipo (2011) estudiaron los efectos de Google en la memoria. Estos autores recogieron el concepto de *memoria transactiva* de Wegner (1985) para aplicarlo también al ámbito de Internet y más específicamente al de Google. El equipo de la Universidad de Columbia observó en su investigación que, cuando los participantes no sabían las respuestas a las preguntas que se les formulaban, automáticamente pensaban en la computadora como el lugar para encontrar esa información. Hemisferio izquierdo, derecho y buscador: tres tercios que forman un conjunto a la hora de acceder a información. Google quiere asociarse mentalmente con la gente. Busca que la dupla Google-usuario sea suficiente para llevar a cabo cualquier búsqueda, no importa el tema. Cuando Google logre oralizarse completamente, la tendencia será dirigirse al buscador para preguntarle todo aquello que nos interpela. Posiblemente no habrá que teclear nada, Google estará escuchando atentamente e

indicará las respuestas adecuadas aun antes de que las formulemos. Un ejemplo futurista e imaginativo:

Usuario: —¿Debo dejarla o seguir con ella?

Google: —Shhh, está navegando cerca y te puede oír. Después lo hablamos.

Las respuestas estarán allí cada vez más fragmentadas y desligadas del contexto. El autor, esa figura nacida según Saenger (1997) entre los siglos XVII y XIX, no ocupa en Google un papel protagónico. El contenido se ha separado de su gestor. La figura del autor como alguien importante con relación a la letra escrita y sus derechos sobre ella parece cada vez más parte del pasado. Aquel autor, que dejó de ser un intermediario de la divinidad para ir convirtiéndose poco a poco en un respetado poseedor de derechos de autor, paulatinamente se va retrayendo. Google reina y el autor añora los viejos buenos tiempos. Como dice Sergey Brin: «Algunos piensan que Google es Dios, otros piensan que es Satán, pero recuerden, pueden ir a Google y buscar otra página similar».

El ADD, la cultura y los cambios en la comunicación y la literatura

Hace ya unos años escribía en un artículo llamado «El *chat* y el Messenger: instrumentos de entrenamiento en comunicación para tiempos de incertidumbre y baja atención» que la actividad en el *chat* y en el MSN introducían nuevas modalidades comunicativas. En un tiempo de incertidumbre y de enormes dificultades para captar la atención, también me refería al ADD³ como una forma de lidiar con nuestra cultura hipertecnologizada. Pareciera que nos encontramos frente a un nuevo modo de conocer y atender las cosas que nos rodean, que va ganando cada vez más terreno en estos tiempos culturales en los que estamos inmersos. El tema es que, además, esa modalidad atencional se medicaliza. Se torna entonces patológica, trayendo consigo otras consecuencias sociales y también educativas.

Podríamos pensar al ADD no solo como un síndrome, sino como algo más sintomático de nuestra era. Hablamos de una suerte de nueva forma de estar y aprehender el mundo que nos rodea. El ADD sería así el paradigma de un nuevo tipo de abordaje cognitivo. Fragmentada, dispersa, así aparece una de las funciones psicológicas superiores más importantes: la atención. Hablar de ADD en nuestra cultura es hablar desde un paradigma que es el de la concentración. Esta fue clave durante buena parte del

siglo XX, pero quizás ya no lo es tanto. EL ADD como síndrome divide las aguas entre aquellos que pueden «prestar atención» y aquellos que no lo logran. Y en medio de ello está nada más y nada menos que el aula. Cuando hablamos de *déficit* estamos pensando en una suerte de discapacidad que puede tener orígenes neuropsicológicos u otra etiología, frecuentemente emocional, pero que está pensado, como su nombre lo indica, desde la psicopatología y el déficit. La cuestión es que la nueva matriz cultural en la que estamos insertos nos muestra otras realidades. El hecho de estar en Red, de vivir en Red, de participar del mundo multimedia determina las formas de estar en el mundo, que son claramente diferentes a las de hace algunas décadas atrás.

La etiqueta ADD, junto con la estadística actual, señala que el síndrome ADD hoy es considerado patológico. Entra dentro de cierta categoría de anormalidad, algo que entendemos cambiará de aquí a algunos años. Lo que hoy es considerado una patología, un síndrome aglutinante de síntomas, podría ser la norma en el futuro, el parámetro de normalidad para funcionar en un mundo que ha virado de la concentración a la atención fragmentada en la multitarea. Es decir, ha mutado de la concentración propia de la lectura concentrada a la multitarea característica de los entornos digitales. Todo esto planteado sin juicios ni valoración.

En ambas modalidades atencionales se ganan y se pierden cosas. De allí partimos como premisa de trabajo, en el entendido de la relatividad de las categorizaciones y de lo cambiante de los conceptos de normalidad y salud a través de los distintos momentos histórico-culturales.

Las novelas también serán más cortas

Mi novela *Sin rastros* fue mi primera incursión en la ficción, un género poco transitado en el Uruguay, según me comenta la gente ligada al mundo editorial. Se trata de una *nouvelle*, breve, sintética, dicen que atrapante, o como me dijo un periodista: una «novela siglo XXI». Las historias tienden hoy, al igual que la atención, a ser más cortas. Es parte de la nueva matriz cultural. No se puede chatear como si se escribiera una carta romántica del siglo XIX. Tampoco se puede enviar un WhatsApp con ese tipo de narrativa. Cuando a alguien le ofrecen ver un video de más de diez minutos de duración, enseguida aparece la duda de si vale la pena invertir ese tiempo atencional. Las

herramientas culturales que tenemos a mano nos empujan a la síntesis. Hay que ser breve y eficaz en la comunicación. A nadie le sobra la atención como para regalarla así nomás. Pero eso no es todo. Leo en una nota de prensa que «las historias van a dejar de ser lineales, estáticas y definitivas con “the TREEbook”». ¿De qué se trata esto? Una novedad para el lector que no solamente lee el libro, sino que también es leído por el dispositivo. ¡Ahora los libros también leen a sus lectores! La tecnología desarrollada por Medallion Press le permite interpretar los hábitos, conductas, tipo de lectura que lleva a cabo el lector. De este modo el libro se adapta al usuario y sus características (tiempo de lectura, horas del día, promedio de avance, etc.). ¿Podemos decir que eso es lectura tradicional? Mmmm. Pero además, por si fuera poco, el propio libro va cambiando según el impacto que tenga en el lector, por lo que un mismo libro podrá tener varios finales. En síntesis, diríamos que es una novela del tipo que, hasta un ADD, seguiría leyendo.

Escritura en 140 caracteres

Twitter es la estrella del *microblogging*, el blogueo sintético, el lugar donde las cosas aparecen antes que en ningún otro lado. Esta red, que hoy horada las bases del periodismo, se gestó en torno a responder una pregunta muy básica y en apariencia muy tonta: «¿Qué estás haciendo?». Era una pregunta en los comienzos desconcertante, pero sin embargo los usuarios comenzaron a darle forma. La gente allí comenzó a comentar sobre su vida, su trabajo, sus actividades, a compartir noticias y a filosofar. Hace unos años una periodista de un semanario me preguntaba qué era Twitter y yo le respondía que era un posible dolor de cabeza para el periodismo. Quizás también sea un dolor de cabeza para la educación y para la medicina, que de tiempo en tiempo se olvidan de que no hay nada más cambiante que el ser humano. No hay nada «natural» en el humano, somos cultura, y si la cultura lleva a la síntesis y a la velocidad, hacia ahí irá nuestra cognición y nuestro cerebro. Para bien y para mal. Podríamos llamarlo ADD, pero de nuevo, no es un tema de juzgar, sino de entender. Según el blog oficial de Twitter: «Para poner en perspectiva qué significa Twitter, cada día el mundo escribe el equivalente a 10 millones de páginas de libros o 8163 copias del libro *Guerra y Paz*, de Tolstoi. Leer esta cantidad de texto llevaría más de 31 años y apilar todas estas copias de *Guerra y Paz* alcanzaría una altura alrededor de los 450 metros, casi lo mismo que mide la torre

Taiwan Taipei 101, el segundo edificio más alto del mundo». Quizás, por todo esto, solo los ADD puedan sobrevivir en un mundo saturado de información.

Una segunda oralidad en Babel... ahora escrita

En los cierres de calendario solemos ver los aciertos, los errores, anotamos los pendientes y, entre tantas otras cosas, evaluamos las pérdidas y ganancias en diversas áreas. Una de las preguntas casi siempre presentes en mis charlas con relación a las nuevas tecnologías es justamente acerca de sus posibles ganancias y pérdidas. La gente se cuestiona si estas nos acercan o nos alejan, si humanizan o si sucede todo lo contrario, si nos ayudan a saber más o si nos desinforman. En definitiva: todos nos preguntamos si ganamos o perdemos con su uso diario. Pensemos sin maniqueísmos acerca de algunas de estas cuestiones con base en algunos datos de los que disponemos... casualmente gracias a ellas. Comencemos por decir que a julio de 2011, existían más de 200 millones de usuarios de Twitter produciendo 200 millones de tuits cada día en 7 idiomas. ¿Es esto una ganancia o una pérdida?

Si lo pensamos en términos de producción de conocimiento, pareciera ser una enorme ganancia. Sin embargo, para muchos, vivir en un mundo saturado de información (de todo tipo) resulta una enorme pérdida de tiempo, ya que al ser encuestados, el 54 % de los usuarios de Twitter señala que tuitean cuestiones de humor o simples observaciones u ocurrencias filosóficas acerca de la vida. Mucho ruido y pocas nueces, sobre todo para aquellos que no han elegido bien a quién seguir y en su línea de tiempo aparece todo, sin filtros. Twitter les ha dado voz a muchos grupos y personas, casi sin presencia en la cotidianidad o en los propios medios. ¿Es eso una ganancia? Lo que sí es claro es que esto genera una saturación de información que resulta, a su vez, en una pérdida de referencias claras. La verdad y la certeza se escabullen entre el mar de opiniones que se vierten en las redes sociales y en los blogs. ¿Dónde ha quedado la verdad? Se han perdido las referencias universales, la voz única de la verdad emanada del sacrosanto libro que reinara durante varios siglos. Pero... ¿es esto una pérdida? Y... una vez más depende de la óptica con que lo veamos.

Para muchos autores nos encontramos transitando una etapa cultural denominada *segunda oralidad*. Si bien hay mucho escrito en la Web, las características de esos

materiales se corresponden más con la oralidad que con los códigos escritos. Los jóvenes cuando escriben les *hablan* a los otros haciendo uso del código escrito. Twitter es una conversación permanente, pública y retransmisible. ¿Cómo manejarse exitosamente en ese mar de datos y conversaciones permanentes? Poder «curar» (un nuevo verbo propio de la era digital) lo que de allí surge es crucial. La posibilidad de usar *hashtags* (palabras claves precedidas por el signo #) permite que puedan seguirse conversaciones en tiempo real sobre diferentes tópicos. Se puede participar de seminarios, foros, congresos y estar actualizado de todo tipo de noticias relacionadas con el foco de nuestro interés. Las etiquetas o *hashtags* ayudan (y mucho) a *curar* o filtrar los contenidos que no son un libro, sino una multiplicidad de conversaciones que se están dando en tiempo real aquí y allá, en todas partes del mundo. Las redes sociales han reconstruido una nueva torre de Babel y en el universo de los *bytes* las personas discuten, publican, intercambian, critican, hablan y hablan en forma ininterrumpida, en diferentes idiomas, pero sin generar el colapso de la torre. El mundo en el que estamos es un universo infinito de conversaciones que nunca acaban, de las cuales es difícil desprenderse, pero también de las cuales no es bueno quedar ajenos, si uno quiere sentir el «latido del mundo».

La Historia de la Comunicación parecería estar delimitando tres épocas bien marcadas: una *primera oralidad*, que va desde la aparición del lenguaje hasta la invención de la imprenta. Luego, el denominado *paréntesis de Gutenberg* (desde la aparición de la imprenta hasta las últimas dos décadas del siglo pasado), donde muchos de nosotros crecimos y nos formamos. Por último, la época actual, que estaría configurando una *segunda oralidad*. Las tecnologías tienen mucho que ver en la aparición de esta tercera etapa pos-Gutenberg, ya que permiten generar todas estas conversaciones a través de sus distintas plataformas y dispositivos y hacerlas públicas, ya no en la proximidad geográfica, sino en la proximidad de la conexión. Esta segunda oralidad se apoya en la lectoescritura, tiene un pie sobre ella, pero reaviva la oralidad como forma fundamental de estar en el mundo.

Al llegar a fin de año, pensemos también si las ganancias que nos pueden ofrecer la conexión y esas conversaciones compensan las posibles pérdidas. Estar en Babel resulta tan seductor que muchas veces desatendemos a aquellos que tenemos cerca. La televisión supo ser, en las décadas de los sesenta o setenta, el fuego sagrado, reuniendo a la familia en torno a ella. Hoy lo que tenemos son varios fuegos individuales donde cada uno está conectado calentándose al calor de cada pequeña fogata metafórica. Todos

presentes, pero no necesariamente estableciendo vínculo o comunicación entre los que están ahí. Por eso, a la hora de evaluar las pérdidas y ganancias de estar comunicado con cientos o miles de personas en el mundo, no nos olvidemos de conectarnos con nosotros mismos y, por sobre todas las cosas, con aquellos que están a nuestro lado.

La estructuración del tiempo y el espacio

Hay un tiempo para pescar y un tiempo para dejar secar las redes.

Ernest Hemingway

¿Es una locura decir que el tiempo y el espacio eran diferentes hace unos años atrás? Comencemos nuestro análisis de ese esclavo del reloj llamado tiempo. El tiempo en el pasado parecía estructurarse de una manera más clara de lo que lo hace en la actualidad. Algo pasaba antes y algo después. Las causas antecedían a los hechos y estos generaban consecuencias. Se trataba de una lógica lineal, como esos trazos sobre el pizarrón que, de izquierda a derecha, ordenaban causas y consecuencias de la Revolución francesa, la industrial o la artiguista. De esa forma, todo era más sencillo de ser comprendido, al menos en apariencia. Una línea de tiempo era suficiente para explicar los acontecimientos más importantes de la historia universal.

En esa línea temporal del pasado reciente, las veinticuatro horas del día tenían también sus divisiones ordenables en el trazo. Cada jornada se dividía en espacios dedicados a lo laboral o al estudio, y otros espacios donde se priorizaba lo familiar o el esparcimiento. La vida, en toda su extensión —menor también en aquellos años—, se segmentaba en un tiempo de estudio-formación y otro posterior de puesta en práctica de lo aprendido, para llegar finalmente a uno de retiro. No se escuchaba hablar de *lifelong learning* (aprendizaje durante toda la vida) ni nada parecido. Lo laboral, lo lúdico y lo social estaban delimitados. Había un tiempo para trabajar y otro para divertirse y socializar. Un tiempo para estudiar y otro para trabajar; uno de pesca y otro de descanso, al decir de Hemingway.

Sin embargo, la llegada de Internet vino a transformar todo eso. El pizarrón y su línea horizontal dejaron de ser una forma eficaz de graficar muchas cuestiones de la vida

personal cotidiana o de la historia universal. La caja de acontecimientos —ahora digitalizada— se mezcló y dentro de ella los juegos comenzaron a alternar con las búsquedas, la socialización y el trabajo. Cuando las redes sociales hicieron eclosión, este proceso se profundizó aún más. La gente hoy socializa al tiempo que trabaja, chatea con su familia en medio de una reunión de trabajo y revisa los *mails* de trabajo mientras almuerza con un amigo o un familiar. Todo mezclado y en forma simultánea o alternante.

El tiempo de socializar no necesariamente coincide con el de salida del espacio de la casa. Hoy se socializa desde los hogares, desde las propias habitaciones con la puerta cerrada. Las redes mantienen en contacto a los amigos a pesar de las distancias. El tiempo de estudio tampoco requiere de salidas ni de visitas a bibliotecas. Se estudia en la computadora, en conexión con los compañeros de clase y con Google como el otro compañero siempre presente, en el cual se delegan la mayoría de las respuestas a las preguntas adolescentes.

De nuevo, la línea no parece servir para graficar esta situación. Múltiples espacios y tareas confluyen en un mismo tiempo y en un mismo lugar, que es el de un objeto, un pequeño aparato que ha dado el golpe mortal a la separación de espacios y tareas: el celular. Este se ha convertido en el control remoto de los lugares: los transforma y los hace irreconocibles. Solo la pantalla es capaz de determinar qué tipo de actividad es la que se está llevando a cabo. Una persona puede estar físicamente en el trabajo, pero socializando en Facebook, flirteando en Tinder o jugando al Candy Crush. *Dónde estemos* resulta menos relevante que saber *dónde estamos conectados*. Tal es el cambio de hábitos que hasta el humo del cigarro posterior al amor ha sido cambiado por revisar el celular.

Otras consecuencias posibles de estos cambios

La memoria suele estar atada a lugares. Nuestros recuerdos suelen asociarse a momentos ligados a espacios físicos. Tanto los momentos claves de nuestras vidas como de nuestras épocas están relacionados con lugares concretos donde recibimos tal o cual noticia o vivimos tal o cual evento.

Buena parte de nuestros recuerdos se encuentran asociados al lugar en donde nos

encontrábamos al momento de ser impactados por algo que salía de lo habitual.

Acontecimientos impactantes necesariamente conducen al lugar donde la noticia hace cuerpo. Hasta hace no mucho, estábamos acostumbrados a que tiempo y espacio fueran dos categorías indisociables. Aquel acontecimiento ubicable en el tiempo se relacionaba con un espacio físico que le daba sustento.

La pregunta es: ¿Qué pasará con nuestra memoria cuando pasemos casi todo nuestro tiempo en esos no-lugares que se superponen con los espacios físicos? ¿Cómo hará la memoria para conectar hechos con lugares cuando podemos estar físicamente en un lugar pero psicológicamente en otro?

Si siempre estamos en no-lugares, o en redes devenidas lugares como Facebook o Twitter, ¿cómo haremos para recordar de esa forma? ¿Qué efectos tendrá en nuestra estructuración de la memoria, del espacio, del recuerdo, de la distancia, etc.? ¿Cómo recordaremos aquel día en que pasó aquello tan importante para nuestras vidas? ¿Nos acordaremos que estábamos en el trabajo, en el fondo de casa o simplemente pidiendo vidas en el Candy Crush?

1. Lo conocen en la academia de las TIC por haber creado el primer estudio que estimó cuánta información hay en el mundo.

2. Programa OLPC, por sus siglas en inglés *One Laptop per Child*.

3. Sigla que corresponde a *Attention Deficit Disorder* o síndrome de déficit atencional, según el Manual de Psiquiatría DSM-IV (APA, 1994).

CAPÍTULO III

Vivir en todos lados: cómo la tecnología amplía el alcance de nuestro cuerpo

Aquí, allá y en ningún lado

Las tecnologías hoy nos permiten el lujo de estar en un lugar al mismo tiempo que asistimos a lo que ocurre en otro lado. A veces, inclusive, se trata de lugares muy lejanos, geográficamente hablando. La multipresencia, uno de los elementos salientes de la nueva matriz cultural en la que nos hallamos, comenzó a gestarse con fuerza a partir de tecnologías anteriores a las de esta era digital, como por ejemplo el telégrafo, el teléfono y la televisión. La realidad desde hace ya muchos años ha dejado de estar exclusivamente definida por el espacio que nos rodea y las tecnologías «tele» han abierto la posibilidad de existencia simultánea en varias realidades distintas. Esto ha sido llevado al extremo en los entornos de realidad virtual, como fue el caso de Second Life. En el último tiempo, la realidad aumentada ha ido creciendo. Mediante el uso de lentes, que generan inmersión en la escena, uno siente casi que lo virtual «está ahí», palpable. Incluso en el día a día, en los propios entornos de Windows que acostumbramos visitar, nos manejamos en una alternancia de lugares entre trabajo, juego, información, chateo, educación, socialización, con «múltiples ventanas» abiertas al mismo tiempo. Los nuevos exploradores de Internet han ido paulatinamente incorporando «pestañas» que facilitan la multipresencia en diferentes páginas y, por ende, la multitarea.

Pero esto no solo sucede en las pantallas. Cuando nos trasladamos, por ejemplo, en un transporte colectivo (ya sea ómnibus, subte, tren, avión), muchas veces estamos sentados al lado de alguien que, o bien habla por su celular e introduce a alguien más a través de su voz en nuestro espacio físico (generando cierta molestia), o envía mensajes o *mails* a través de su móvil, «borrando» la presencia del otro cercano. Si bien el pasajero está ahí

sentado, se «traslada» —muchas veces con una sonrisa cómplice en su rostro— a ese otro espacio donde sucede la comunicación.

A pesar de vivir cada vez con más frecuencia estas situaciones, en nuestros fueros íntimos aún tendemos a equiparar (¿equivocadamente?) realidad con materialidad o presencia física. Vivimos en una cultura donde realidades en espacios físicos materiales coexisten con realidades digitales, existentes solo en pantalla pero que tienen profundos y duraderos efectos en la vida real. De hecho, los niños de hoy, «nativos» de esta era digital, inmigrantes de la vida analógica, viven sus «vidasconect@das» mediante los videojuegos y las redes sociales. A través de estas, y con sus celulares, se comunican con sus mensajes, fotos, filtros, videos y música.

El teléfono como inicio de la multipresencia

El teléfono fue un invento que no solo permitió la comunicación a distancia, sino que también en parte afectó las formas de vincularse. Muchas personas se contentan hoy con hablarse por teléfono, de vez en cuando, sin verse, aunque, como plantea Pierre Levy (1995), quienes más usan el teléfono son quienes más gente conocen. La «virtualidad» de ese encuentro puede ser pensada recién hoy a la luz de la nueva comunicación digital, analizando las características de la comunicación por *mail*, *chat* o WhatsApp.

Para los adultos, el teléfono no es considerado una tecnología «virtual», sino una forma válida de continuar y ampliar los vínculos cara a cara, como forma complementaria de contactarse con familiares, amigos y conocidos. Sin embargo, no se aplica ese mismo criterio (desde el mundo de los adultos) al referirse a los nuevos modos de comunicación juveniles. Virtual es muchas veces, para el adulto, sinónimo de falso, no genuino.

La amplia mayoría de los estudios sociales corroboran la hipótesis de la sociabilidad ampliada a través de la Red. Aquellos jóvenes que hoy no utilizan las redes sociales tienen un mayor riesgo de presentar dificultades en la socialización, que en buena medida se desarrolla a través de la Red.

Para los jóvenes, tecnologías como el teléfono han sido elementos trascendentales en las últimas décadas, dadas sus capacidades de mantener en conexión y agrupados a los pares. Hoy, el teléfono, como dispositivo que permite comunicarse de manera oral

específicamente, ha quedado en un segundo plano, aunque muchas veces se utiliza esta característica para corregir malentendidos generados en la comunicación escrita (algo muy común). Las necesidades gregarias de los jóvenes han migrado a las redes sociales (inicialmente Facebook, hoy Instagram, Snapchat), que permiten la comunicación de muchos a muchos. En este mundo de redes, los jóvenes se encuentran conectados por defecto. Están aquí, allá y a veces parecen ausentes, lo que irrita sobremanera a los adultos que reclaman su presencia y atención.

La tecnología provee a los jóvenes de un «escape» de lo material y, por ende, del código del mundo adulto. Encontrarse físicamente en un mismo lugar material no es hoy garantía de cercanía, emocionalmente hablando; sucede en el transporte colectivo, pero también en el ámbito de la familia. Los jóvenes pueden estar en diferentes lugares, pero manteniendo contacto con sus pares emocionales en cualquier otro espacio. Los jóvenes fluyen por los distintos ámbitos en los que participan, estando y a la vez no estando en los lugares. Los adolescentes no tienen como único refugio la fantasía, sino también el espacio social de las redes.

De conexiones, hipercuerpos e hipocuerpos

El entramado cuerpo-cultura-tecnología, en diálogo abierto y permanente, ha generado en estas últimas décadas una vivencia nueva que hemos denominado ya hace años *hipocuerpo*. A partir del siglo XX, la tecnología ha puesto al alcance de cualquier persona el recurso de ampliar el alcance del cuerpo. Este se ve extendido en sus facultades, ampliado imaginariamente, pero solo a costa de generar como contrapartida una sensación limitante frente a la ausencia de tecnología. La tecnología nos da más alcance, pero cuando no la tenemos nos sentimos más pequeños. Vivimos conectados a las máquinas. La desconexión de ellas genera la sensación que denominamos hipocuerpo.

En el año 2002, en un artículo llamado «El hipocuerpo, una vivencia que la virtualidad aún no puede eludir», planteábamos un nuevo concepto relacionado con el devenir del cuerpo extendido en sus posibilidades por la tecnología actual. Hemos propuesto la noción de hipocuerpo como una vivencia actual, generada en y por los nuevos contextos socioculturales, que están, a su vez, sujetos fuertemente a lo tecnológico.

Retomábamos la idea central en el año 2012, en una charla TEDx Montevideo llamada

«Amo mi celular», donde recogíamos la importancia que ha tomado el teléfono en nuestras vidas, que pasó de ser un objeto a utilizar en algunos momentos puntuales y completamente separado de nuestra materialidad como humanos, a ser un elemento casi imprescindible en el día a día, que casi forma parte de nuestro cuerpo, al punto de a veces sentirlo vibrar como si fuera parte de nuestro propio ser.

Cuerpo multipresente y ampliado

Las nuevas tecnologías proveen a las personas de nuevas herramientas que inducen a la multipresencia y a la descorporeización, en definitiva: a la posesión de un nuevo cuerpo ampliado capaz de trascender los límites del «cuerpo al natural». El «volver al cuerpo», tras la desconexión, es sentido por muchas personas como una limitación a sus posibilidades de multipresencia a través de las redes. Es una vivencia de limitación, tal como sucede cuando se cae la conexión a Internet. La desconexión nos hace sentir limitados, más pequeños en nuestras potencialidades.

Este volver a sentir solo nuestro cuerpo trae consigo un sabor amargo. Nos produce irritación, frustración ante la imposibilidad de permanecer en ese estado de olvido del cuerpo que nos proponen las redes y que resulta tan gratificante como adictivo. Porque en ese estado mental nuestro cerebro deambula sin esforzarse por pensar en profundidad. La atención flota y se traslada de una página a otra sin esfuerzo, y nuestro cuerpo queda a un lado, navegando sin moverse, pero llegando a todos lados.

A medida que transcurre el tiempo, el cuerpo, a través de sus requerimientos, denuncia su presencia real y la importancia del aquí y el ahora, rompiendo la fantasía que nos provee la tecnología de poder habitar múltiples lugares simultáneamente. El cuerpo nos reclama retornar a él. Los casos extremos y patológicos de los jugadores adictos que son incapaces de levantarse para ir al baño son la excepción a esta regla. Estar en el flujo comunicativo los hace olvidar la existencia de sus cuerpos únicos.

Hemos entonces definido la noción de hipocuerpo como una vivencia dramática frente a la toma de conciencia de tener un cuerpo único, limitado, y no múltiples cuerpos o carencia del mismo. Es la contracara, el aspecto negativo de la fascinante descorporeización hoy posible gracias a las redes.

Volver al pequeño cuerpo

El cuerpo sin tecnología es un cuerpo más pequeño, con menos potencial que el cuerpo que nos propone la conexión. Hipocuerpo es precisamente la vivencia de pequeñez, de limitación del cuerpo. Esto es vivido como una herida narcisista cuando vemos las nuevas dimensiones del cuerpo conectado con todo y todos.

La radio ya generaba la ilusión de una doble presencia, aquí y allá. La televisión ejerce una fuerza aún más fuerte. Si bien se está presente aquí, en algún sentido, también se está allá en la escena televisada. El teléfono, la radio, la televisión, Internet, las redes sociales y los celulares transportan la voz y la imagen separándola del cuerpo, haciendo posible que esta llegue a cualquier distancia, lo que produce la paradoja de tener un cuerpo aquí y una voz allá. El desdoblamiento de los cuerpos y la ampliación de sus posibilidades es lo que hace tan atrapante a la tecnología. La ubicuidad deja de ser una fantasía para pasar a ser algo casi real, tangible.

La posibilidad de trascender el espacio físico genera cierta sensación de omnipotencia, y la desconexión, fuertes sensaciones de pérdida. Twitter ha incorporado, ya hace un largo tiempo, el «mientras tú no estabas», una forma de amortiguar las sensaciones de pérdida que genera la desconexión. El humano aborrece las pérdidas. Buena parte de las decisiones que tomamos día a día son para evitar perder. Kahneman y Tversky obtuvieron su Premio Nobel de Economía en 2002 mostrando la irracionalidad de casi todas nuestras decisiones, que en buena medida solo buscan conservar aquello que ya tenemos. La tecnología nos ha hecho sentir ampliados en nuestras facultades. La desconexión nos devuelve a la cruda realidad de tener un cuerpo único, material, limitado. «Ya voy, espera un minuto», dicen los pequeños cuando les pedimos que se desconecten. Los adultos llevan sus celulares a todos lados, como la almohadita o el trapito cuando eran niños. Pero volver sobre el cuerpo también nos lo restituye. La desconexión nos devuelve el cuerpo, la caricia, la mirada y nos hace sentir libres, fuertes. No será un cuerpo ampliado ni omnipotente, pero seguramente puede ser uno sano, activo, satisfactorio. Está en nosotros decidir con qué cuerpo salimos a la calle cada día.

CAPÍTULO IV

Las dinámicas sociales en la Web

Buscando ser anónimos

¿Qué une a Diego de la Vega, Clark Kent y Bruno Díaz? Además de tratarse de héroes, esos tres personajes de ficción han desarrollado sus poderes y su identidad desde un lugar común: el anonimato. Se supone que nadie conoce a ciencia cierta quién se esconde detrás del disfraz de Zorro, Superman y Batman. Sus identidades reales son guardadas como un gran tesoro y ese detalle brinda un halo de fascinación a sus personajes.

Hemos señalado anteriormente que:

«La masificación en el uso de los *smartphones* con cámaras y redes sociales incluidas nos transformó a todos en potenciales *paparazzis* prestos a compartir áreas íntimas propias y ajenas en pos de alcanzar popularidad, una notoriedad pasajera o simplemente despertar risas».

Si bien eso es cierto, la cultura actual nos enfrenta con otro movimiento que resulta antitético con el anterior de la persecución de la fama: la búsqueda del anonimato. Resulta paradójal que mientras los seres anónimos del universo persiguen de todas las formas posibles la fama, los famosos recuerdan con añoranza su anonimato. El césped siempre es más verde del otro lado del alambrado. Pero no solo los famosos o los superhéroes buscan el anonimato, sino también las personas comunes en distintos momentos de su vida. Buscamos la fama pero también disfrutamos del anonimato que nos provee una ciudad extranjera o simplemente Internet y algunos de sus entornos.

¿Por qué buscar el anonimato?

Porque la gente busca hacer cortes en su vida cotidiana y fantasear con otros mundos, otras realidades y situaciones, y la tecnología les da sostén a esas fantasías.

Porque el anonimato libera al individuo. Pero a la vez lo deja a merced de sí mismo, con sus propias decisiones. Solo debe rendir cuentas a su persona, ya no a su grupo ni a su familia ni a la comunidad a la que pertenece. Al ser un personaje, todos sus impulsos quedan liberados de los límites y la «tiranía» del mundo externo. El individuo en grupo, plenamente identificado, debe adaptarse a este, a sus normas, sus códigos, para no quedar excluido del mismo. La comunidad, el grupo, las miradas de los otros (aunque sea a través de cámaras) operan como un freno a la individualidad y al descontrol impulsivo. Al contar con el anonimato, y un personaje que le da cobijo, las restricciones culturales y morales solo pasan a operar desde el mundo interno de la persona. Eso determinará si los actos atrevidos, las palabras o actos obscenos, las denuncias agraviantes y el sarcasmo, así como las más patéticas amenazas, se hacen carne o no. El anonimato deja a la persona a solas consigo mismo, enfrentada a sus propios fantasmas.

Con la aparición de Internet se ha vuelto común buscar el anonimato desde el propio hogar. Sin llegar a ser superhéroes, infinidad de personas tienen una cuenta de *mail* desde la que crean usuarios en distintas redes y así juegan a ser otros diferentes a quienes son en su vida cotidiana, persiguiendo distintos fines. Las tecnologías actuales permiten hablar desde el anonimato y sabemos que este es un fuerte generador de desinhibición en las personas.

La Red y sus espacios virtuales, especialmente las redes sociales, permiten desplegar las fantasías más locas y atrevidas sin los riesgos que conllevaría plasmarlas en la realidad. Las personas desarrollan un *alter ego* en las redes sociales, a través del cual dicen aquello «políticamente incorrecto» o juegan a flirtear. Twitter está plagado de cuentas anónimas que, ocultándose detrás de un seudónimo, hablan sobre política, fútbol, arte, farándula, etc. En algunos casos esas cuentas llegan a tener miles de seguidores y esos seudónimos se vuelven famosos. En muchas ocasiones, sus personajes son más famosos que sus personas, tal como Superman es sustancialmente más conocido que Clark Kent.

Anonimato más nuevas herramientas = stalking o potencial cyberbullying

Lamentablemente, el anonimato no sirve solamente para el despliegue de las fantasías, sino también para los acosos (*stalk* en la jerga de las redes) y ataques, y ahí la cosa cambia. El victimario se puede aprovechar del escudo del anonimato para actuar impunemente, así como también favorecer que otra gente participe en la agresión. Al existir una distancia que despersonaliza la situación y la hace parecer «tan solo una acción de un personaje de ficción», todo se facilita. Comentarios que no se harían cara a cara se llevan a cabo en las redes sociales, con todo lo que eso implica de difusión y posibilidades de viralización insospechadas.

No solo es posible crearse una cuenta para atacar «enmascarado», sino que también hay mecanismos algo más sofisticados, como por ejemplo dos aplicaciones poderosas para hacer acoso o simplemente bromas a través de la Web. Dos de ellas son: SecretInk y Privenote. Ambas aplicaciones web permiten enviar mensajes a terceros de forma anónima, pero con un agregado: se autodestruyen generando mucha mayor tensión en el receptor, que ve cómo el mensaje se evapora frente a su vista al mejor estilo *Misión: Imposible*. Como siempre: se puede jugar a ser Batman, Superman o un agente súpersecreto, siempre y cuando la ficción no golpee a la realidad.

Cyberbullying: sus formas, alcances y protagonistas

¿Qué es y quién lo hace?

El término *bullying* comenzó a utilizarse en los años setenta a partir de las investigaciones de Dan Olweus, en Noruega. La fuerte penetración de la tecnología en los últimos años, especialmente al influjo de los dispositivos móviles, llevó a que al término *bullying* se le agregara *cyber* para dar cuenta de nuevas situaciones de acoso sostenidas en el tiempo, en las que se utiliza la tecnología para llevarlas a cabo.

El denominado *cyberbullying* —o acoso en la red— describe algo que ya ocurría antes, pero que con la tecnología se ha potenciado. Los dispositivos permiten nuevas acciones, como por ejemplo el escudo del anonimato para actuar impunemente. Esto lleva a que la víctima del acoso viva en un temor constante, en un entorno de «terror sin cara», donde cualquiera puede ser el victimario. Estos chicos comienzan a desconfiar de todos y de cada uno, y a sospechar hasta de sus «mejores amigos». Para colmo de males,

contarles a los adultos puede significar perder Internet, y eso dista mucho de sus planes de socialización.

La estructura

Un niño, o un adolescente, es insistentemente maltratado, denigrado y humillado por un par, ante la mirada o lectura de sus compañeros, que salvo contadas excepciones, suele ser pasiva. Apenas un 10 % de los chicos toma una actitud activa frente al *bullying* o al *cyberbullying*. La mayoría prefiere alejarse del foco y no correr el riesgo de ser víctima del llamado *bully* o matón. El auditorio o los espectadores del acoso son elementos importantes dentro de la estructura, ya que sostienen o desalientan el ataque dentro de los grupos. Lo que ellos hagan determina el destino del *cyberbullying*.

El bully

Pero ¿quién es ese matón que con tanta fuerza tiene amedrentado a todo un grupo? Es alguien que también generalmente ha sufrido abuso; además de victimario, es una víctima que tiene un trabajo: el «oficio de ser *bully*» lleva su propio esfuerzo mental y emocional.

Quien lleva a cabo una situación de hostigamiento no pierde de vista a sus «secuaces» y a su «víctima». Sabe que debe controlarla sistemáticamente para afirmar su propio poder y su lugar ante los demás. Ser *bully* es su manera de lidiar con su propio dolor, infligiéndoselo a otro, débil, indefenso o, al menos, con miedo a defenderse.

Uno también escucha a esos sujetos tildados de matones que, de adultos, las más de las veces, ni siquiera recuerdan haber herido a la víctima de la forma en que esta lo manifiesta. Seguramente el victimario estaba más preocupado por sus propios conflictos que por el posible daño que estuviera generando al otro.

También sucede que para muchos victimarios de las redes aquello que comienza como «solo una broma» se les termina yendo de las manos frente a la replicación que encuentran en las redes sociales. La fama que alcanzan con sus ataques viralizados deja en un segundo plano la culpa por el posible daño generado. Un centenar de *likes* bien lo

valen.

La víctima

Como nos recuerda el Cuarteto de Nos en su canción *Buen día, Benito*, cada vez que de adultos nos encontramos con alguien que sufrió *bullying* en la escuela, lo más probable es que descubramos que no ha perdonado nunca al responsable de dichas acciones. Años después, el dolor permanece, la herida aún sangra.

Hoy, en pleno auge de las redes sociales, el chico o la chica cierra las redes para evitar ser acosado o escapar de los mensajes de su victimario. Inexplicablemente, desaparecen de las redes sociales tratando de protegerse del *cyberbullying*, pero la salida de las redes equivale a la muerte social para el joven actual, hiperconectado por defecto, y por tanto, tarde o temprano, regresa a las redes, el ámbito de acoso.

Las formas de acosar

Los niños o adolescentes se pueden hacer pasar por otra persona y enviar mensajes a terceros agrediéndolos, perjudicando entonces sus vínculos y su reputación. Esto se conoce como *fraping*. Se denomina *catfishing* al robo de la identidad *online*, donde se toman fotos de un tercero y se arma un perfil de red social con el material robado. El término *dissing* se reserva para el acto de postear información cruel que arruina la reputación de la víctima. Otros chicos prefieren falsificar imágenes, alterando la identidad o la apariencia de un tercero para denigrarlo o humillarlo públicamente, dejando a la víctima con la impotencia de no poder hacer nada para descolgar ese material, salvo denunciarlo. Esparcir rumores sobre la víctima puede ser otra de las formas de acosar a una persona. Esto se da más frecuentemente en el sexo femenino, mientras que las agresiones directas son más características de los varones acosadores. El *cyberbullying* parece haber llegado para quedarse.

El ciberespacio como lugar habitable

¿Acaso para alguien signifique una sorpresa que cuando se les pregunta a los jóvenes quién sabe más de Internet en casa, el 41,8 % de los encuestados, en el informe PROSIC en Costa Rica, diga que ellos son los que mejor manejan Internet? ¿Verdad que no? Los encuestados ubican en segundo lugar de conocimiento a hermanos y, luego, padre y madre en ese orden, poniendo de manifiesto esa diferencia de género en el uso de la tecnología, que se repite prácticamente en todos los estudios. En mi propia experiencia, los jóvenes que pasan los 15 años manifiestan saber más de Internet que sus propios padres en porcentajes bastante elevados, y es en el segmento entre los 12 y 18 años donde se dispara el consumo de nuevas tecnologías. Obviamente, esto se da en una etapa vital en la cual la salida al mundo, la rotura del cascarón familiar, tiene marcada importancia y la tecnología apunta en esa dirección.

Hace un tiempo atrás, el informe «Generaciones Interactivas en Iberoamérica» recordaba que, con excepción de la telefonía fija, el resto de las tecnologías se encuentran con mucha mayor probabilidad en casas en las cuales viven «nativos digitales». Hay una relación directa entre el hecho de que en un hogar haya niños con la probabilidad de que se disponga de una computadora.

Así como en tiempos modernos los padres eran los encargados de introducir «lo social» en el hogar, hoy los jóvenes se han tornado introductores de tecnología en las casas, diseminadores de nuevos artefactos, usos y alfabetizaciones. ¿Se puede limitar la lectura de esta situación actual a decir que es solo un tema de mercado y su habilidad para crear consumo, como plantean algunas posturas, a mi juicio, reduccionistas?

Según algunas cifras promedio que se manejan habitualmente, al llegar a la adultez, esta generación habrá pasado alrededor de 10 000 horas jugando videojuegos, 10 000 horas hablando por celular y 20 000 horas mirando televisión. Estos son los elementos que hoy son tomados en cuenta para entender a esta generación, y eso de por sí ya es un dato acerca de lo que más resalta en esta época y el tipo de espacios en el que transcurren sus vidas: espacios digitales.

Esta es una generación que, en un día promedio, el 68 % de los niños menores de 2 años estarán promedio 2 horas frente a alguna pantalla como entretenimiento principal. Es una generación donde los jóvenes que superan los 13 años llegan a usar los dispositivos tecnológicos entre 15 y 20 horas diarias, si sumáramos todas las pantallas con las que hacen *multitasking*.

¿Por qué tanto tiempo ahí?

Para saber por qué pasan tanto tiempo ahí y qué cosas hacen los jóvenes en la Red, hay que referirse a sus tiempos de socialización y ocio. Este ocio está pautado muchas veces por el estar haciendo algo, consumiendo algo, enchufados a algo. El ocio sin objeto muchas veces conduce a los jóvenes al aburrimiento, uno de los principales padecimientos de los jóvenes de nuestra era que repercute muy negativamente en el núcleo familiar. Sin cables pareciera no haber diversión.

El ocio juvenil se encuentra, por tanto, ligado al consumo en la actualidad. El consumo puede ser tanto de sustancias como de tecnología, actividades o vínculos. Esto último supone una nueva concepción de las formas de contactarse y vincularse con los otros y con los objetos. Esto es lo que he llamado hace ya algunos años atrás *vidasconnect@das*: vidas que necesitan de la conexión para sentirse. Vidas que se viven intensamente en las redes, pero que, a la vez, son altamente dependientes de ellas. En palabras de un joven entrevistado: «No sé por qué, pero me conecto al Facebook y me digo “solo un rato” y pasan los minutos, las horas y no puedo desprenderme. Es increíble el poder que tiene sobre mí».

Los jóvenes llevan a cabo en la conexión lo que en inglés se conoce como las 4X:

- Explore (explorar).
- Express (expresar).
- Exchange (intercambiar).
- Exist (existir).

Estos cuatro verbos simples definen, en buena medida, lo que sucede en la conexión. La conexión es un espacio tanto para intercambiar mensajes, fotos, contenidos, como para explorar nuevas cuestiones y desarrollar identidades. La expresión a través de los blogs, fotologs, foros, *chats*, *mails*, redes sociales es uno de los elementos más valorados por los usuarios.

La Red funciona por momentos como una suerte de «recreo», un espacio psicosocial donde compartir los avatares de la vida cotidiana. Se transforma en un lugar accesible, cómodo, al alcance de la mano, siempre disponible para el despliegue de todas las fantasías y a mitad de camino entre uno y los otros, entre la realidad y la fantasía. Por

eso atrae tanto a los jóvenes como lugar habitable.

Ser o no ser... un producto de Facebook

La megared social Facebook va camino a sus 15 años de vida. Hoy cuenta con 1317 millones de personas registradas. Al observar lo que ha sido su proceso de crecimiento, muchos se preguntan acerca del futuro de esta red en la cual participa nada más y nada menos que 57 % de los estadounidenses adultos y el 73 % de su población entre 12 y 17 años, y en la que, en promedio, las personas ocupan 21 minutos de su día recorriendo estados, páginas y viendo fotos de las vidas de otros. ¿Será cierto ese rumor de que la red de Mark Zuckerberg está sufriendo algunos cambios en su universo?

Al parecer muchos jóvenes están buscando alternativas a la red social billonaria en personas y dólares. De hecho, en los últimos años, redes como Instagram, Snapchat, Twitter y WhatsApp han convocado una buena porción de la atención juvenil. Parte de la migración actual de los jóvenes de la concurrida red social Facebook hacia otras redes sociales virtuales parece responder a una lógica estrictamente generacional: salirse de aquellos entornos que comienzan a ser colonizados por los adultos. Según todas las estadísticas, la edad promedio de Facebook continúa creciendo. Facebook aparenta estar envejeciendo, tal cual lo preveía la reguladora de medios británica Ofcom ya en el año 2009.

Otra razón que suele esgrimirse para la salida de Facebook de sus usuarios es el trato que las personas sienten que reciben en esa red social. Una buena parte de los usuarios manifiesta no querer ser utilizada como una especie de carnada para la publicidad que venden Zuckerberg y compañía. En otras palabras, dicen que se han cansado de sentirse... un producto de Facebook.

Ello sí, Facebook no

Hace unos años se creó una red social cuya razón de ser parecía estar atada a las desventuras de los usuarios en Facebook. «Ello» era el nombre de esa nueva red. Cuando uno ingresaba a la página principal de Ello, esta red que prometía cambios a la

experiencia del usuario, se podía leer lo siguiente:

«Los dueños de su red social son los anunciantes. Cada cosa que compartes, cada amigo que haces y cada *link* que sigues es rastreado, grabado y convertido en datos. Los anunciantes compran tus datos solo para mostrarte más anuncios. Tú eres el producto que se compra y vende. Creemos que hay una manera mejor. Creemos en la audacia. Creemos en la belleza, simpleza y transparencia. Creemos que las personas que hacen cosas y las que las usan deberían ser socias. Creemos que una red social puede ser una herramienta para empoderar. No una herramienta para decepcionar, coaccionar o manipular —sí un lugar para conectar, crear y celebrar la vida. No eres un producto».

Ello se valía del descontento con la red social Facebook, que según todo indica va en aumento entre sus usuarios. Hace un tiempo atrás estos se enteraron de que habían sido objeto de manipulación por parte de la red, cuando sus muros se vieron inundados con «tristes y alegres noticias», reales todas, pero manipuladas por la administración para que aparecieran o no. Con esto se buscaba ver cómo repercutía el carácter de las noticias en sus estados de ánimo y sus posteriores publicaciones. La sensación de conejillos de indias se sumó a la de producto y la ira estalló.

Unas cosas de Facebook que molestan y otras que gustan

Un estudio llevado a cabo por el Pew Research Center reveló que a la gente le molesta que se suban fotos sin pedir permiso, especialmente los padres de niños pequeños, quienes son muy celosos de las imágenes de sus hijos. Muchos padres buscan cuidar la identidad digital de sus niños a futuro. Por otro lado, una gran mayoría de los usuarios valora de Facebook poder ver videos de sus amigos cercanos (47 %), saber en qué están (39 %) y los contenidos de humor (39 %). El mismo estudio echó por tierra el mito del llamado FOMO, o «*fear of missing out*», es decir, las sensaciones que tiene la gente de perderse cosas (actividades, fiestas, viajes) que otros disfrutan.

Cada segundo se crean 5 nuevas cuentas en Facebook. Cada minuto se colocan 510 comentarios nuevos y 293 000 estados se actualizan. Al cabo del día se suben 300 millones de fotos. Quizás no seamos un producto pero, para el 42 % de la gente de *marketing*, Facebook es fundamental o al menos importante para sus negocios y sus productos: estar. Por eso, muchos piensan que en este «negocio de la vida», tan

fuertemente atravesado por la imagen, más vale Facebook en mano que fotos y etiquetas volando.

Las redes sociales y la expresión de la locura

En muchas ocasiones me consultan desde los medios sobre la utilidad de las redes sociales, en términos de vínculos. Hace años que reitero que una de las cosas más fascinantes que «hacen» las redes sociales es: poner en pantalla nuestros vínculos. Tal como una tomografía o una ecografía lo hacen con el cuerpo humano, las redes sociales *pixelan* nuestras relaciones sociales, mostrando en pantalla nuestras virtudes y nuestras miserias a quien quiera verlas. Al mismo tiempo, esa vida digitalizada nos permite llegar a círculos de personas a las que antes, dadas las limitantes geográficas, no teníamos alcance. Por todo eso, las personas tienen hoy mayores posibilidades de establecer vínculos con sujetos de diferentes lugares del planeta y encontrar gente parecida en lo que hace a intereses. Ese es justamente el secreto del éxito de la novel red Pinterest, ya convertida en la tercera en importancia. Las limitantes geográficas han logrado trascenderse. Pero eso no es todo. Las redes sociales no son solo una forma de ampliar las amistades, vencer las distancias, sino mucho más que eso.

Dar testimonio público de cuestiones privadas es algo que ya había comenzado con la televisión. Mostrar gustos políticamente incorrectos, debilidades y flaquezas en la pantalla chica se ha vuelto algo habitual. *Gran Hermano* es, en parte, eso, un experimento social de transparencia total. Todo lo relacionado con la trastienda de las relaciones humanas tiene también su lugar en las redes. Allí no solo observamos como en la tele, sino que participamos. Es por eso que podemos, a modo de ejercicio mental, pensar a Internet como algo más que un lugar de encuentro. El mundo de Internet y las redes sociales conforman un *espacio psicosocial* donde las «locuras privadas» pueden encontrar una nueva forma de ser simbolizadas dentro de la cultura y no en la «extrañeza» de la patología. ¿Qué quiere decir esto? Que las «locuras privadas» —esas que las personas tenemos, algunas más, otras menos— pasan a ser, en el ámbito del ciberespacio, locuras *compartidas*. En un espacio público/privado como es Internet, dejan en parte de ser «locuras», en el sentido de extrañeza o rareza, y pasan a ser imágenes, *posts*, estados en los muros virtuales o en los tuits compartidos. Estas partes

más «locamente privadas» de la personalidad se vuelven en el ciberespacio, y muy especialmente en las redes sociales, partes transmisibles, comunicables. A veces desde el anonimato, otras con nombre y apellido. La cultura de las redes es más «tolerante» de estos aspectos que lo que es el entorno ciudadano y, en ese sentido, el anonimato ayuda mucho a la expresión *online*.

Propongo entonces con esto pensar a Internet y las redes sociales virtuales que la componen como un nuevo espacio social con sus propios rituales y formas de expresar la personalidad. Internet permite expresar y simbolizar aspectos de la personalidad de una forma inédita para nuestra cultura occidental. Esta expresión bien podría tener efectos terapéuticos. Esto es algo que frecuentemente también me preguntan: ¿las redes suplantán a los psicólogos? Ni tanto, ni tan poco. Lo que sí podemos afirmar es que esta nueva modalidad expresiva (hacia fuera y no hacia dentro) nos acerca a las modalidades de otras culturas, que han sabido lidiar con las emociones y la psicopatología en formas que podríamos llamar más culturales y menos alienantes o medicalizadas que la occidental.

Si bien habitualmente se habla del poder que el anonimato les confiere a las personas en las redes, poco o nada se habla de la locura en la Red. Poco y nada se ha dicho en relación con las cualidades de Internet como elemento cultural capaz de sostener a los seres humanos en su dimensión afectiva en una cultura cada vez más tildada de individualista. Así como la televisión acompaña los hogares de las personas solas cuando llegan a la tercera edad, las redes funcionan también como sostén de los individuos y sus conflictos psicológicos.

Para muchos autores del siglo pasado, las instituciones de la modernidad habían sido el lugar donde las personas depositaban los aspectos más locos de la personalidad. Las instituciones, como tales, han sido objeto de innumerables estudios, donde lo anterior ha sido sostenido y demostrado. Pareciera ser que en Internet algo de esto también sucede, ya que la Red, con excepción de algunos lugares o «sitios», es una Red colmada de sexo, agresión y desbordes emocionales. Rápidamente se pasa del «te amo» al impropio y al «te odio». La locura ya no tiene tanto espacio en las instituciones que han ido prohibiendo su aparición, regulándola. Las empresas ya «no perdonan» tanto aquellos memorables «momentos de locura». Para ello, los empleadores rastrean a sus potenciales empleados en las redes sociales. Allí ven la cara oculta, la que no aparece en el currículum.

Internet abre la posibilidad de expresión cultural de estos aspectos disociados, reprimidos, proyectados en un contexto que habilita a ello. La Red funciona por momentos como ese «espacio transicional» que definía el pediatra y psicoanalista Winnicott, ese espacio psicosocial donde verter los contenidos de la vida cotidiana. Se transforma en un lugar accesible, cómodo, al alcance de la mano, siempre disponible para el despliegue de todas las fantasías. Es la trastienda que definiera el gran sociólogo Goffman, esa donde mostrar lo más íntimo. Es al mismo tiempo un recreo y un espacio de juego con las identidades, como definía la socióloga del MIT Sherry Turkle. Creer que las redes sociales son cosas de tontos puede ayudarnos a evitar caer en la «tentación» y la consecuente pérdida de tiempo que necesariamente acompaña su uso. Pero una cosa es un tonto y otra, un loco. Todos tenemos un «cadáver en el ropero» reza el dicho. En la otra percha cuelga el loco, y en las redes sociales sale del armario sin censura.

De *selfies*, lenguas y aprobaciones

El término *selfie* fue elegido por los diccionarios Oxford como la «palabra en inglés del año» en 2013. Básicamente, se trata de una autofotografía que suele tomarse con los teléfonos celulares.

Para algunos autores como Lee (2005), el autorretrato está relacionado con formas de control y empoderamiento, especialmente en el realizado por el sexo femenino. Las *selfies* les permiten a ellas pasar de objetos pasivos de la mirada masculina a sujetos activos en el control de su imagen corporal. Pero a la vez, las *selfies* las conducen a la paradoja de mostrarse y a hacerse asequible a la mirada de los otros.

En los últimos años las mejoras en las cámaras frontales de los celulares colocaron a las *selfies* en un sitio privilegiado, no solo en el segmento juvenil, sino también entre los adultos. La prueba de esto último es que la *selfie* más famosa y retuiteada de la historia se gestó durante la ceremonia del Oscar del 2014 y tuvo como protagonista a la presentadora de los premios Oscar, Ellen DeGeneres, junto con algunos famosos actores. Esta foto generaría luego una fuerte controversia, dado que, más que de una foto espontánea, se trató de una interesante y efectiva estrategia publicitaria de la compañía Samsung. Pero... ¿habrá tanta diferencia entre esa famosa *selfie* y las de la gente común

que inundan la Red? ¿Podemos manejar la hipótesis de las *selfies* como una estrategia publicitaria de manejo de nuestra identidad personal en las redes?

Sacar la lengua (en las fotos)

—Maestra, maestra, Martín me sacó la lengua.

—Martín, ¿por qué hiciste eso?

—¿Qué pasa, maestra? ¿Ahora tampoco me puedo sacar una *selfie* tranquilo en el recreo?

Un elemento de las *selfies* que suele llamar la atención de los adultos es que los protagonistas siempre salen con la lengua afuera. ¿Cuál es el significado de esa postura que suele presentarse tan frecuentemente en estos autorretratos modernos? ¿Qué significado tiene sacar la lengua en una foto que luego se subirá a las redes sociales y será potencialmente vista por un gran auditorio?

Hace unos años, en la Universidad de Pennsylvania, un equipo de biólogos concluyó que sacar la lengua es un signo universal (tanto en humanos como en orangutanes y gorilas) de repulsa al contacto social, recelo y vigilancia. ¿Pero es este el significado que suele tener en las *selfies* que se suben a las redes sociales y son vistas por cientos o miles de contactos? Repulsa al contacto social, recelo y vigilancia no parecen ser manifestaciones propias de las redes sociales, ¿o sí? Sacar la lengua aparenta querer indicar una postura de cierto desprecio y desplante hacia el otro. El gesto facial implicaría decir algo así como «no me importás», a pesar de que, paradójicamente, se trata de fotos donde el otro está presente. No se trata de fotos íntimas destinadas al álbum familiar, sino de fotos pensadas para ser compartidas en el universo de Internet. Las *selfies* son fotos «para el otro», en la medida que suelen ser subidas y compartidas en las redes sociales donde se supone que serán vistas.

Una dosis de irreverencia y rebeldía pareciera encontrarse por debajo de ese gesto facial. Una irreverencia similar a la que está por detrás del ícono de los Rolling Stones o de Gene Simmons —bajista de la legendaria banda de rock Kiss—, famoso por su enorme lengua sistemáticamente desplegada en los conciertos en vivo. Quizás el elemento en que todos coincidan en el análisis es en el aspecto burlesco del gesto. Sacar la lengua es, en general, sinónimo de burla, no solo en nuestros tiempos, sino también

muy atrás en la historia. En la Roma de Astérix, mostrar la lengua con fuerza era un signo de burla y estaba prohibido; algo que a los galos poco les importaba. ¿Cuál sería la irreverencia al poder presente en una *selfie*? ¿Al poder de la imagen, quizás?

Por último, sacar la lengua tiene también un sentido erótico, una suerte de invitación al acercamiento. Pasarse la lengua por encima de los labios puede dar a entender a otra persona que se la invita a algo más íntimo. Por eso, deberíamos diferenciar entre sacar la lengua y mostrarla. Dos gestos aparentemente similares, pero cualitativamente distintos desde el punto de vista simbólico.

El célebre psicólogo Howard Gardner, en su reciente libro llamado *Generación app*, relatando su investigación sobre los jóvenes, cuenta cómo las chicas universitarias del último año declaran en sus perfiles de Facebook estar casadas con estudiantes de primer año como una forma de manejar su estatus. Es otra burla al *status quo*. Esta sería otra forma burlesca del manejo de la identidad, pero ya no con fotos, sino con datos biográficos. Las chicas del último año de la universidad suelen estar de novias con los de su año, pero asociarse en sus perfiles a los novatos se transforma en un gesto que habilita a los jóvenes a participar de la movida juvenil, a ser aceptados. Porque de eso también se trata.

Las fotos buscan básicamente la aceptación de los otros, algo que puede taparse con una lengua afuera, haciendo de cuenta que «no me importa», pero a la vez quedando presa de la imagen y la aprobación de las miradas ajenas. Las *selfies* son, a la vez que una estrategia publicitaria de manejo de la identidad, una forma de burla al sistema perverso de la imagen que nos rige y nos esclaviza. Sacar la lengua en esas fotos es un intento fallido de demostrar «lo poco que nos importa la opinión ajena». Quizás mejor sería guardar la lengua y, por qué no, algunas fotos también.

CAPÍTULO V

La intimidad acorralada

Mi vida compartida en las redes.

Razones y emociones en juego

Una pregunta que suele repetirse en distintos ámbitos es por qué la gente siente la necesidad de compartir cuestiones relativas a su vida personal en las redes sociales virtuales, caso Facebook, Twitter, Instagram. Cuando se formula esa pregunta, se parte de la base de que ha habido un cambio cultural al respecto y eso en parte es cierto y en parte, no tanto.

Pero analicemos la globalidad de la situación. Hoy, gracias a Internet, es posible llevar a cabo este tipo de actividades. Antes, esa opción no estaba presente, al menos no de la forma actual. Las personas compartían sus logros y miserias en el ámbito acotado de su territorialidad. En el barrio, con los vecinos, con los cercanos del trabajo o con los amigos, las personas se despachaban a gusto contando sus cuitas. Los receptores eran los amigos, el panadero, el almacenero o la peluquera. Luego el almacenero, la peluquera o el vecino podían o no replicar esos dichos y generar un rumor o una noticia de interés barrial. Pero, en principio, el alcance era limitado. Con el avance tecnológico, la cultura digital ha generado distintas herramientas a través de las cuales es posible compartir aspectos parciales o totales de la vida privada de las personas con solo utilizar las redes sociales virtuales. Las plataformas sociales también han creado otro fenómeno, que es el de una audiencia más allá de los medios masivos. Las personas, cualquiera sea su estatus, pueden generar y cultivar su propia audiencia y expresarse como nunca antes en la historia.

Pero... ¿por qué la gente siente la necesidad de compartir su vida en las redes sociales virtuales? En parte, porque puede y, en otra parte, porque tiene con quien hacerlo. El hábito se ha generado básicamente porque ahora es posible llevar a cabo acciones que

antes eran impensadas. Chicos jóvenes —tuiteros, blogueros, *gamers*, *youtubers*— llegan a tener audiencias de decenas, cientos de miles de seguidores en las distintas redes. Esos receptores pasan a ser fenómenos culturales relevantes que van moldeando las identidades de los usuarios de las redes.

Zuckerberg lo sabe

La gente hace lo que hace la mayoría. Somos más gregarios de lo que nos gustaría admitir en público. Como si siguiéramos los lineamientos de nuestras neuronas espejo, hacemos lo que todos hacen, mejor dicho, hacemos lo que nuestros referentes sociales hacen. Los *influencers* o personas de nuestra red con influencia sobre nosotros, en cuanto a gustos, ideas, pareceres, determinan nuestras vidas más de lo que nos gusta admitir, sobre todo a los adultos. Así ha funcionado el humano por miles de años y con las redes sociales virtuales esto simplemente se hace transparente y visible.

Pero no todos compartimos lo mismo en las redes. Para un adulto un texto puede dar cuenta de un estado de ánimo, de una situación. Pero en este mundo digital, los llamados nativos digitales, los chicos, piensan en fotos. Fotos editadas hasta el hartazgo forman parte de la identidad digital pulida que buscan generarse los jóvenes a través de herramientas como Facebook, Twitter, Instagram o Snapchat. Sus fotos hablan de sí mismos y de sus momentos vitales, por eso el esmero en cada una de ellas. De cada cincuenta fotos tomadas, solo una será la elegida para ser compartida. Pero ¿qué es compartir para una generación de jóvenes donde los otros, sus pares, siempre están presentes? Facebook ha logrado, según indica un reciente estudio, que los famosos 6 grados de separación, que separaban a una persona de cualquier otra en el mundo, se hayan reducido a 3,5 grados de separación. Esto significa una reducción del mundo a casi la mitad. Estamos cada vez más cerca de todos y así lo sentimos, por lo que compartir se ha vuelto algo común, como lo fuera en las aldeas primitivas.

Se piensa en modo Instagram o en términos Twitter, en 140 caracteres, pero se reflexiona muchas veces en función de los otros. Los otros están cada vez más cercanos. Los estados de Facebook no son solo expresivos, son también un mensaje a los otros. Un cambio de estado significa mucho para un grupo de referencia o pertenencia. Todos somos potenciales periodistas, *paparazzis* listos a compartir las vidas propias y también

las ajenas con los cercanos, es decir, con nuestros amigos de las redes.

¿Por qué compartimos nuestra vida en las redes sociales?

Las razones para hacerlo son variadas, no hay una sola motivación para compartir en las redes. Algunas personas buscan apoyo emocional, mientras otras popularidad, destacarse, ser referencia en un tema o una especialidad.

Buscar colocar algún material interesante en las redes puede llevar a las personas a compartir cosas que no deberían, solo por buscar popularidad o, simplemente, fama. Sentirse aceptado —incluido dentro de una comunidad y perteneciente a un grupo— es también una razón que la gente encuentra como válida para compartir cuestiones de la vida.

Hay también quienes utilizan la Red como un psicólogo extendido y fraccionado en miles de usuarios. La sabiduría de las multitudes que describe James Surowiecki hace que la gente también comparta cosas para recibir *feedback* sobre sus problemáticas. Encuentran mensajes de apoyo, consejos y continúan sus vidas sin la agobiante sensación de estar solos en el mundo. Casualmente, esa es una de las cuestiones que hacen a esta problemática. Nunca estamos solos. Sí desconectados, pero jamás solos. Y si en algún momento dudamos, compartimos algo para recobrar la tranquilidad.

Identidad digital: tema de agenda de personas e instituciones

Internet es una especie de tomografía de lo que somos como sociedad. La Red hace aparecer en pantalla lo mejor y lo peor de lo que somos, nos deja como comunidad al desnudo en nuestras fortalezas y debilidades. Y en ese juego también deja al descubierto nuestras identidades digitales, esas que se van conformando en la sumatoria de los rastros digitales que vamos dejando, consciente o inconscientemente, con todos nuestros movimientos en Internet. Cada cosa que escribimos, subimos, comentamos, etiquetamos en las páginas, personales o institucionales, blogs, redes sociales, van conformando la identidad digital, esa identificación que nos acompaña en la Web. Esta consta de dos partes bien distinguibles: una deseada, fomentada y creada a partir de las intervenciones

que hacemos, y otra que se desprende de la forma en que intervenimos en la Red, es decir, aquello que dejamos entrever de nosotros casi sin quererlo.

Hasta hace unos años, antes del auge de la Web 2.0, el manejo de la identidad digital estaba en manos de los *webmasters*, aquellos expertos que creaban y administraban los sitios web y que suelen ser externos a las compañías e instituciones. Hoy en muchos casos esto permanece incambiado, pero a través de nuevas herramientas más amigables y de las diferentes redes sociales (especialmente Facebook, Twitter y LinkedIn) se ha hecho más sencillo manejar la presencia en la Red y esto tiene connotaciones diversas, dependiendo de si se trata de personas o instituciones.

Cada cosa que se escribe cuando se está en Internet —incluso un aparente inocuo «me gusta» de Facebook — se transforma en una radiografía instantánea de la persona. Cada publicación echa luz sobre las creencias, valores y gustos de las personas y de las instituciones. Pero además las palabras que se eligen en la Red no se las lleva el viento, quedan ahí, escritas, perennes, fáciles de acceder para cualquiera. Esto resulta en un llamado a la responsabilidad a la hora de publicar, tanto para personas como para instituciones. Pensar antes de publicar puede librarnos de interpretaciones erróneas y de despertar enojos, malestares u ofensas en los receptores de nuestra letra en el ciberespacio.

Los jóvenes por lo general intentan minimizar el hecho de que su accionar en la Red deja rastros digitales. Negar los peligros o riesgos es propio de esa etapa de la vida signada por el riesgo. Las cosas «les pasan a los otros». Los chicos admiten que suelen tomar recaudos y protegerse en relación con los demás, pero no con ellos mismos. Nuestros hijos piensan que nadie presta demasiada atención a su presencia y a sus dichos, y que su accionar queda restringido a su grupo de amigos. Amparados en esa fantasía, pueden actuar de formas que luego podrán arrepentirse. Cada cosa que se publica deja de ser privada y pasa a convertirse en parte de un espacio público. Una vez que se aprieta la tecla enter es muy difícil desandar el camino. Lo que está escrito permanece y puede tener consecuencias imprevisibles. Sus mensajes y opiniones pueden llegar a miles y miles de personas, hoy y en el futuro, incluidas aquellas interesadas en obtener más datos para tomar mejores decisiones. Esto se aplica a personas, empresas e instituciones por igual.

En Internet el tiempo siempre se conjuga en presente. Lo que está... está, sin importar cuándo fue colgado. Sería conveniente educar a los jóvenes para que no publicaran

material que pudiera ser ofensivo para los otros y a la vez perjudicial para ellos mismos. Nunca se sabe el efecto que este tipo de materiales puede causar en los demás y las consecuencias que puede tener para nuestros hijos. Las palabras o las imágenes subidas lastiman tanto o a veces más (por el estado público que toman) que en la vida material. Manejarse con ética en los contextos virtuales puede ser un gran aporte a su identidad digital.

El 61 % del total de los internautas uruguayos (1 855 000) tiene su perfil en Facebook (Internet World Stats). Facebook como plataforma digital integra buena parte de la identidad digital, brinda una imagen clara, concisa, de cómo somos, más allá de cómo queremos mostrarnos. Hay que recordar que esa identidad digital —de la cual Facebook forma parte— nos acompañará casi de por vida.

Conscientes de la importancia actual de la identidad digital, algunas empresas han desarrollado herramientas para monitorear los perfiles en las redes sociales. Hoy existen algunas herramientas que vale la pena tener en cuenta, que ayudan a «limpiar» la identidad digital, sobre todo para aquellos que en algún momento han caído presas del fragor de la conexión. Estas son SimpleWash y Reppler. Conectadas con Facebook, Twitter o LinkedIn, estas aplicaciones permiten revisar aquello que hemos dejado como rastros digitales y chequear cómo se ve nuestra identidad digital desde fuera. Un buen ejercicio de ciudadanía digital para hacer con los chicos.

Para finalizar, y centrados en los más jóvenes, recomendamos la serie: *Piensa antes de publicar* de YouTube, con varios videos muy bien logrados que abordan la cuestión de la publicación *online*. Estos videos nos muestran la trascendencia que han tomado las redes sociales hoy, que además de divertidas... son cosa seria.

Las redes sociales son divertidas, pero también cosa seria

¿Has oído mencionar Facebook, Twitter, Quora, Foursquare o LinkedIn, Instagram o Snapchat? ¿Sí? ¿No? Probablemente algunos nombres te suenen familiares o quizás hasta tengas tu propia cuenta en una o en más de una de estas redes sociales. Las redes sociales en Internet permiten reunir gente que proviene de diferentes lugares y agruparlas en sitios virtuales en los cuales se establecen relaciones entre los usuarios. He ahí la diversión de los jóvenes que comparten sus fines de semana y sus intimidades en fotos y

he ahí también la clave de la victoria de Obama o la Primavera Árabe. En las redes aparecen las declaraciones más banales de la farándula y, para algunos analistas, el germen de los movimientos rebeldes en Medio Oriente y África. Todo junto, todo *online*. Las redes son una tomografía de los que somos como sociedad. Nos muestran en todas nuestras dimensiones y, por ende, abarcan desde lo más siniestro y macabro hasta lo más dulce y solidario, pasando por lo banal y ocioso.

Estos sitios web han logrado hacer visibles las redes que siempre estuvieron tejidas en nuestros vínculos con los demás. Desde tiempos inmemoriales, los amigos de los amigos han tenido más efectos en nuestras decisiones y nuestros estilos de vida de lo que quisiéramos admitir. Los denominados por la sociología «vínculos débiles» —es decir, aquellas personas con las que no se tiene un grado de intimidad muy grande, sino que son conocidos o conocidos de conocidos, pero con los cuales se pueden compartir intereses comunes— pautan nuestra conducta y hábitos de forma muy intensa, como lo revelan la mayoría de los estudios sobre redes. De no existir la Red, a muchos de estos contactos quizás jamás los encontraríamos o conoceríamos, pero no por ello dejarían de tener fuerte influencia en nosotros.

Una de las paradojas de estos sitios es que hacen que los vínculos débiles se fortalezcan, a costa, muchas veces, de debilitar los vínculos fuertes. Las redes acercan a los lejanos y alejan a los cercanos. Este es uno de los grandes problemas que sufren las familias con Facebook y Twitter, al tiempo que uno de los cambios más notorios en las formas de socialización, que ahora son 24 horas, 365 días al año. Siempre conectados por defecto. Siempre disponibles, especialmente a través de la pantalla que nunca se apaga: el celular. El teléfono móvil es ahora también vía de conexión a las redes sociales y a la localización vía GPS a través de la red Foursquare.

Todas las pantallas les permiten a los adolescentes desplazarse por el mundo sin salir del cobijo de sus padres y, al mismo tiempo, estar pendientes de las cosas que hacen, dicen y opinan sus pares. Los jóvenes se agrupan por afinidades e intereses comunes, fortaleciendo lazos sociales y definiendo pertenencias e identidades. Su mundo social está cada vez más *online* y esto posiciona este tema no solo como divertimento, sino como algo infinitamente más serio.

La intimidad al desnudo en las redes

Facebook puede hacerte perder tiempo viendo fotos, imágenes de cosas y gente que no te interesan, pero a la vez puede ser una herramienta potente para desplegar en la Red ideas, comentarios, críticas sobre productos, instituciones, liderazgos o marcas. La intimidad aparentemente revelada o publicada —en palabras o en imágenes— es una manera de asegurarse cierta existencia en el mundo de la hiperconexión. Así, quien no está en la Red corre el riesgo, nada menor, de no existir. Quien no forma parte de las redes está ausente de la lógica social actual. Pero lo mismo comienza a suceder con las empresas. Quienes no están o quienes no se presentan adecuadamente comenzarán, a corto plazo, a sufrir las consecuencias de esto. Encuentros, reencuentros y hasta conquistas vía Facebook se cruzan con videos que viralizan productos, catapultan marcas o denuncian actos poco éticos de empresas o instituciones.

Las voces de las multitudes silenciosas cada vez se hacen oír más fuerte a través de las redes sociales y, mientras eso sucede, muchos creen estar frente a una moda pasajera. Internet y las redes sociales no son moda, son fenómenos socioculturales que están reconfigurando las formas de estar en el mundo (para personas e instituciones), de compartir intereses, sentirse e información de los otros y con los otros, en un mundo interconectado, donde los límites entre lo privado y lo público son cada vez más difusos. *Compartir* es el verbo por excelencia de la Red. Cada uno sabrá qué decir, qué aportar a esa «inteligencia colectiva», que es más que la suma de las partes y mucho más de lo que los escépticos creen.

Los chismes como elemento de supervivencia

Quizás un ancestro nuestro caminaba un domingo por la sabana y se encontró frente a frente con un león. Quizás tuvo la suficiente suerte de que el felino recién hubiera comido y no estuviera urgido de perseguirlo. Así, entonces, de regreso al refugio, pensó que los leones no eran peligrosos, que no había por qué tenerles miedo. Volvió con los suyos, se sentó sobre una piedra, comió algo y fue con el cuento a sus compañeros, que le creyeron. Él era un tipo respetable. Al otro día, dos de los miembros de la tribu se cruzaron con una leona. Aún los buscan. Otro miembro de su grupo, que observó toda la escena, volvió aterrado hablando de la ferocidad de los leones. La gente de la tribu comenzó a cambiar de opinión con respecto a los reyes de la selva. Definitivamente, el

rumor pasó a ser que los leones son feroces.

Por razones como estas es que resulta valioso escuchar experiencias similares de otras personas, sobre todo si estas están sanas y han vivido situaciones de interés para el público en general. De hecho, aplicaciones como TripAdvisor y Amazon se basan en esto. El chismorreo tiene su valor. Si usted censuraba las revistas de chismes, los programas de televisión de la tarde, no estaba interesado en ver una charla TED en Internet o chequear el sitio Rate My Teachers (sitio en el que se califica a los profesores y se crea un *ranking*), quizás deba repensar su postura, al menos en parte. Miles de años de supervivencia de la especie humana avalan al chisme como mecanismo de preservación de lo humano.

De esta forma lo ven los psicólogos evolucionistas, quienes buscan entender nuestras conductas desde la utilidad que pudieron haber tenido en el origen y posterior desarrollo de la humanidad. Para ellos, todas las conductas pueden ser entendidas desde los mecanismos propios de la especie. Intercambiar información sobre lo que nos rodea o sobre las otras personas puede ser importante para nuestra supervivencia. De hecho, en los ambientes laborales hostiles —marcados por el llamado *mobbing*, acoso laboral, y el mal clima para trabajar—, el chusmerío es mucho más frecuente que en organizaciones sanas, donde las personas se dedican básicamente a desarrollar sus tareas, es decir, trabajan. En las otras, rige «la ley de la selva» y, por tanto, allí los niveles de intercambio de información se elevan a fin de poder sobrevivir. Los tiempos y los contextos cambian, pero la esencia de los escenarios peligrosos se mantiene, sean estos una sabana africana con leones o una oficina en pleno centro de la ciudad, plagada de víboras.

¿Por qué funciona así?

¿Cómo se llega a pensar de esta manera? Es simple. Si todo el mundo tiene ese fuerte impulso de intercambiar chismes, algo adaptativo debe haber en esa conducta. Esa es la premisa básica para considerar el tema, desde el punto de vista de un científico social.

Precisamente con esa línea de pensamiento, Charlotte de Backer, psicóloga evolucionista, comenzó a estudiar en profundidad los fenómenos de chusmerío.

Para esta estudiosa del cotilleo o el chisme, esta actividad resuelve un problema adaptativo. Reduce los costos y los riesgos implicados en tener experiencias en primera

persona. Nada más y nada menos que eso. Se trata de economía de gasto. Permanentemente aprendemos de los demás. Pero también es cierto que aprendemos cuando los demás son capaces de narrarnos sus propias experiencias acerca de sus aprendizajes.

Aprender depende no solo de nuestras propias vivencias, sino también de las experiencias ajenas. La posibilidad de transmitir esas experiencias facilita el intercambio de información vital para los grupos humanos, no importa la época o el lugar en el que nos encontremos.

Saber cuáles estrategias han dado resultado o cuáles han terminado en un rotundo fracaso posee un gran valor adaptativo. Al menos eso es lo que venden muchos programas académicos de MBA en el mundo y todas las prestigiosas revistas de *management* sobre la Tierra.

Redes sociales

No conozco a nadie que no diga que Facebook es un chusmerío. Es el conventillo de la aldea global. La tribu ahora se ha globalizado. El cotilleo, que antes se daba con el panadero, la peluquera, el portero, ahora es con cualquiera con quien compartimos nuestra red de contactos. Y... ¿cuál es para usted la red más chusma?

Para el psicólogo Bandura y su teoría del aprendizaje social, hay tres pilares sobre los que se asienta el aprendizaje social. Primero las personas observan a las otras, guardan y organizan la información y luego la practican, si es que van a copiarla. Segundo, observan si esa estrategia ha sido exitosa. Por último, son más proclives a copiar estrategias de personas que tienen un estatus admirado. Es por eso que en las redes no compartimos cualquier chusmerío de cualquiera. Para compartir algo, en la jerga de Facebook, ese contenido debe tener suficiente valor en sí mismo o provenir de una persona con estatus social relevante para nosotros, lo que le da credibilidad a la información.

Hace ya mucho tiempo, Darwin se refirió a «las fuerzas hostiles de la naturaleza». Entre ellas, listó la adquisición y selección de alimentos, encontrar un lugar donde vivir y combatir a los predadores y otros peligros ambientales.

Si bien vivimos en un mundo altamente cambiante, las esencias permanecen. La

información que circula en las redes nos puede resultar de interés y utilidad para esas mismas cuestiones, solo que en entornos algo distintos de aquel de la sabana. Y una vez más, aquellos que lograron sobrevivir fueron quienes supieron escuchar las historias ajenas, aprender de ellas y obrar en consecuencia.

Nuevos códigos sociales en la Red

«Estaba aburrida y me conecté un rato a ver qué había de nuevo. Me extrañó que Luis no hubiera colgado nada. Fui a su perfil y ahí recién me di cuenta: ¡me había eliminado del Facebook! ¡Te juro que no podía creerlo! ¡Buscaba, buscaba y revisaba y no podía convencerme de que me hubiera hecho semejante cosa! No me aparecía más como amigo... increíble. Dicho así, sé que parece una estupidez, ¡pero no sabés lo que me dolió eso! Fue como una traición a la amistad».

Relatos como estos son cada vez más frecuentes en boca de jóvenes y no tan jóvenes. Muchos «facebookeros» viven sus vidas en modo «hiperconectado» y entonces cada acontecimiento de la Red tiene una importancia difícil de comprender por parte de aquellos que aún están ajenos al mundo virtual. Según datos de Grupo Radar, en Uruguay hay 1 900 000 perfiles de Facebook, así que no se trata solo de un asunto de jóvenes.

Mientras Laura seguía llorosa por haber sido eliminada del Facebook de su amigo Luis, Carlos decía con lágrimas en sus ojos:

«Elena puso que ya no estaba más en una relación conmigo en el Facebook. Ahí caí que la cosa iba en serio. Para el mundo, yo ya no era su novio. Fue la manera de confirmar que ya no le interesaba más. Me fue imposible no ponerme triste».

Carlos testimonia aquello de que «si lo dice Facebook, es cierto». Cada vez más, las cosas de la vida suceden siempre y cuando aparezcan en Facebook. La Red convalida las relaciones, las hace florecientes o marchitas.

YouTube y las redes sociales han modificado algunas cuestiones vinculadas con la fama. Por ejemplo, los más chicos, miden su popularidad en número de *likes* en sus fotos y publicaciones, y en la cantidad de respuestas que reciben en las distintas redes. Obviamente, la cantidad de seguidores en Twitter es un criterio claro de influencia de lo que la gente tiene para decir. De hecho, aplicaciones específicas como Klout (aplicación

que mide el índice de influencia de las personas en las redes sociales) son capaces de medir el grado de influencia que tiene un usuario en las redes sociales. Volvamos a Carlos, que profundiza en lo que le sucedió y comenta también que:

«Cuando vi lo que había puesto en la relación, inmediatamente la saqué del WhatsApp y de mis contactos del celular. Estaba recontraenojado y quería borrarla de todo lugar visible: Facebook, Twitter, Line... Era mi pequeña y dulce venganza. Si yo ya no importaba más para ella, debía dejar de existir en todos mis aparatos».

La aplicación Unfollowers.me permite saber quién te ha dejado de seguir en la red Twitter y por tanto monitorear tu performance en las redes sociales, es decir, la aceptación o no de tus decires en red.

Confianza virtualmente real

La autora Esther Gwinnell (1999) en *El amor en Internet: intimar con desconocidos a través del ciberespacio* nos recuerda que, en épocas de guerra, las mujeres escribían cartas a los soldados y se enamoraban de ellos a pesar de jamás haberlos visto personalmente. Durante la guerra de Vietnam, ellas lo hacían a través del servicio operación Dear Abby. En plena contienda, los soldados pensaban constantemente en las mujeres allende el mar y en sus misivas. Fantaseaban sobre lo que harían al volver a sus casas, pensando en esas cartas anónimas, que resultaban de una «utilidad terapéutica» indiscutible. Estas cartas de mujeres desconocidas los unían a su tierra natal y a la vida normal; eran un refugio frente al peligro constante que acechaba a cada paso. ¿Es que algo de esto ha sucedido con el mundo mal llamado virtual?

Camila descubrió a su novio viendo pornografía en Internet y tuvo un ataque de celos y desconfianza. Saber que la pareja ve pornografía por Internet a muchas mujeres les despierta los mismos celos que si sucediera en el mundo material.

Aún no hay *apps* para todas las situaciones. De hecho, para Martín y Elena, todo comenzó con una pregunta en apariencia ingenua:

«¿Quiénes son Clara y Florencia que siempre te comentan las fotos? ¿De dónde las conocés?», preguntó Elena, así como al pasar.

Lo que parecía una pregunta azarosa resultó ser el comienzo de una pesadilla para la pareja de Martín y Elena que, a partir de ahí, comenzaron a pelear y discutir cada vez

que alguno de los dos se alejaba con su *tablet* o con su celular. La desconfianza había nacido en Internet y había llegado a su monoambiente, y no había ninguna *app* que restableciera la confianza perdida.

Hoy es común que muchos novios compartan la contraseña del Facebook o del celular como signo de confianza y fidelidad. Esto lleva a que algunos celosos se dediquen a eliminar amigos del Facebook de sus parejas, generando fuertes discusiones y, a su vez, desilusión en aquellos amigos eliminados. Muchas veces los mejores amigos también comparten contraseñas. Esto se vive casi como entregar la llave de la confianza al mundo íntimo de las redes.

Amor y celos. Comunicación mediada por pantallas o por papel. El amor y los celos se despiertan siempre, en todas las épocas, en todos los lugares. Los afectos no saben de distancias.

Espacios virtuales, reales y entre medio: *phubbing*⁴

Hace un par de años atrás, Sherry Turkle, profesora de Estudios Sociales de Ciencia y Tecnología en el Instituto Tecnológico de Massachusetts (MIT, según sus siglas en inglés), lanzó un nuevo libro. Su sugestivo título: *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other* (traducción: «solos pero juntos: por qué esperamos más de la tecnología que de cada uno de nosotros») fue un balde de agua fría para muchos fanáticos tecnofílicos, que tildaron a Turkle de traidora. La crítica especializada fue previsiblemente dura con esta profesora, que jamás ha renegado de decir lo que piensa, estén o no de acuerdo sus ideas con las modas imperantes. Su libro anterior: *La vida en pantalla: la identidad en la era de Internet* resultó un éxito editorial, aunque creo, debieron pasar muchos años para que el público general realmente entendiera el tema central al que se refería Turkle en esas páginas. En aquel momento, en que el mundo miraba entre extasiado y atónito los avances en materia de tecnología, Turkle mostraba cómo los juegos *online* eran una oportunidad para definir la identidad y jugar con ella. Las largas horas dedicadas a pasar pantallas y subir niveles en los juegos multiusuario *online* no eran solo un pasatiempo superfluo, sino una forma de experimentar con la identidad y aprender a ser, de formas diferentes a las que estábamos acostumbrados. Lo que se aprendía jugando e interactuando en los entornos virtuales

servía luego de la desconexión. Era un camino de ida del cual se podía volver con nuevas y útiles herramientas. Para los muchos que aún veían el mundo *online* como algo sospechoso y plagado de misterios, esto resultaba sorprendente.

Pero el pensamiento de Sherry Turkle ha evolucionado y actualmente plantea que nos estamos dejando llevar por la tecnología a lugares donde no queremos ir. Desde nuestros bolsillos, los dispositivos nos arrastran con fuerza hacia el mundo digital. Nos cambian lo que somos y hacemos. Las tecnologías actuales nos conectan más, pero nos dejan, al mismo tiempo, con una sensación subyacente de soledad. Tecnología que une, al tiempo que separa.

Mientras todo esto sucede, los más chicos han iniciado una peregrinación lenta desde Facebook hacia otras redes, donde, al menos, se sienten ajenos a las cuestiones que afectan a los adultos. Nuevas redes adolescentes, como Instagram, Vine, Snapchat, Musical.ly, están atrapando a los púberes y adolescentes que solo quieren saber qué es *cool* y qué no, a quién seguir y qué tendencia será la que prime en los próximos meses. Mientras tanto... sigue habiendo vida más allá de Internet.

Stop phubbing

La escena es cada vez más común. Gente que está en apariencia reunida, pero separada hasta el infinito por sus dispositivos. Estos, cada vez más inteligentes, son capaces de generar miles de conversaciones *online*, arrancar miles de sonrisas y chispazos de creatividad. Pero muchas veces todo lo que aportan los móviles pareciera ir en detrimento de las interacciones cara a cara. Los dispositivos se interponen entre las personas. Las pantallas se encienden al tiempo que las conversaciones se apagan. De hecho este fenómeno ya tiene un nombre: *phubbing*. ¿De qué se trata el *phubbing*? ¿Es acaso una de esas nuevas palabras que pretenden causar sensación? Quizás, pero también el término busca que se tome conciencia de algo que nos está sucediendo en el día a día. *Phubbing* no es ni más ni menos que dejar de prestarle atención a la persona que está al lado por priorizar el celular.

Preferir mirar la pantalla del teléfono para actualizar un estado de Facebook, comentar una foto, responder a un comentario, publicar en Twitter o Instagram o simplemente leer el *timeline* de Twitter, en lugar de prestarles atención a los que están al lado, son

considerados *phubbing*. Enviar mensajes por WhatsApp, Line, jugar o pedir vidas en el Candy Crush, volviendo invisibles a los que están al lado, son también considerados *phubbing*.

El sitio Stop Phubbing⁵ brinda una serie de herramientas concretas para manejar la información relativa al *phubbing*. Allí se pueden observar acciones que pueden realizarse tanto para evidenciarlo, como para contrarrestarlo. Iniciativas como estas son una suerte de movimiento contracultural que busca que las personas tomen conciencia sobre este fenómeno que se expande sobre la sociedad toda. El sitio presenta estadísticas, comparaciones, metáforas, infografías y cartelería alusiva al fenómeno.

Así como desde hace años existe una llamada *netiquette* o ética de la red, se está haciendo necesario explicitar una ética de alternancia entre el mundo virtual y el material. Los espacios de conexión están devorando los espacios materiales y haciéndolos desaparecer casi por completo. Se está privilegiando el mundo de la conexión por sobre el encuentro analógico. Los cercanos se están alejando al tiempo que los lejanos invaden los espacios de intimidad. Y esto no solo acontece en los espacios públicos, como pueden ser los ómnibus, las plazas o las salas de espera, sino también en los espacios privados y en la intimidad.

El celular ha desplazado los mp3, los GPS y las cámaras fotográficas. Se ha adueñado no solo de los bolsillos, sino también de los espacios de intimidad, que son permanentemente invadidos por *ringtones*, zumbidos, vibraciones.

Según una reciente investigación, el 40 % de las personas preferiría no tomar café, el 18 % dejaría de bañarse cada día y el 15 % abandonar el sexo antes de dejar su... ¡iPhone!

Más de la mitad de las personas manifiestan no sentirse seguras de salir de sus casas sin el celular. En nuestro país, según datos del Grupo Radar, el 81 % de los uruguayos mayores de 12 años usa Internet y más de un millón y medio ya tiene su *smartphone*. En la próxima encuesta quizás podríamos preguntar cuántos uruguayos usan la memoria y el relato para contarles a sus seres cercanos qué hizo en el día. Probablemente nos sorprenderíamos con las respuestas.



Lo que el video se llevó

Algunos veranos atrás, la prensa se venía encargando del tema del descontrol durante la noche en algunas calles de Punta del Este. Junto con las protestas y posteriores demandas de vecinos y los recuerdos de algunos episodios de los pasados carnavales de La Pedrera, se hablaba también de la noche en la Barra y en Punta del Diablo. Jóvenes, alcohol, música, ruido, noche, sexo eran las aristas frecuentes de los artículos periodísticos relacionados con el tema.

La segunda quincena de enero no solo trajo lluvias en abundancia, y menos playa, sino también algunos nuevos episodios en esta serie. La lluvia se transformó en una tormenta mediática cuando algunos videos caseros, tomados con celulares, empezaron a circular por redes como WhatsApp y llegaron a manos de los medios masivos. Se trataba de videos de contenido sexual que involucraban a jóvenes en distintas situaciones comprometidas, o más bien comprometedoras. Pero uno de ellos concitó casi toda la atención, dado el tenor del mismo y que, además, contaba con el agregado de haberse filmado en un paraje tradicionalmente tranquilo: el familiar *camping* de Santa Teresa. Con el correr de los días, ese video se fue transformando en una suerte de analizador de nuestra relación actual con las cámaras, las fotos, los alcances de la intimidad en nuestra sociedad y las fronteras cambiantes entre lo público y lo privado.

Foto, foto...

Comencemos por decir que el valor y el lugar que ocupan la fotografía y la filmación

han cambiado en nuestra época. La masificación en el uso de los *smartphones*, con cámaras y redes sociales incluidas, nos transformó a todos en potenciales *paparazzis*.

Para un buen número de autores que estudian el tema en profundidad, la fotografía ha dejado de ser una actividad artística, ya sea profesional o *amateur*, para ser algo común a toda la sociedad. Todos somos fotógrafos. A su vez, la foto ha pasado a ser también un objeto de sociabilidad y de intercambio. De alguna manera, hoy *somos* a través de las fotos que hacemos circular, que hablan de y, a veces, por nosotros. Ya no las guardamos en cajones con llave. Hace ya rato que salieron de lo privado. Intercambiamos esas imágenes con los otros: cercanos y no tanto. Las hacemos circular y ellas hablan de nuestro devenir. Facebook luego las junta y nos las devuelve en un *film* que «sintetiza nuestras vidas». La fotografía ya no está tampoco acotada a los momentos especiales de nuestra vida. Con una cámara en mano, todos los momentos de la vida pasan a ser especiales, fotografiables, por lo que finalmente ningún momento termina siendo realmente especial. Vaya paradoja.

Si las fotos y las filmaciones son para cualquier momento, ¿existe alguna situación donde estas no tienen cabida? La cultura actual aún no ha resuelto esto, en parte porque la tecnología va a una velocidad y la cultura avanza sustancialmente más lenta.

Filmar la vida es la situación por defecto. Es lo que todos hacen. Todo el tiempo. En todo lugar. Todo es documentable, salvo aquello que esté expresamente prohibido. Allí está el límite. En lugar de firmar un papel que habilite a la cesión de derechos, deberíamos firmar documentos que exijan la no documentación de los hechos, pero en un mundo rodeado de cámaras, esto parece un sinsentido.

Cada uno de nosotros contamos con armas de destrucción masiva de la intimidad, al menos tal cual la entendíamos pocos años atrás. Y ahí es donde el video de Santa Teresa nos vuelve a convocar para pensar esta cuestión. Se han invertido los términos. Hoy lo que tenemos son algunos momentos especiales para *no* filmar. Se ha invertido la tradicional ecuación. El problema que se planteó en la prensa no fue lo que *pasó* en Santa Teresa, sino lo que se *filmó* allí. La ola de «filmarlo todo» arrastró a los jóvenes hasta dentro de un sanitario, literalmente.

Podemos hablar de una suerte de «espectacularización de la intimidad», tal como lo plantea la antropóloga argentina Paula Sibilia. Podemos verlo también como un desborde de la intimidad o como una invasión de la misma. También podemos analizarlo como la desaparición de esas fronteras que se levantaron en la modernidad. Los celulares son la

maza que derriba el último muro de la privacidad. No hay afuera ni adentro, ni momentos de vida y momentos memorables, filmables. La vida pública y la vida privada se reúnen nuevamente, como supieron hacerlo hasta la modernidad. La vida es *The Truman Show*⁶. La tuya, la mía, la de todos, salvo que decidas transformar ese momento en uno especial. Ese momento ya no será uno Kodak, sino que se ubicará en sus antípodas: será un momento especial porque el único registro que tendremos de él será el de nuestras memorias, frágiles, evanescentes, poco confiables, en definitiva: humanas.

Sobreexposición social en las redes, identidad digital y herramientas para manejarla

La escena es conocida. El director llama a los padres para una entrevista. Estos acuden a la misma y, al entrar a la oficina, ven sobre el escritorio una hoja impresa donde aparece un grupo de Facebook creado por su hijo. Ese material hace aparecer todo el mundo virtual, antes «invisible». Todo aquello que parecía ocurrir en un universo paralelo se materializa. Toma cuerpo en el documento impreso, testimonio material del accionar *online* adolescente. Al leer los contenidos allí escritos, los padres se sonrojan, quieren que la Tierra los trague o que solo se esté tratando de una pesadilla. Mientras comienzan a escuchar de lejos las palabras del director, ya piensan en el encuentro con su hijo al regreso de la entrevista. Concluye la misma. Los padres salen preguntándose dónde estaban mientras su hijo escribía esas cosas. Intentan entender los por qué de esa conducta. Pasan de la angustia al enojo. Comienzan a reprocharse el uno al otro y al mismo tiempo a enojarse con su hijo. Cuando lleguen a su casa y le cuenten, él no podrá entender cómo ese material llegó a manos del director. «Si estaba en un grupo secreto», alcanzará a decir mientras la puerta del cuarto se cierra abruptamente.

Esta escena, palabras más, palabras menos, es una fotografía de lo que sucede hoy, no solo en nuestro medio, sino también en todas las latitudes.

Kurt Bensmiller, a encargo de la compañía Yahoo!, dirigió en el año 2005 el estudio *Truly, Madly, Deeply Engaged: Global Youth, Media and Technology* (traducción: «verdaderamente, locamente, profundamente comprometidos: juventud global, medios y tecnología»). De ese estudio surge el perfil de una nueva generación para la cual los medios y los dispositivos juegan un rol preponderante en sus vidas. Según Bensmiller,

estos jóvenes se apasionan, evitan la pasividad y se comunican constantemente a través de Internet y de los celulares, buscando la interconexión. Viven en conexión, por defecto, creando perfiles, páginas, comunicándose con sus pares, mientras realizan búsquedas en Google y Wikipedia. Sus vidas suelen estar conectadas y ese parece ser su estado «natural»: la conexión. A su vez, las tecnologías les permiten desarrollar un sentido de pertenencia a través de las comunidades virtuales, ser valorados por lo que son y lo que expresan a través de la Red. La cantidad de «me gusta», así como la cantidad de comentarios que genera una foto subida a Facebook, Instagram o Snapchat, mide la popularidad del joven conectado. La socialización se ha trasladado a las redes y todas las dinámicas sociales hacen cuerpo allí. Las conversaciones son circulares: a veces comienzan en la materialidad, otras en la virtualidad, pero se continúan en uno y otro espacio, son continuas, lo que lleva a que las horas de sueño se vean menguadas por esta hiperconexión.

Pero ¿qué pasa cuando lo que termina haciendo la conexión es desconectarlos de los otros que están a su lado o cuando lo que comenzamos a observar es una suerte de *sobreexposición social* que los lleva, por ejemplo, a quedar atrapados en esas dinámicas de *bullying* o simple de maltrato en el ámbito de la virtualidad?

Introducir un dispositivo en medio de la relación con las otras personas opera muchas veces como una barrera de protección frente a los peligros de la cercanía física y emocional. La computadora puede funcionar como una protección de un joven tímido y servirle de escudo de contención. Incluso puede ayudar a aquellos con dificultades de socialización a acercarse a los otros. Pero también como una forma de ocultarse para, a través del anonimato, herir a los otros. Plataformas como Ask.fm y Kiwi, que aprovechan el anonimato, han generado mucho malestar en chicos que ven sus nombres reales atacados por acosadores digitales anónimos, que las más de las veces no son más que compañeros de clase disfrazados. A veces son tantas las horas de conexión, que prácticamente ya nada queda por decirse. Ahí comienzan a verse los efectos de la saturación o sobreexposición social: los chistes de mal gusto, las bromas pesadas, los grupos secretos, las fotos desconsideradas, las exclusiones sociales, los comentarios innecesarios. Muchas veces bajo la creencia de que lo que ocurre en Facebook pasa en un mundo paralelo, un universo inmaterial donde no queda registro de los accionares o decires, los jóvenes se manejan sin cuidados ni filtros. Ese «sin filtros» se traduce en un vocabulario que suele ser descarnado, agresivo, las más de las veces grosero, en el caso

de los varones, y sin filtros en lo que muchas jovencitas muestran de sí mismas en un ambiente que puede ser potencialmente público, aunque ellas lo desmientan. Muchos padres se enteran de estas cosas cuando son llamados desde los colegios, liceos o escuelas. Ahí la virtualidad deja ser inmaterial y se vuelve más que tangible: un dolor de cabeza.

Telefonía celular, *sexting*, *cyberbullying*

Muchas cosas han cambiado desde que existen los teléfonos celulares. Cuando estos no formaban parte de nuestra geografía habitual, la primera pregunta que hacíamos a nuestro interlocutor era: «¿Cómo estás?». Hoy esa pregunta se ha transformado en «¿Dónde estás?». La movilidad y la polifuncionalidad del teléfono traen a su vez aparejadas otras consecuencias. El teléfono solía ser un dispositivo para llamar a un lugar y hablar con una persona, hoy sus funcionalidades son mucho mayores y se lo utiliza como calculadora, despertador, agenda y, cada vez más, como vehículo de transmisión de imágenes, videos o comentarios en las redes sociales.

Nos estamos convirtiendo en seres dependientes de la tecnología, al tiempo que en *infernóvoros*, sedientos de nueva información, permanentemente pendientes de que algo nuevo entre en nuestras vidas. La conexión es permanente, casi por defecto, y eso a su vez hace que algunas problemáticas que ya conocíamos en lo analógico comiencen a trasladarse al ámbito de las redes.

Intercambiar mensajes picantes, cómplices, ha sido una actividad muy frecuente desde que surgieron los SMS o mensajes de texto. Con la masificación de las cámaras digitales, esos SMS comenzaron a transformarse en MMS, trasladando imágenes de un lado a otro, luego aparecieron WhatsApp y Snapchat. Justamente al intercambio de fotos sensuales se lo denomina *sexting*, y los destinos finales que toman estas imágenes a veces son muy diferentes al íntimo inicialmente concebido. Algunas de esas fotos terminan haciéndose públicas, con toda la humillación y vergüenza que esto trae aparejado. Las redes son hoy uno de los lugares privilegiados para que esto suceda y para que, a su vez, se difunda. Pero en la hiperconectividad no solo hay complicidad, flirteo y *sexting*, sino también violencia, simbólica y de la otra. Es el caso de otro de los fenómenos como el denominado *cyberbullying* o acoso en la red, que abordamos anteriormente.

De ahí la importancia para los padres de conocer el mundo digital actual, esa nueva geografía virtual en la cual socializan sus hijos. Mostrarles que las mismas reglas éticas y morales del mundo material debieran seguirse en el ámbito de la virtualidad no solo no está de más, sino que resulta imprescindible para guiarlos en sus accionares digitales. De ahí la importancia de conocer los entornos y de guiar a los jóvenes en estos nuevos derroteros para hacer de ellos ciudadanos del mundo, responsables de sus dichos y sus actos en todo tiempo y lugar.

Obrar bien o mal no está pautado por un celular, ni por una red social. Los mensajes que enviamos a través de las redes sociales y las páginas que creamos pueden ser un lugar para cultivar amistades, ampliar el capital social o un territorio para, escudados en el anonimato y la facilidad de difusión, marcar para siempre la vida propia y la de los otros.

4. Fuente: www.stopphubbing.com.

5. Disponible en: <http://stopphubbing.com/>, acceso junio de 2017.

6. Es una película dirigida por Peter Weir, protagonizada por Jim Carrey y Ed Harris, que se estrenó en 1998.

CAPÍTULO VI

Una sociedad adicta a la tecnología

Testeando la adicción a Internet

- ¿Con que frecuencia se encuentra con que lleva más tiempo navegando del que pretendía estar?

Así comienza el *test* de adicción a Internet que tradujera y adaptara el doctor Luis I. Mariani a punto de partida del *Internet Addiction Test* de la doctora Young (disponible en Internet). Esta doctora fue la primera psiquiatra interesada en esta cuestión allá por el año 1988, cuando Internet no era ni cerca lo que es ahora. El *test* en cuestión consta de veinte preguntas que se pueden completar *online*. Tras marcar las casillas correspondientes, el sistema nos brinda una puntuación que determina nuestro «nivel de adicción a la Red de redes». Pruébelo. La propia experiencia de llenar el formulario es interesante, ya que nos muestra dónde nos situamos en relación con el consumo de Internet. Esta puede ser una buena estrategia para utilizar por aquellos padres que puedan tener cierta preocupación por el hiperconsumo de Internet por parte de sus hijos. Para los más jóvenes, recomendamos el sitio Keep me out, que nos da una idea de cuánto tiempo pasamos conectados a nuestras páginas preferidas. Nada mejor que una instantánea desde afuera para ver cómo estamos consumiendo nuestra dieta cognitiva preferida.

Este *test* nos permite darnos cuenta de cómo ha cambiado nuestra forma de consumir Internet en estos últimos años. Hoy Internet está en todos lados. El viejo ciberespacio y la virtualidad se han desbordado y han inundado toda la vida antes llamada real. Para ilustrar un poco la naturaleza del *test*, prestemos atención a la pregunta doce, que dice:

- ¿Teme que su vida sin Internet sea aburrida y vacía?

Esa pregunta formulada en 1998 era una cosa, hoy es otra muy distinta. Gran parte de

nuestra dieta cognitiva, de nuestro trabajo y nuestra socialización están atravesados por el uso de Internet. Pensemos, sin ir más lejos, qué sería de nuestros jóvenes sin la socialización a través de Facebook y de nuestras comunicaciones sin el *mail*.

La pregunta siete del mencionado *test* quiere saber:

- ¿Con qué frecuencia chequea el correo electrónico antes de realizar otras tareas prioritarias?

Quien esté libre de pecado... que envíe el primer WhatsApp. Los *smartphones* han hecho que el chequeo del *mail* sea una actividad del pasado; los correos simplemente llegan, están ahí disponibles a cada instante.

¿Adicción?

Técnicamente, la adicción a Internet no existe, porque lo que genera adicción no es la Red en sí misma, sino los distintos entornos que la conforman. Este es un punto de comienzo fundamental que vale la pena seguir aclarando una vez tras otra. Muchas veces se tiende a pensar que las relaciones adictivas se dan solo con sustancias, pero sin embargo en el caso de Internet se da con una actividad, tal como sucede con otro tipo de actividades, como por ejemplo el juego patológico. Se puede establecer con los distintos entornos de la Red una relación adictiva, de dependencia, de la cual se hace difícil desprenderse.

Evidentemente no es lo mismo formar parte de un club de *fans online* que el pertenecer a una lista de correo científica o simplemente pasar horas frente a las fotos de Facebook. Algunas de las adicciones son orientadas al juego o a las competiciones, mientras que otras están más relacionadas con necesidades sociales o extensiones del *workaholism* o adicción al trabajo. En este último caso sería la adicción dentro de la adicción, donde Internet sería un medio facilitador para mantener la adicción original.

Desconectarse no es cosa de hombres

En el año 2016, gracias al auspicio de varias instituciones de nuestro medio, llevamos

a cabo, junto con una productora local responsable de la idea, una actividad denominada #YoDesconecto.

Tal como su nombre lo indica, la jornada apuntaba a generar conciencia sobre la hiperconexión a los dispositivos electrónicos. Se pretendía comenzar a identificar el fenómeno como un problema y a poner sobre la mesa el tema para su debate abierto.

Como parte de ese trabajo, diseñamos una encuesta sobre usos de tecnología, que hoy forma parte de una investigación más vasta.

Para el caso que nos ocupa, trabajamos con una muestra no probabilística de más de 400 personas de Montevideo, pero tomaremos para analizar en esta oportunidad el comportamiento de 234 de ellas, el segmento de los profesionales universitarios con estudios terciarios terminados al momento de completar la encuesta. Se trató de una muestra no probabilística, por lo que las personas encuestadas allí se recogen en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población general iguales oportunidades de ser seleccionados, por lo que estos datos no tienen valor estadístico, sino que solo permiten explorar tendencias. La encuesta autocompletada se realizó a través de grupos de WhatsApp, en el marco de la ya mencionada jornada donde se apuntaba a la toma de conciencia sobre las horas de conexión, promoviéndose un uso saludable de la tecnología. Entre ellas, el 59,4 % eran mujeres y el 40,6 % restante, hombres. El promedio de edad fue de 40 años, distribuidos de la siguiente forma:

- 39 menores de 29 años.
- 123 con edades entre 30-49 años.
- 29 de más de 50 años.

Datos de conexión

Observamos que en la franja hasta los 29 años, la mitad de las personas de la muestra se conecta más de 6 horas diarias y una cuarta parte prácticamente todo el día. Cuando pasamos a la siguiente franja de edad, entre los 30 y 49 años, una cuarta parte se conecta más de 6 horas diarias. El 28 % del universo masculino y el 31 % en el caso femenino señalan que prácticamente todo el día están conectados.

La diferencia por género, en cuanto a las horas de conexión, no es significativa desde

el punto de vista estadístico. Cuando analizamos qué es lo que hacen en ese tiempo de conexión, surgen datos esperables (coincidentes con la literatura internacional), como los de un mayor uso de las redes sociales por parte de las mujeres que de los varones de la muestra. En tanto, estos últimos juegan más que el universo femenino en las tres franjas de edades.

Cómo viven la hiperconexión

Una de las cuestiones que buscábamos indagar era si el tema del tiempo que se pasa en conexión representaba o no un problema para las personas, apuntando a analizar la percepción subjetiva de la experiencia de alta conexión.

«Es un tema sobre el que me detengo a pensar» era una de las posibles respuestas. Los resultados hallados muestran que la variable sexo tiene incidencia. Las mujeres aparecen como más reflexivas a la hora de pensar sobre sus horas de conexión. Los niveles de preocupación sobre el tema no varían demasiado según el sexo, pero los niveles de reflexión sobre el tema sí cambian. Mientras entre los varones el 45,7 % medita acerca de sus horas de conexión, en el caso femenino esa cifra sube a 57,6 %. ¿Son acaso más reflexivas ellas que ellos? Linda pregunta para disparar cuestiones de género en torno a la hiperconexión.

El 28,4 % de las mujeres elige la opción «no me detengo a pensar», en contraste con el 36,8 % en el caso de los varones. ¿Es que acaso somos los varones, además de menos reflexivos, también más necios y negadores? Desde esta aproximación al tema, resulta claro que los hombres, al parecer, problematizan y cuestionan menos sus niveles de conexión.

Por otro lado, la idea de desconexión les parece positiva a ambos sexos. La valoran prácticamente de la misma forma, generando en ambos marcadas sensaciones de libertad y alivio. Aquí el segmento más joven plantea el aburrimiento posterior a la desconexión, algo casi ausente en las otras franjas de edad.

La pregunta «¿Pensás que estás conectado a los dispositivos más tiempo del que quisieras?» genera respuestas diferentes según la edad, pero nuevamente según el sexo. Las mujeres tienden a ser más autocriticas y a elegir para responder las opciones de mayor conexión que los hombres, que, en ningún caso, plantean estar excesivamente

conectados. La gran mayoría de los hombres manifiestan no estar conectados más tiempo del que quisieran. La idea de tener control sobre la situación parece estar presente en el sexo masculino con inusitada fuerza. ¡Ah, machos!

Según la edad, la opción «excesivamente conectado» recién aparece en los varones mayores de 30, mientras que las jovencitas ya lo plantean desde antes.

En síntesis, de acuerdo con los resultados de esta muestra, podemos concluir que si bien ambos sexos comparten las mismas sensaciones frente a la idea de desconectarse, son las mujeres las que más se cuestionan las horas que transcurren frente a los dispositivos electrónicos. Se ven a sí mismas como conectándose más tiempo del que quisieran, haciéndolo excesivamente y reflexionando en mayor medida sobre ese tiempo. Mientras tanto, la misma cantidad de horas en conexión no representa un problema para los varones, que piensan menos, se reprochan menos y... juegan más en su tiempo de conexión.

Hombres, mujeres y celulares

La literatura científica, que se ha encargado de ver las diferencias de uso de la tecnología según el género, señala la mayor resistencia femenina a la adopción de innovaciones tecnológicas frente a su mayor integración, una vez adoptadas, en la vida cotidiana y las relaciones interpersonales.

De acuerdo con los resultados de muchos estudios acerca del uso de celulares, las mujeres hacen un mayor uso de funciones tradicionales, como ser llamadas y envío y recepción de mensajes, mientras que en los hombres se destaca el juego.

Según los números que manejamos de una investigación local, en una muestra de casi mil adolescentes liceales de Montevideo, de primero a sexto año, en todas las edades, las chicas prefieren el celular a la computadora.

La relación que establecen con el celular es diferente según el género al que pertenezcan, y las actividades que predominan son también diferentes. Por eso también cuando no lo tienen, las sensaciones que surgen no son iguales para varones o mujeres, las mujeres terminan siendo «más adictas al celular» que los hombres, ya que suelen enlazarlo con sus actividades sociales y familiares.

«Amo mi celular y extraño mi *notebook*»

La Psicología como disciplina clásicamente ha estado centrada en las personas. Ha estudiado en profundidad lo que las personas hacen y sienten con respecto a ellas mismas y a los otros. Podríamos decir que el mundo abstracto de la Psicología es un territorio poblado exclusivamente por personas. En ese marco de análisis, ficticio como todo modelo, el papel de la tecnología aparece como casi nulo en la vida de las personas. Pero, tomando en cuenta la cantidad de dispositivos con los que interactuamos a diario, ¿podemos decir que la psicología del ciudadano del siglo XXI funciona así realmente? ¿No nos estará faltando en nuestra ecuación comprender mejor el papel que la tecnología y los dispositivos tienen hoy en nuestras vidas enredadas?

Los dispositivos tecnológicos suelen ser vistos como objetos, y eso, parcial y obviamente, es correcto. Como objetos materiales que son, resultan iguales para todas las sociedades, pero las relaciones que se establecen con ellos serán, en parte, culturales, personales, intransferibles. Para un adulto mayor, un celular es un teléfono que brinda seguridad al permitirle llamar a sus seres queridos cuando necesita hacerlo. El mismo aparato, en manos de un joven, es la llave para estar en contacto a través de las redes con sus pares, tomar y compartir fotos, escuchar música, coordinar encuentros y vivir su vida social en conexión. Para un joven coreano, un celular, más que un teléfono, es un *keitai*⁷, un dispositivo para estar en contacto permanente con lo que está sucediendo en tiempo real, tanto con los seres cercanos como con la información *just in time* que fluye a través de las redes. Como podemos observar, los vínculos que se establecen con los objetos tienen algunos matices que hacen la diferencia en las formas de uso que les dan las personas y las culturas. Poder dejar de verlos solo como objetos tecnológicos para comenzar a visualizarlos como dispositivos cargados de valor emocional es parte del desafío planteado por la Psicología contemporánea.

«Hace diez años que me duermo con la radio», dice un joven que pasa de los treinta años, al tiempo que una señora de la tercera edad agrega que en su casa siempre está la radio o la tele prendida: «Me hacen sentir acompañada, sobre todo desde que enviudé». «Si llego a la esquina y me olvidé del celular, ni lo pienso, vuelvo aunque llegue tarde», relata una madre de cuarenta años, empleada. «Cada vez que me sacaban el cable de la compu era como si me sacaran un pedazo de mi cuerpo», recuerda un joven muy enganchado a un videojuego *online*.

Solemos escuchar gran cantidad de argumentos acerca de los usos técnicos de los dispositivos electrónicos. Leemos sesudos artículos sobre las distintas aplicaciones y los últimos *gadgets* que despiertan furor haciendo tal o cual cosa. Muchas menos veces escuchamos hablar de los usos emocionales que les damos a esos objetos que ya son parte de nuestra vida cotidiana. Nos centraremos justamente en esa esquina donde la mente y la tecnología se encuentran: los *usos emocionales y cognitivos* que les damos a los dispositivos electrónicos en nuestra vida cotidiana. Cuando las funciones psicológicas se trasladan a la tecnología, se activan nuevas maneras de ver, sentir, percibir y actuar en el mundo. Los objetos que tenemos a mano marcan culturalmente nuestra visión del mundo. Abren y, a la vez, cierran perspectivas, son la prolongación de los sentidos y también el anclaje, la limitante a nuestra forma de actuar, pensar y hasta... sentir.

La experiencia de tuitear es descripta por sus usuarios fuertes como algo que ayuda a sentir la pequeñez del mundo y a sentir el ritmo vibrante de un planeta interconectado. Pero una cosa es tuitear con personas alejadas territorialmente y otra muy diferente pretender llevar los 140 caracteres a las conversaciones cotidianas, hablando lo mínimo imprescindible. La comunicación sintética, un fenómeno típicamente adolescente, a través de una tecnología como Twitter, se propaga y alcanza todas las edades, lo que hace que sinteticen cada vez más sus comunicaciones orales.

La ausencia del celular o la percepción de la batería agotándose disparan en la gente vivencias de pérdida importantes, que se traducen en el miedo a estar desconectados, incomunicados y con la sensación de «algo faltante». Cuando se les pregunta sobre los celulares, las respuestas seleccionadas con mayor frecuencia aluden a la sensación de que el celular es parte del cuerpo, una prótesis para la comunicación y la relación con el otro. Si a esto le agregamos el acceso a las redes y a Internet, llegamos hasta el reciente estudio de la Universidad de Columbia (Nueva York), que concluye que la población ha comenzado a utilizar Internet como una suerte de «banco personal de datos».

¿Qué lugar mental ocupa un celular? ¿Qué función psicológica cumple o puede cumplir un aparato de esos que llevamos en la cintura? Depende. ¿Qué necesidades emocionales viene a cubrir mi *notebook* o Internet y de qué tipo? También depende. Investigaciones que se han hecho al respecto a lo largo y ancho del mundo muestran que los dispositivos electrónicos tienen hoy un lugar trascendental en la psicología del ciudadano de este siglo XXI.

Hoy vivimos en un mundo lleno de objetos tecnológicos que no solo ejecutan funciones técnicas, sino que cumplen funciones psicológicas de protección, seguridad, conexión, sostén, amparo. Muchas emociones están depositadas allí queramos o no, sepamos o no que lo estamos haciendo. Tomar conciencia de ello nos permitirá tomar mejores decisiones. Y más aún: decidir a quién amar, a quién cuidar más y mejor y frente a quién dejar de tuitear o chequear el *mail*. *Send*.

Los celulares como puertas de entrada y salida

En el año 2012 tuve el gusto y el privilegio de ser orador del TEDX Montevideo. En el imponente marco del Teatro Solís, llevé a cabo mi ponencia que se llamó «Amo mi celular». Ese día expuse acerca de la relación que establecemos con los dispositivos, especialmente con el teléfono celular. Hablé de *ringxiety*, esa nueva ansiedad moderna que nos hace escuchar el timbre del celular aun cuando no se haya activado, que nos provoca sentir que suena o que vibra dentro de la cartera o el bolsillo. Mostré la gran dependencia que hemos establecido con el celular y, básicamente, cómo ha cambiado nuestra relación con ese dispositivo, especialmente en los últimos años, en que los celulares pasaron a ser *smartphones* o teléfonos inteligentes. Tiempo atrás, teníamos con el teléfono una relación distante, ocasional. Actualmente tenemos un vínculo fluido, permanente con ese dispositivo al que usamos para casi todo, inclusive... para hablar por teléfono. Este pasó de ser un objeto que estaba ahí, en alguna mesa o repisa de la casa, a casi formar parte de nuestro cuerpo. El celular permanentemente clama por nuestra atención, con los globitos rojos de las notificaciones de todas y cada una de las redes sociales que han llevado a que las conversaciones cara a cara se vean interrumpidas constantemente. En aquella ocasión me referí también a la nomofobia (*no mobile phobia*), la nueva patología asociada al estar sin el celular, algo que se ha ido adueñando de prácticamente todo el mundo en este tiempo de conexión por defecto. Llevamos el celular siempre con nosotros. Si lo olvidamos, casi sin dudarlo, regresamos a casa a buscarlo y damos un suspiro de cierto alivio cuando volvemos a reencontrarnos con su brillante pantalla que nos devuelve existencia y amparo.

Permanentemente me consultan los medios de prensa acerca de si es verdad que hemos desarrollado una adicción a los celulares. La respuesta políticamente correcta

debería ser sí, pero a la vez, debemos sopesar que, si buena parte del mundo aparece como adicto a la misma cosa, quizás debamos replantearnos de qué estamos hablando y de la dimensión cultural del problema que tenemos entre manos, valga la metáfora. ¿Suena razonable decir que somos adictos a la electricidad? En principio, la respuesta pareciera ser negativa. Estamos hablando de un fenómeno cultural que nos atraviesa a todos sin excepción, y no solamente a los jóvenes *millennials*⁸ o a la nueva generación Z⁹, como muchos quisieran creer. La electricidad, Internet y la tecnología móvil forman hoy parte de nuestro oxígeno cultural. Nuestras culturas se asientan sobre estos elementos. Sin ellos, gran parte de la parafernalia cultural simplemente cae, no se sostiene.

Un paso más en el entendimiento de este fenómeno adictivo

Permítanme ir un paso más allá para tratar de entender de qué estamos hablando cuando nos referimos a esta nueva especie de adicción a la telefonía móvil. Cuando le preguntamos a los jóvenes cómo se sienten cuando no tienen el celular, algunas de las respuestas que obtenemos, no importa el contexto sociocultural en el que nos encontremos, son las siguientes:

«Incomunicado, que me falta algo, que me pierdo de lo que está pasando, desconectado».

«Que algo me falta... como si me arrancaran un pedazo de mí... triste, parece que me falta algo».

«Ansiosa por conectarme con “el mundo”. Siento que un pedazo de mi corazón está vacío».

«Rara, ya que no estoy acostumbrada a eso y no puedo usar WhatsApp».

«Muy mal, a veces lloro. Incompleto».

«Siento que me falta algo y me siento incómoda».

«Bien pero medio desconectada».

«Mal y bien, mal porque ya estoy acostumbrada a usar mucho el celular y no tenerlo sería malo, pero bien porque no tengo que estar pendiente del celular y puedo prestar más atención a lo que estoy haciendo».

Hemos llegado entonces a un tiempo donde abundan los diagnósticos, conocemos que

la terapia indicada es la desconexión, pero aún necesitamos pensar mejor en el origen del problema, entender profundamente por qué estamos tan atrapados por los celulares. Una forma de avanzar en ese entendimiento es concebir a los dispositivos como puertas. Estas sirven para entrar, pero también para salir de distintos estados, situaciones, contextos.

En una pequeña investigación de hace unos años sobre el uso de videojuegos en infancia y adolescencia, notamos una tendencia interesante en relación con este punto anterior. Los más pequeños usaban los videojuegos para entrar al mundo de ficción, mientras los más grandes, y especialmente los varones, lo usaban para salirse de los entornos materiales y, sobre todo, «no pensar por un rato». Esas puertas que nos permiten entrar a mundos y salir de contextos están, a su vez, atravesadas por dos grandes componentes: la información y lo social.

Pero buena parte de la información también está ligada a lo social. Es la manera que tenemos de estar dentro del mundo, de conocerlo.

Así funcionan entonces los celulares. Son puertas que nos permiten acceder a las redes, a la información, al mundo, pero al mismo tiempo salirnos de los entornos que nos rodean. Dónde decidimos estar, qué espacios abandonar, sigue siendo la cuestión final, cuando decidimos prestar atención a una notificación y, como consecuencia, desatender o ignorar una mirada.

¿Qué hacer con los millennials en el trabajo?

Se calcula que en los próximos años el 75 % de la fuerza laboral de Estados Unidos estará en manos de los denominados *millennials*. ¿Quiénes son ellos? Se trata de aquellos jóvenes nacidos entre 1980 y 1995. No son ni los tradicionales, ni los *baby boomers*, ni la generación X; son los nacidos en el nuevo milenio. Rodeados de tecnología, adictos a sus celulares y a la neofilia, o pasión por lo nuevo, hoy están dentro de miles de empresas que no saben bien cómo manejarse con ellos. Pero ¿qué motiva a estos jóvenes que en lugar de haber nacido bajo la palabra *crisis* han crecido en la abundancia, no solo de dinero y posibilidades, sino también de información?

«Lo que a mí me llevó cincuenta años descubrir, ellos ya lo saben a los veinte», dice la gerente de recursos humanos de una empresa tradicional. Según diversos estudios, los

millennials claman por un adecuado balance entre el trabajo y la vida privada. En sus planes de vida no se encuentra el vivir para trabajar, sino por el contrario, trabajar para vivir y, si es posible, que ese trabajo se alinee con sus vidas y sus pasiones.

De acuerdo con una investigación desarrollada por la consultora Universum, 73 % de los jóvenes encuestados prefirió el equilibrio entre trabajo y vida a un incremento salarial, y un 82 % ubicó el equilibrio entre vida y trabajo por encima de su posición jerárquica dentro de la empresa. Estos *millennials* esperan no solo aportar algo a sus trabajos, sino también que el trabajo les dé cosas más allá del dinero. Muchos de estos jóvenes preferirían estar desempleados a tener un mal empleo, y ni que hablar un mal jefe.

Los *millennials* son buscadores de experiencias. Han nacido en entornos tecnológicos donde la exploración y la navegación son pilares fundamentales. El miedo al error, paralizante y representativo de toda una generación anterior, no está presente en ellos. El gran terror de esta generación es el escrache digital. El miedo a que ese error se viralice y se haga visible al mundo y termine afectando su reputación.

Un gran desafío

Las empresas sólidas, analógicas y estables se encuentran día a día en sus planillas laborales con esta generación acostumbrada a vivir *online*, conectada 24 horas, en búsqueda de desafíos. Hablamos de instituciones de la modernidad sólida, al decir de Bauman, que emplean a representantes de la denominada modernidad líquida. Las viejas generaciones quedan por momentos desestabilizadas y perplejas frente a las nuevas maneras de manejarse, diferentes a lo tradicionalmente esperable de un «buen empleado».

No resulta sencilla la coexistencia con una generación anterior mucho más atada a lo tradicional, a lo sólido y estándar en materia de empresas. Las diferentes generaciones tienen sus propias maneras de conducirse en varios aspectos. Pero no hay que olvidar que las conductas son solo eso, conductas. A veces, lo que pesa para visualizar algo como falta de respeto o de compromiso son las interpretaciones que hacemos de las conductas y cómo se valoran las mismas. Dos ejemplos típicos actuales son el uso de los celulares y, por ende, las redes sociales y la presencia física en el trabajo como algo

clave. ¿Para qué ir a la oficina si esa tarea se puede hacer desde la casa? Pero muchas veces los jefes no son *millennials* y ahí es donde se dan los choques en las formas de concebir el trabajo.

El cambio no los asusta. Igual siempre están los padres a los que se puede acudir sin que haya una edad clara para irse. Los *millennials* son más reticentes a independizarse y la dependencia con los padres se estira hasta casi los treinta años.

Hay que entender que estas generaciones esperan y necesitan otras cosas de sus trabajos, no se trata de intentar disciplinarlos, sino de pensar las diferencias, reconocerlas y comenzar a pensar en las maneras de retenerlos, motivarlos y aprovechar su potencial de entendimiento de este nuevo mundo interconectado.

Algunos consejos finales para los gestores de recursos humanos que deben trabajar junto a los *millennials* y no desesperar en el intento:

- Considerar la horizontalización que proponen, no como una falta de respeto, sino como parte de su forma de estar en el mundo, un universo que se mueve en torno a redes horizontales y no jerárquicas.
- Entender que buscan flexibilidad de parte de su entorno laboral. Si es posible, hay que intentar dárselas, así su rendimiento será mayor. Temas como la presencia física no tienen para ellos tanta importancia como para los tradicionalistas.
- La diversión y las redes sociales forman parte de sus vidas y se conectan con sus intereses laborales y profesionales. El tema central no son las redes sociales, estas no generan buenos o malos empleados.
- Hay que permitirles aportar, que se sientan que lo que dicen y hacen es relevante para la empresa.
- Les interesa poder desarrollar un propio proyecto. Esto es un *plus* que hay que saber aprovechar.
- Es importante generarles desafíos que los incentiven a un mayor compromiso y eviten el aburrimiento.
- Las políticas de recursos humanos deben dejar de pensarse en términos únicos, sino contemplando las diferencias generacionales.

***Gamification*: la diversión al servicio del «buen hacer»**

Casi dos décadas después, descubrí que aquello que intuitivamente hacía con esas materias o temas aburridos y casi soporíferos tenía un nombre: gamification. El arte de transformar algo árido, costoso, en otra cosa divertida siempre había sido un arma con la que había contado para sobrellevar el encare de esos temas «difíciles para Sagitario». Desde temprano comprendí la frase «si quiere que algo difícil sea hecho, transfórmelo en un juego». Este es precisamente el norte de The Fun Theory, una iniciativa original de la compañía Volkswagen que ha trascendido fronteras por su frescura y aire renovador. A caballo de su lema «Fun can obviously change behaviour for the better», esta campaña busca el cambio de conductas a través de un arma tan vieja como infalible: la diversión. Lejos del castigo por «hacer las cosas mal», la campaña pone el acento en los beneficios y en la potencial diversión que trae aparejado «hacer las cosas bien». En su página web se pueden encontrar diversas iniciativas muy interesantes e ilustrativas de esta suerte de experimento sobre la conducta humana en la urbe. La primera de ellas se trata de una campaña creada por un ciudadano americano para disminuir la velocidad en el tránsito. Recompensando con una participación en un sorteo a quien consiguiera hacerlo, lograron disminuir notablemente los promedios de velocidad empleados en un tramo del tránsito. La iniciativa, que en lugar de multar y penalizar gratificaba a quien actuaba bien en el tránsito, tuvo tal éxito que posteriormente fue implementada en Estocolmo, Suecia. Podríamos decir que fue una suerte de «Comboleta» para el tránsito, algo que los mayores de cuarenta aún recordarán.

Otra campaña se ocupó del reciclaje de botellas en una suerte de contenedor que daba puntos al introducir las botellas. Transformando la actividad de reciclaje en un juego, se promovió la utilización del contenedor ecológico. También aparece en el sitio la promoción del uso de «escaleras musicales» a la salida del subte, en lugar de las tradicionales escaleras mecánicas. Al pisar los escalones, cada uno de ellos da una nota musical claramente audible, que transforma nuestra tediosa experiencia de subir y bajar escalones en una pieza musical de autor. Después, un bote de basura recibe más del doble de residuos de lo que habitualmente se vierte en ellos, al generar un divertido y adictivo ruido de «caída al precipicio» cuando los transeúntes tiran un papel dentro de él. Todo esto que promueve The Fun Theory y el gamification tiene que ver con algunos cambios conceptuales que se vienen avizorando en el campo de la educación de hábitos saludables. El uso de cinturón de seguridad en los automóviles es la última de las experiencias de The Fun Theory. La pantalla ubicada en la parte posterior del cabezal del

asiento delantero solo se enciende una vez que los pasajeros se colocan sus cinturones de seguridad.

Un cambio cultural en el enfoque

Con todos los ejemplos anteriores, parecería que nos vamos desplazando culturalmente del punitivo «crimen y castigo» al divertido «juego y recompensa». Gamification significa precisamente eso: encontrarles un lado divertido a las cosas, en pos de generar nuevos y mejores hábitos, buscando recompensar las actividades positivas en lugar de penalizar las negativas y generando un entorno amigable y divertido para ejecutar las tareas. «Usted me trae un problema, yo le devuelvo un juego» podría ser el lema que se encuentra por detrás de esto. De hecho, la compañía Seriosity en Estados Unidos se dedica a eso mismo, ofreciendo ayudar a las empresas a desarrollar una estrategia lúdica para sus desafíos y su fuerza de trabajo. Pero es mucho más que una simple ludificación de las conductas habituales. Se trata también de una manera original y creativa de encarar con eficacia las dificultades a resolver en muy distintos campos. Humor y diversión no están enfrentados al éxito o a la eficacia en la resolución de problemas, sino por el contrario, pueden ir de la mano.

Muchos se preguntarán ¿en qué otras áreas se puede poner en práctica esta teoría? Casi todas las actividades pueden ser atravesadas por el concepto de gamification. En 2011 la compañía Gartner Research Report estimó que en el año 2015 más del 50 % de las organizaciones innovadoras «gamificarían» sus procesos. Estos procesos pueden dirigirse hacia la interna de la compañía, pero también hacia los clientes, como lo ha hecho Nike o Starbucks, buscando que sus clientes se motiven a hacer ejercicio o a consumir café. El sitio DevHub, una plataforma para desarrolladores Web, ha ido agregando gaming feedback a sus procesos, logrando escalar de un 10 % a un 80 % el número de sitios terminados por sus colegas-clientes. Digital Brand Group, por ejemplo, es la primera compañía india especializada en tecnología en aplicar una gamification platform entre sus empleados, transformando su empresa en una de las de mejor clima laboral en su país.

¿En qué otras áreas se está utilizando el gamification en la actualidad? Hemos encontrado diversas experiencias en variados campos. Los entrenamientos de personal,

los manejos de proyectos, programas de fidelización de clientes, completamiento de encuestas, análisis de mercado y, por supuesto, en el ámbito de la educación, a través de las plataformas adaptativas.

El libro *Total Engagement Using Games and Virtual Worlds to Change the Way People Work and Businesses Compete*, del profesor de Stanford Byron Reeves y su colega Leighton Read, se pregunta qué pasaría si buscáramos resolver problemas con los clientes, diseñar un nuevo software o diseñar mejores rutas de distribución trabajando dentro de un entorno de juego. Millones de adolescentes pasan miles de horas frente a las pantallas buscando resolver problemas por el mero hecho de alcanzar un objetivo. ¿Qué pasaría si condujéramos esas fuerzas hacia la resolución de problemas prácticos de la vida cotidiana?

Hace ya varios años escribí un artículo llamado «¿Por qué atrapan tanto los videojuegos?», que fue presentado en un Congreso Latinoamericano de Psiquiatría Infantil. Allí daba cuenta de algunos elementos de los juegos que los volvían adictivos. James Paul Gee, en un libro magnífico llamado *Lo que nos enseñan los videojuegos sobre el aprendizaje y el alfabetismo*, remarca que «los juegos no son solamente una fuente de entretenimiento, sino también un modelo a seguir sobre cómo deberían funcionar las escuelas». Volver las escuelas atractivas, empleando la jugabilidad y los mecanismos reforzadores positivos de los videojuegos, no parece un mal desafío.

7. *Keitai* es el nombre que se les da a los teléfonos móviles en Corea.

8. La generación nacida luego de los ochenta, muy marcada por el uso de la tecnología y los medios. Liberales, buscan un adecuado equilibrio entre el trabajo y la familia.

9. Es la generación siguiente a la de los *millennials*, ya nacidos en la era digital, se los ve como más individualistas y más proclives a la interacción virtual que a la cara a cara, muy centrados en sí mismos, con cierta falta de compromiso social y escasa empatía.

CAPÍTULO VII

La educación en la era digital

¿Celulares en las escuelas?

Sí o no, esa NO es la cuestión

En muchas ocasiones me preguntan si los celulares debieran o no ingresar en el aula. Toda vez que aparece esa interrogante, surgen una serie de cuestiones acerca de la tecnología y de las cualidades del aula tradicional que intentaremos abordar a continuación, para tomar postura al respecto de la pregunta que da título a este apartado.

Primero, la discusión suele estar planteada en términos básicos de si celulares sí o celulares no en la escuela, y ese seguramente no sea el punto central o fermental de la discusión en el campo educativo. Al plantearse de ese modo, no se distancia de discusiones absurdas, tales como preguntarse si se puede hablar o no en clase. La respuesta en ambos casos: depende. En el aula tradicional, el silencio, el orden y la atención en una sola cuestión han sido históricamente elementos claves, pero en la clase 2.0, en la clase de este siglo, el trabajo colaborativo y en equipo hace que el silencio y el orden no tengan tanto lugar y la atención no esté focalizada en una sola cosa, sino en varias a la vez.

Decir sí no significa tampoco que el uso tenga que darse siempre y en forma permanente, sino que puede pensarse también en términos de momentos de uso y momentos de no uso. Es decir, momentos de conexión y momentos de desconexión móvil. Al mismo tiempo, hay que analizar los celulares y entender que esos dispositivos tienen múltiples funciones, algunas altamente compatibles con la tarea educativa, unas, no tanto y otras que entran en franca colisión con la misma.

El epicentro del tema entonces es más bien qué pueden aportar los celulares al sistema educativo actual y si la escuela, como dispositivo de educación, está dispuesta a

aceptarlos y utilizarlos como tecnología didáctica, aun cuando los celulares tengan cualidades disruptivas del ADN escolar.

Cuando se pregunta sobre su presencia en el aula, generalmente se los presenta como teléfonos y se los prohíbe como tales en el entendido de que son elementos «distractores», y eso no deja de ser cierto. Sin embargo, el uso como teléfono no es el más relevante para los jóvenes, aunque los adultos y las instituciones cuestionen su uso únicamente como teléfonos. Ahí radica la primera discrepancia y dificultad para decidir su destino y su posible entrada al aula. Sin embargo, el uso más frecuente que les dan los jóvenes a sus móviles es el de llave de acceso a las redes sociales, mensajería y hasta incluso estudio, intercambiando información y materiales con compañeros de clase.

Más smart que phone

Para continuar adentrándonos en el tema, habría que especificar que estos teléfonos son computadoras, cámaras, grabadoras, reservorios de música, vehículos de conexión y no solo teléfonos en el sentido tradicional del término. Los *smartphones* hoy son más *smart* que *phones*, es decir, son mucho más inteligentes que un teléfono. Y más aún, en el último tiempo, estos son portadores de colecciones de *apps* (inteligentes) que pueden llevar a cabo infinidad de cuestiones diferentes en los más diversos campos.

Lo importante no es el dispositivo en sí, sino el uso que se le dé en el aula o en la institución misma. Si la respuesta final es que se les permite ingresar, hay que explícitamente alinear esos dispositivos con los proyectos pedagógicos, al igual que un pizarrón, un libro, una tele o una tiza, que por sí solos no generan aprendizajes, sino que son vehículos para conectarse con el conocimiento.

Podríamos preguntarnos: ¿Puede haber una tele en la clase? La respuesta sensata sería que depende de si esta se encuentra sintonizada en los programas de chimento, en un partido de fútbol o si se utiliza para ver un discurso histórico grabado, una recreación de época o la llegada a Marte en directo. Lo mismo para un libro, su pertinencia dependerá de qué libro se trate. Un libro por sí mismo no es mejor que un celular, aunque en el imaginario así parezca. Por eso, en el caso de los celulares, hay funciones de los mismos que colisionan con el dispositivo escolar y otros que apuntalan las tareas, las redimensionan y hasta, inclusive, las enriquecen.

Los celulares introducen a Google, las redes sociales y Wikipedia en la clase, y eso altera la ecología tradicional del aula. Como ejemplo, hoy tomar apuntes ha quedado sustituido por tomar una foto del pizarrón. Es un uso adecuado del *smartphone* que en nada colisiona con la tarea o con el rol tradicional y esperado del estudiante.

Los celulares forman parte de la cotidianidad de los jóvenes, pero no del día a día de la tarea escolar. Sin duda, los celulares y los jóvenes son hoy pareja inseparable. El ADN de la escuela tradicional no está del todo preparado para dispositivos que tiran abajo muros, distancias e incorporan gente a través de las redes. La escuela tiende a generar un microclima, un mundo cerrado en sí mismo, y hay allí una contradicción y una tensión que imponen los celulares que debe resolverse de algún modo para que su inclusión sea provechosa.

Por otro lado, hay una nueva pedagogía que se apoya en la tecnología, en sus aplicaciones y en las distintas tecnologías existentes que debería comenzar a transmitirse en la formación docente. De esa manera, la pregunta inicial pasaría a carecer de sentido.

El «corto y pego» como estrategia juvenil en la era digital

Nos ocuparemos de una de las cuestiones que hoy resulta más controvertida dentro del campo educativo. Nos referimos a esa actividad conocida como «corto y pego» (*cut & paste* en inglés). Convengamos desde el comienzo que esta actividad —que no fue inventada ahora— surge siempre en respuesta a determinados pedidos de las instituciones educativas. Los docentes —como estrategia didáctica— solicitan periódicamente a sus estudiantes que busquen información sobre diferentes temas. Pareciera que continuar pidiendo a los alumnos desde las instituciones educativas información sobre distintos tópicos se asemeja hoy a una conducta más bien estéril, obsoleta, descontextualizada, en definitiva: bastante poco inteligente en su capacidad adaptativa. El mundo ha cambiado y, sin embargo, no siempre las estructuras (especialmente las educativas) se adaptan a los nuevos contextos. Por eso, a pesar de que el mundo es otro y el contexto informacional sin dudas también, día tras día, maestras y docentes en general siguen solicitando a sus estudiantes conseguir materiales sobre distintas temáticas... ¿para qué? ¿Cuál es el cometido de dicha tarea?

Dos investigadores, Castellón y Jaramillo (2004), comentan que, encuestados los

docentes acerca de los objetivos perseguidos en la solicitud de búsqueda de información, las respuestas que se obtienen son vagas. Justifican tales pedidos aludiendo a la supuesta capacidad de síntesis que se pondría en juego en la selección de los contenidos.

Desde mi propia experiencia, el docente busca que los alumnos, primero que nada, lean los materiales. En segundo lugar, intentan que, a través de la tarea de búsqueda, piensen y hagan suyos los conceptos encontrados, para así lograr en un tercer tiempo que sintetizen la información encontrada. Si esto es lo que se pretende que el estudiante logre, no es lo que habitualmente sucede cuando se le pide que busquen información. Aun así, día tras día, ese ritual sigue presentándose, buscando esperanzadamente nuevas respuestas que no aparecen ya desde hace años. En general, los alumnos no leen, no procesan y no sintetizan. Hoy los estudiantes bajan la información, la cortan y la pegan, realizando una suerte de «simulación» de la tarea solicitada. Lo terrible es que, a la hora de evaluar esa tarea, los docentes muchas veces también llevan a cabo el simulacro de haber leído el material presentado.

A estos jóvenes —acostumbrados a la televisión por cable, Facebook, Twitter, Google, videojuegos, blogs, mp-3, YouTube y *videoclips*— se les sigue requiriendo desde las estructuras educativas que busquen información sobre diferentes temáticas. Acorralado por las solicitudes, el joven se maneja entre la esquizofrenización y el simulacro. Acorralado por los requerimientos, el docente oscila entre la seducción, la «vista gorda» y el autoritarismo.

La Web permite, a través de sus millones de páginas, navegar en un caudal de información ciertamente increíble. Los tiempos de las pesquisas en bibliotecas hace años han quedado atrás. En Estados Unidos, se calcula que el usuario promedio consume unos 3,6 *zettabytes* diarios de información.

Gerardo de Cremona, uno de los más importantes traductores del árabe al latín, debió viajar a España en 1140 en busca de *Almagesto* de Ptolomeo, un libro que no pudo localizar en ningún otro sitio. Finalmente halló una copia en Toledo y se estableció allí. Cuánta distancia hay entre esa anécdota y la experiencia de los jóvenes de la actualidad que no necesitan ni siquiera salir de sus casas para obtener la información. Ella está disponible y en exceso, como señala Roy Ascott, quien se ha referido a nuestra época como la del segundo diluvio, esta vez un diluvio «informativo». Los jóvenes estudiantes poseen cierto conocimiento (in)consciente de lo poco acertado que resulta pedir información en estos tiempos. Aun así, los docentes lo siguen haciendo. A través

de cualquier buscador se accede a los sitios y páginas donde se encuentra referida la información en cuestión. Generalmente el número de referencias es pasmosa, inabarcable, un encuentro con la limitación de nuestro ser pensante, mnémico y reflexivo.

¿Podría entonces entenderse el «corto y pego» como una especie de reconocimiento implícito de parte de los jóvenes de lo inabarcable de la información, de la incapacidad para manejarla dentro? Los adolescentes ya formados en esta era, los famosos y controvertidos «nativos digitales», consideran a la Red (cual oráculo antiguo) como el lugar hacia el cual dirigirse para obtener la información que necesitan. Internet es la memoria a largo plazo. Los jóvenes funcionan en memoria de trabajo, pero conectados a los dispositivos, continuando el proceso de externalización de la memoria comenzado con la primera escritura en tierras mesopotámicas.

No es infrecuente la queja de los docentes que señalan que en muchos de los casos los jóvenes no procesan la información que obtienen de esas fuentes digitales. Es cierto, pero... ¿es eso lo importante en un mundo saturado de información? ¿Es acaso inteligente procesar un instante de lluvia en el diluvio informacional constante? Lo que sí aparece claro es que solicitar información a los estudiantes es un *modus operandi* heredado de la vieja escuela, cuyo sentido se ha visto jaqueado en los contextos actuales de saturación de información. El desafío de la vieja escuela era hallar la información. Hoy lo desafiante es que la información sea veraz, pertinente, actualizada, de fuentes confiables, correcta en sus contenidos.

Wikis, redes, fiabilidad y transparencia en nuestra sociedad conectada

«Para mañana busquen información sobre este tema que estuvimos viendo, pero por favor que no sea de Wikipedia», les dice la maestra a sus alumnos, y estos se miran entre sí mientras piensan para sus adentros: «¿Por qué ven tan mal a Wikipedia?». Wikipedia no es ni más ni menos que una *wiki*, es decir, una colección de páginas web sobre diferentes temas que se va forjando y construyendo colaborativamente entre todos los internautas que quieran participar de ella. Esto es justamente la esencia de la Web 2.0: sus usuarios no solo consumiendo la información pasivamente, sino también aportando elementos, datos, contenidos y formas a la misma, siendo protagonistas. Sin embargo, en

el mundo educativo, esta enciclopedia colectiva, que ocupa el lugar número 9 en el *ranking* de visita nacional, aún no está del todo bien vista.

El grado de confiabilidad de Wikipedia es uno de los rasgos que genera fuertes resistencias en la educación. Veamos un poco esa arista. En el año 2005, la revista *Nature* llevó a cabo un estudio para comparar la fiabilidad de la enciclopedia *online* Wikipedia (con más de 150 000 voluntarios y en 265 idiomas) con la de una enciclopedia muy prestigiosa como la Británica. *Nature* comparó 42 artículos científicos y detectó 123 errores en la Británica y 162 en Wikipedia. El estudio tuvo fuerte impacto publicitario y generó tanto polémica como ganas de profundizar en el tema. En 2007, el periodista francés Pierre Assouline, desde su grupo de masters en Periodismo del Instituto de Estudios Políticos de París, llevó a cabo otra investigación para continuar analizando la fiabilidad de estas fuentes. De allí surgió un libro llamado *La revolución Wikipedia*, donde concluye —revisando críticamente el estudio de *Nature* y acusándolo de poco estricto— que la Enciclopedia Británica es 24 % más confiable. Mientras tanto, dicha enciclopedia permitirá a los internautas generar contenidos en su versión *online*, con un sistema tutelado. Paradojas del mundo de la Web... ¿o del papel?

Otras enciclopedias *online* existentes, menos conocidas por el público en general, son: Knol, Citizendium y Scholarpedia. Si además se quiere acceder a una enciclopedia con humor, Frikipedia brinda una serie de entradas muy ocurrentes, parodiando a su antecesora Wikipedia.

La Enciclopedia Larousse, en ruta similar a la Enciclopedia Británica, también se abrió a las contribuciones de los usuarios. Posiblemente, las competidoras busquen acercarse a la fortaleza mayor de Wikipedia: su velocidad en la actualización de información, algo imposible en el mundo del papel. Según Pew Research (2009), 55 % de los adolescentes usa Wikipedia y, muchas veces, es su fuente fundamental cuando deben realizar un trabajo escrito.

En otro orden, hay otra *wiki* que no podemos olvidar mencionar: la controvertida WikiLeaks. Esta organización internacional, liderada por Julian Assange, comenzó a funcionar en 2006, dedicándose a filtrar masivas cantidades de documentos confidenciales, tanto corporativos como gubernamentales, para evidenciar dichos o prácticas cuestionables que, por diversos intereses, jamás alcanzaban a difundirse en la prensa. El renombrado sociólogo Zygmunt Bauman, en una entrevista en España, destaca de ello: «Me interesa más lo que ocurra a largo plazo que el daño o los

beneficios inmediatos de esas informaciones. Sospecho que, a la larga, va a haber consecuencias muy interesantes, que van a obligar a los gobiernos a cambiar la manera de hacer política, también en el plano diplomático, porque no se puede ir contra el deseo de los ciudadanos».

En una línea similar, complementa el aclamado intelectual Umberto Eco: «Pero ahora que se ha demostrado que ni siquiera las criptas de los secretos del poder pueden escapar al control de un *hacker*, la relación de control deja de ser unidireccional y se convierte en circular. El poder controla a cada ciudadano, pero cada ciudadano, o al menos el *hacker* —elegido como vengador del ciudadano—, puede conocer todos los secretos del poder».

WikiLeaks estaría buscando la misma transparencia a la que Mark Zuckerberg (fundador y CEO de Facebook) alude cuando se refiere a la red social más importante del mundo. La vida *online* es un antídoto contra la hipocresía y los dobles discursos. Las *wikis* y las redes sociales hacen más transparente nuestro mundo.

«Haremos caer la plataforma que maneja todos nuestros datos...», divulgó en un video Anonymous¹⁰, prometiendo atacar Facebook. Finalmente no lo hizo. El mundo entero estaba en vilo esperando ver qué sucedía. Los jóvenes aguardaban ansiosamente, sin poder imaginar cómo sería un mundo sin redes sociales. Los *hackers* volvían a estar en el ojo de la tormenta con un discurso para algunos libertario, para otros, rupturista. Pero más allá de todo esto, la amenaza nos obligaba a pensar cómo sería nuestra vida cotidiana sin la existencia de Facebook, la red social más importante del mundo. Tal como si fuera una *wiki*, construida por sus usuarios, esta red social se forja gracias a la conexión diaria de más de 400 millones de personas en el mundo entero.

TEDx Montevideo: Inspiración y excusa para la reflexión sobre nuestra educación

Como señalamos anteriormente, tuve la oportunidad de ser orador en el evento TEDx Montevideo que se desarrolló en el Teatro Solís. Una tarde de lluvia torrencial como pocas no pudo detener a las más de mil personas —la mayoría en el entorno de los veinte y tantos años— que colmaron el teatro. Dispositivos en mano, allí estaban sentados, dispuestos a escuchar a oradores de nuestro país y también de Argentina, pero básicamente buscando, como reza el eslogan de TED, «ideas que inspiren».

Los eventos TED son reconocidos en todo el mundo y, de un tiempo a esta parte, se

realizan en diferentes ciudades, organizados de forma independiente (de ahí la X al final de la sigla). Los videos de las charlas se suben a Internet y recorren el planeta entero buscando que las ideas allí volcadas inspiren a personas, instituciones, organizaciones. Habría mucho para decir al respecto del evento. Como experiencia personal y profesional fue increíble. La sensación de estar en el escenario del Solís fue algo inolvidable, sobre todo para alguien que no proviene de una vocación artística, sino científica.

Yendo al contenido del evento, muchas charlas giraron en torno a tecnología y también a la educación, tema que en el Uruguay es hoy prioridad, o al menos debiera serlo. En ese sentido, quisiera detenerme en algunos puntos en particular de esta experiencia recientemente vivida que me parece importante resaltar.

Mis hijos quisieron ir al evento y estar dentro del público y, más allá del orgullo de ver a su padre allí, lo que más me entusiasmó fue que la ocasión generó en ellos una pregunta: «¿Qué quiero ser y hacer de grande?». Tras escuchar algunas de las charlas, se despertó en mis hijos esa inquietud básica y central para la educación. Yo trabajo con jóvenes hace veinte años y puedo asegurar que innumerables veces me encuentro con adolescentes que estudian «porque hay que hacerlo» o «porque me obligan». Pocas veces los escucho decir «me gustaría ser como...» o regresar del colegio diciendo «qué buena estuvo la clase de...». Durante décadas vimos que los más jóvenes usaban camisetas de fútbol de equipos extranjeros. Hoy los chicos quieren ser Lugano, Forlán, Cavani, Muslera. Desean eso porque ven esas historias de éxito ahí cerca y quieren, por tanto, entrenar fuerte para llegar a ser como ellos.

Los modelos son fundamentales, son el referente, la guía en el camino a ser lo que nos gustaría ser. ¿Están esas guías presentes en la educación actual? Lamentablemente, pareciera que no hay un Forlán o un Suarez a emular. Hay solo vacío de una educación, además, desfasada del futuro mediato. El conocimiento que se adquiere en la institución educativa muchas veces está en un registro que no roza al chico y, sobre todo, no le da pista alguna de para qué le va a servir en el futuro. La educación necesita de cierto aire refrescante, de ideas que inspiren, provengan del campo que sea. Normalmente ideas que llegan desde un campo disciplinar lejano echan luz sobre esa tarea que se encuentra con problemas sin aparente resolución. Quizás algo de esto esté siendo necesario en la formación de nuestros hijos.

El contenido de mi charla TEDx

En mi charla TEDx hablé del «amor a los celulares», de las relaciones que establecemos con los dispositivos, de la dependencia que hemos desarrollado con los mismos. En los últimos años hemos cambiado nuestra relación con el teléfono. Además de que este ha cambiado en sus funciones, ha pasado de ser un objeto con el cual manteníamos una relación frugal a tenerlo como un compañero omnipresente, casi que formando parte de nuestro cuerpo. Hemos generado una relación de simbiosis y de alta dependencia con respecto al celular, algo impensable en tiempos de Colón o Magallanes. Cada pregunta que hacía la noche de mi charla al público en el teatro, como por ejemplo si les había pasado de sentir que el celular les vibrara o sonara sin que esto efectivamente sucediera, me encontraba con una respuesta afirmativa. Más de un 50 % de la gente manifiesta sentir miedo de salir a la calle sin el celular. Un 68 % de las personas lo sienten vibrar cerca de su cuerpo aunque no lo haga.

Mis hijos, nativos digitales, quedaban asombrados de cómo muchos asistentes jamás levantaron la vista hacia el escenario, ya que estaban permanentemente tuiteando o escribiendo en sus *tablets* o *netbooks*. Para muchos tecnólogos mi charla fue reveladora. Se sintieron identificados con cosas que les pasaban y que tenían un nombre científico, una explicación: «*phantom ringing*», «nomofobia». Además, existían soluciones para paliar esa dependencia. Para mis hijos, fue el encuentro con personas que desde un escenario les contaban cómo es ser adulto, perseguir un sueño, a veces, más o menos loco, inalcanzable. Todos los oradores plantearon que con trabajo, esfuerzo y perseverancia se podía alcanzar aquello buscado. Para los blogueros allí presentes, mi charla fue un espejo donde reflejarse y retomar el control sobre sus vidas para decidir qué lugar quieren darles a los dispositivos en sus vidas hoy. Pero sobre todo determinar qué lugar quieren darles a las personas importantes de sus vidas. Para ellos, fue mirar el presente. Para mis hijos, se trató de mirar al futuro, buscar nuevos espejos, descubrir nuevas rutas y caminos desconocidos.

Que les hablaran del presente y del futuro y no del pasado maravilló a todos por igual. La educación está empeñada en mirar hacia atrás exclusivamente, perdiendo de vista que es el buscar ir hacia adelante lo que lleva a estudiar qué anduvo mal en el pasado y no al revés. Todos necesitamos de «ideas que inspiren», que nos vuelvan a hacer sentir pequeños y curiosos para, desde allí, preguntarnos: ¿qué quiero ser y hacer de grande?

Grande y chico son conceptos relativos, porque no hay edad para volver a sentir que queremos cambiar y seguir creciendo.

¿Para qué debería prepararnos la escuela?

Hace cien años atrás esta era una pregunta que no tenía cabida. Cualquiera que la formulara podría ser fácilmente considerado alguien no suficientemente integrado a la sociedad. La escuela tenía sus fines y propósitos bien claros. Todas las partes cumplían con su papel sin mayores complicaciones ni rispideces. El mundo en el cual se insertaría el joven al egresar de la escuela parecía conocerse casi que de antemano. Las habilidades básicas, las llamadas 3R (*read, write, arithmetic*), eran suficientes para manejarse adecuadamente en el mundo en aquellos tiempos. Hoy, sin embargo, la pregunta para qué debería prepararnos la escuela es una cuestión de más difícil respuesta. Los organismos internacionales, los expertos, los docentes, los padres y hasta los alumnos día a día intentan definiciones sin encontrar respuestas claras. Se trata de una pregunta crucial para los ciudadanos interesados en el destino de nuestros jóvenes. Si no encontramos una respuesta a esta interrogante, mal podremos avanzar en los destinos educativos y mal podremos diseñar o rediseñar el dispositivo denominado escuela.

Hace un tiempo tuve la oportunidad de trabajar casi tres días en la ciudad de Colonia con un equipo internacional de directivos de la educación de Argentina, Paraguay y Uruguay. Allí coordiné las actividades junto con el profesor indio Sugata Mitra, reconocido investigador. Este profesor recorre el mundo dando a conocer sus aportes renovadores en relación con el papel que tiene el aprendizaje que se lleva a cabo entre pares. La experiencia de estos días fue por demás interesante. Como toda experiencia de ese tipo, termina dejándonos más preguntas que respuestas, aunque muchas de ellas son nuevas interrogantes que nos permiten pensar salidas alternativas a viejos problemas. Lo que vimos allí, entre otras cosas, fue que un grupo de estudiantes de primer año liceal, con escasos conocimientos de inglés, lograron a punto de partida del trabajo colaborativo alcanzar un nivel de comprensión lectora (en inglés) entre dos y tres años por encima de lo esperado para su edad. Grupos de cuatro alumnos, una computadora y conexión a Internet hicieron la diferencia. A esos estudiantes se les propuso un desafío muy por encima de sus posibilidades. A priori, parecía inalcanzable. Desde las estructuras

educativas tradicionales era un sinsentido. Aun así, los chicos probaron, trabajaron en equipos y lo lograron. Una interrogante que me surge tras ver esa experiencia es si podrían sostener ese desafío diariamente. Quién sabe.

¿Han cambiado los alumnos? ¿Y los docentes?

Muchos analistas de la educación observan que esta generación busca sentidos prácticos en lo que hace y prefiere que lo que aprende en la escuela o en el liceo se pueda explorar y aplicar a corto plazo. Sin dudas, la educación se ha desfasado de la vida real en relación con esto. Primero, se desfasó un poco; a partir de los noventa, más aún, y hoy esa distancia se ha vuelto verdaderamente importante. Se dice que estas generaciones buscan que su aprendizaje esté más cercano al *just in time* (justo a tiempo) que al modelo *just in case* (por si acaso), típico de la educación tradicional. ¿Es esto un síntoma del alumnado de su incapacidad de postergar la gratificación, como se suele interpretar? ¿O será que supone una negativa a formar parte de un sistema que no garantiza futuro, aunque lo prometa? ¿Es que solo les cuesta esperar? Sí, pero también les desagrada la tradicional separación entre el tiempo de aprender y el tiempo de aplicar los conocimientos. Tienen un saber intuitivo que les indica que la vida útil del conocimiento es cada vez menor. De hecho, el conocimiento se duplica cada dos o tres años y la vida útil del mismo es efectivamente cada vez menor.

La escuela tradicional tenía el cometido de construir ciudadanía. Fue eficaz durante décadas. Sus inicios coincidieron con los tiempos de creación de los estados nacionales. Se necesitaban ciudadanos dignos, letrados, obedientes a la ley y que conocieran su lengua para reforzar su identidad nacional. ¿Qué tipo de ciudadanía deberíamos construir hoy? La ciudad sigue existiendo, los estados también, pero el mundo se ha empequeñecido de forma importante a punto de partida del uso de las tecnologías de la comunicación. La aldea global de McLuhan es una realidad. Por eso la escuela hoy tiene una nueva obligación: construir ciudadanía digital.

La antropóloga Margaret Mead escribía hace más de cuarenta años: «Nuestro pensamiento nos ata todavía al pasado, al mundo tal como existía en la época de nuestra infancia y juventud, nacidos y criados antes de la revolución electrónica, la mayoría de nosotros no entiende lo que esta significa. Los jóvenes de la nueva generación, en

cambio, se asemejan a los miembros de la primera generación nacida en un país nuevo. Debemos aprender junto con los jóvenes la forma de dar los próximos pasos».

Los centros educativos son hoy un lugar privilegiado para observar el des/encuentro intergeneracional, el choque entre los llamados «nativos» e «inmigrantes» digitales. Dos culturas distintas que se encuentran en el aula con un cometido formativo de por medio. Para poder hacer sintonía se necesita de la inmersión en el *lifelong learning*, un aprendizaje que no tiene un fin delimitado. Pero esa inmersión no debiera ser solo del aprendiz, sino también del enseñante. Ambos polos deben estar preparados para enfrentar un mundo en incesante cambio, para el cual solamente la lectura, la escritura y las matemáticas, desde ya, no alcanzan. Hay otras habilidades y competencias en juego que se han vuelto necesarias, a veces denominadas habilidades digitales, otras bautizadas como habilidades siglo XXI.

En un aparte del trabajo que mencionaba al comienzo, Sugata Mitra me comentaba: «Quizás conocer esté quedando obsoleto». Hablábamos de los modos de conocer de los jóvenes que tienen a mano toda una enorme parafernalia de dispositivos para acceder a la información. Leer, memorizar e interiorizar contenidos siguen siendo elementos fundamentales para la educación y para la evaluación, pero no siempre para la vida real. Conocer hoy parecería no pasar tanto por la capacidad interna, sino por las velocidades de acceso a los lugares (redes, bases, expertos, otros) que contienen la información en permanente cambio. Eso es lo que permitió que estos chicos fueran más allá de sus límites. Los docentes no pueden quedar atados a las viejas lógicas de aproximación al conocimiento. De continuar haciéndolo, solo se logrará ampliar en las instituciones educativas esa brecha que, además de ser digital, es básicamente cultural.

Futuro: una nueva materia escolar

Nuestro sistema educativo es como un automóvil que tiene grandes luces traseras, iluminando brillantemente el pasado, pero para mirar las cosas delanteras son apenas distinguibles.

Hermann Oberth¹¹

Con la crítica de Oberth queda posada una pregunta sobre la mesa. Al diagnosticar el sistema educativo alemán, el autor automáticamente nos invita a pensar hacia dónde debemos educar a nuestros niños. Tradicionalmente la educación se ha sentido más cómoda estudiando y revisando el pasado. En tiempos de cambios menos vertiginosos que los actuales, esa postura resultaba más que razonable. Pero hoy, con un futuro incierto y cambiante por delante, quizás sea bueno dedicarle también algo de tiempo al mañana. La Historia, que se ocupa del ayer, aparece en el presente como una disciplina incuestionable dentro del currículum. Su lugar ganado parece ser inobjetable. Pregúntesele a cualquier actor de la educación si la materia Historia debe o no formar parte del currículum y no habrá quien se manifieste negativamente. Con matices, y hasta discusiones en torno a las distancias históricas necesarias para abordar ciertos temas, todos estarán de acuerdo con que es muy importante conocer el pasado. Algunos incluso añadirán que el conocimiento histórico es justamente aquel que nos previene de cometer similares errores una y otra vez, algo que todos sabemos es más una expresión de deseos que una realidad tangible. La nueva pregunta que cabría hacerse y trasladarla a los protagonistas de la educación actual sería: ¿Considera usted importante conocer el futuro? Nuevamente una amplia mayoría le dirá que sí. Pregúntele ahora si «futuro» debería formar parte del currículum y solo encontrará vacilaciones, caras de asombro y respuestas dubitativas.

¿Por qué nos cuesta tanto pensar que *escuela* puede conjugarse en futuro, aunque más no sea imperfecto? ¿Por qué *mañana* y *escuela* parecen ser dos términos difíciles de ubicar juntos? ¿No es precisamente hacia el horizonte que buscamos preparar a nuestros jóvenes? ¿Y qué hay en el futuro? No es nada sencillo cartografiarlo, pero hay algunas pistas que parecen firmes como para darnos una idea del mapa de los tiempos venideros. Por lo pronto, hablamos de una sociedad donde el conocimiento será materia prima esencial.

Las formas de medir la cuestión del conocimiento pueden ser diversas, pero si tomamos por ejemplo el número de patentes que un país logra generar a lo largo de un año, nos encontramos con que durante el año 2011, solo IBM patentó 6000 inventos, mientras que países pujantes como México no llegaron siquiera a las 1000 patentes, una cifra apenas un tercio de las logradas por Canon. ¿Y Uruguay? Bien. Se me dirá que es un tema de capitales, sí claro, es cierto. Pero también es un tema de ciencia. Y ciencia casi inevitablemente supone idioma inglés. Nos guste o no, ese es el idioma de la

ciencia, como en otros tiempos lo fuera el latín. También supone inversión, liderazgo y asumir ciertos riesgos. El futuro no está escrito en ningún lado, pero parte de las predicciones científicas sí, y en general, están escritas en inglés y en términos y formatos científicos. Saber de ciencia nos acerca al futuro.

La cuestión del futuro no es solo especulativa. Países como Corea del Sur, muy bien posicionados en las pruebas PISA, plantean que sus alumnos deben adquirir otras habilidades dentro del currículum para insertarse adecuadamente en el futuro. Pensamiento crítico, resolución de problemas, comunicación y colaboración son para ellos habilidades esenciales para ser exitosos en el mundo actual. Corea se plantea transformar el sistema educativo de las clásicas 3R (*read, write, arithmetic*) al desarrollo de las 4C (*creativity, characters, collaboration, communication*). Las denominadas competencias «blandas» son para ellos tan importantes como las «duras».

Imaginemos. Intentemos entonces crear una disciplina que se ocupe de pensar los problemas a futuro, que vaya si los habrá. Personas viviendo más de cien años promedio, climas cambiantes, fusión entre máquinas y humanos, robots por doquier, transgénicos, agua, etc. Hablemos de esos problemas que tendremos por delante. Si no estamos del todo convencidos aún de su utilidad, veámoslo de este otro modo: ¿Qué cosas suelen interesarle más al niño escolarizado: el futuro o el pasado?

¿No deberíamos dedicar entonces aunque más no fuera unos minutos al día a pensar-construir futuro, que es aquel lugar, al decir de Woody Allen, «donde pienso pasar el resto de mis días»? Intentar construir futuro puede llevarnos incluso a poner mayor interés en los errores cometidos en el pasado, y entonces ahí sí la Historia se resignifica y cobra sentido actual. Prestamos mayor atención a las historias que nos anteceden cuando tenemos por delante problemas a resolver en escenarios que ya se han observado. Cuando pensamos sobre lo que viene, inevitablemente cambiamos el hoy, el presente. Nada se ve ya igual.

Si nada de esto lo convence, el célebre psicólogo Howard Gardner se ha referido a lo que él entiende como las cinco mentes del futuro:

- La mente disciplinada.
- La mente sintética.
- La mente creativa.
- La mente respetuosa.

- La mente ética.

La mente disciplinada tiene que ver con las posibilidades de organización del conocimiento. En esta era digital donde la información es infinita, la formación de una mente disciplinada se hace cada vez más importante y necesaria para tomar lo importante y desechar lo superfluo. La mente sintética se da cuenta de que hoy en día estamos inundados de información y que la economía cognitiva conduce necesariamente a la síntesis. Los grandes creadores tienen rutinas, la creación y la invención (de patentes también) no son solo cuestión genética. El respeto y la ética no son solo valores, sino guías de nuestras acciones sobre las cuales vale la pena detenerse y formar a nuestros jóvenes. Una duda me aqueja: cuando finalmente, algún día en el mañana, instauremos la materia Futuro, ¿habrá gente que quiera dictarla?, ¿quién decidirá quién sí y quién no lo puede hacer? Bueno, ya la Historia nos lo contará luego.

Programación, innovación, independencia

Si no aprendemos a programar, nos arriesgamos a ser programados.

Douglas Rushkoff

Para la gran mayoría de las personas el planteo de Rushkoff pareciera dirigirse a los otros, no se sienten afectados por esas palabras o en todo caso les parece que el mundo de la computación y los códigos en las pantallas está reservado solo para genios, ingenieros o jóvenes atrevidos ya nacidos en la era digital. Pero lo interesante es que para muchos jóvenes también programar parece ser una tarea que les resulta ajena. No sienten que manejar los códigos de las computadoras sea una habilidad necesaria y, mucho menos, a su alcance. Menudo problema tenemos cuando entendemos esa alfabetización como innecesaria o inalcanzable. George Siemens, uno de los llamados padres del Conectivismo —teoría del aprendizaje en la era digital—, plantea su diagnóstico al respecto del problema de fondo:

«Todavía no hemos integrado en las estructuras educativas las habilidades y procesos que harán de nosotros ciudadanos del mañana. Mientras algunos están trabajando con

estas nuevas perspectivas, la gran mayoría se refugia en las estructuras, preparando a estudiantes y trabajadores para un futuro que nunca existirá».

Probablemente muchos coincidamos con el diagnóstico de Siemens, pero ¿cuáles son esas habilidades que nos harán ciudadanos del mañana? Allí las respuestas no son tan sencillas. Posiblemente la programación sea una de esas habilidades necesarias para poder ser más proactivos en el mundo, y por tanto, menos dependientes. Sin embargo, la escuela aún no ha hecho de la programación tema de agenda, y ni siquiera la trata como asunto de relevancia o importancia. Es una materia —en los pocos casos que así se la considera— más bien vista como instrumental, una manera solapada y clásica de desvalorizar lo diferente y relevante. Sin dudas, deberíamos pensar o repensar los conceptos de *instrumental* y de *alfabetización*. Si nos atenemos a lo que sucede hoy en el mundo, el concepto de alfabetización ha cambiado radicalmente.

El pensamiento crítico, la resolución de problemas, la comunicación y la colaboración son consideradas competencias claves para el siglo XXI, y, sin dudas, la innovación es clave.

Si hablamos de innovación, casi seguro hablamos de tecnología. Sin embargo, en el plano de nuestra educación local no se observan esos cambios. La alfabetización sigue refiriéndose básicamente a la lectoescritura. Para la escuela, por momentos pareciera que nada ha cambiado desde la época de Varela. Si hacemos un poco de historia, veremos que la alfabetización en lectoescritura es producto de las necesidades de la industrialización. Las máquinas y la sociedad posterior a la revolución industrial necesitaban de usuarios alfabetizados. Las máquinas actuales necesitan de programación, de usuarios con nuevas alfabetizaciones. El currículum tradicional poco se ha modificado en los últimos años a pesar de los avances del postindustrialismo y de la sociedad-red. En secundaria, se sigue enseñando Astronomía, pero no Programación. El mundo ha cambiado, las habilidades necesarias para estar insertos en él también. ¿Y la educación? Bien, gracias.

Programar o no programar: esa es la cuestión

Salgamos un poco de esta visión que para muchos puede ser entendida como tecnocentrista, o incluso mercantilista, y dirijámonos a los aspectos cognitivos que están

por detrás de estas habilidades. Hace ya un tiempo que es frecuente escuchar decir que «programar es importante para los niños». ¿Es realmente importante? En caso de que lo sea, ¿por qué? Veamos algunos elementos a considerar para tomar una posición al respecto.

La programación no solo es importante porque es lo que permite hacer funcionar las máquinas, Internet y los robots del futuro, sino también porque enseña a pensar y a resolver los problemas que tenemos delante. La programación ayuda a descomponer un problema general y pensarlo en forma ordenada. Favorece localizar errores y anticipar los problemas, planificar y trabajar con lógica. En síntesis, ayuda a pensar con más claridad, orden y eficacia.

Por eso, personalidades de la talla de Mark Zuckerberg y Bill Gates han apoyado iniciativas como Code.org, un proyecto que busca expandir el aprendizaje —en forma autodidacta— de la programación. Se trata de un sitio muy recomendable para visitar y explorar, y, por qué no, para aprender a programar.

Programación, pensamiento computacional y desarrollo

La Oficina de Estadísticas Laborales del Departamento de Trabajo de los Estados Unidos calcula que para el año 2020 se generarán 1 400 000 empleos en ciencias de la computación, mientras que solo habrá 400 000 estudiantes en las aulas buscando graduarse en esa disciplina. Se trata de una diferencia más que sustancial que continúa una tendencia que ya se viene dando en muchas partes del mundo.

Cruzando el Atlántico, Steve Furber, de la Royal Society británica, recuerda que Gran Bretaña ha tenido una posición relevante en el aporte de profesionales destacados a la disciplina de las ciencias de la computación. En ese sentido, produjo una galaxia de estrellas que comprende desde Alan Turing (el padre de la computadora) hasta Tim Berners-Lee (creador de la World Wide Web).

Sin embargo, las autoridades también advirtieron hace un par de años que el currículum que se estaba empleando en la formación de los jóvenes, tanto en enseñanza primaria como en secundaria, los estaba retrasando y dejando en rezago para ser creadores tecnológicos. El informe «*Shut down or restart?*», encargado por el gobierno a la Royal Society y cuyo cometido fue el de evaluar el estado de la enseñanza de las

ciencias de la computación en toda Gran Bretaña, fue categórico al respecto: la enseñanza está muy por debajo de los estándares necesarios, la formación de los profesores de tecnología es pobre, los estudiantes se desmotivan y, como consecuencia de todo ello, muy pocos estudiantes ingresan a las carreras de ciencias de la computación, lo cual representa una combinación letal para la educación y para el desarrollo del país.

Resulta muy interesante observar cómo, en este caso, Gran Bretaña se plantea estas cuestiones en términos de política de Estado y con vistas a un posicionamiento del país en un área sensible, tanto para la economía como para el desarrollo de su gente.

Mientras tanto... en la escuela

Pregúntenles hoy a cien maestros uruguayos al azar si entienden que la computación es importante en la formación curricular de los niños. Seguramente casi el total de docentes dirá que sí. Ahora pregúntenles por qué, si es tan importante, no se enseña entonces en la escuela como materia obligatoria, por qué no forma parte del currículum. Seguramente no hallen respuestas convincentes a tal respecto porque, en realidad, lo que está detrás de ello es una determinada concepción de la disciplina computación y un currículum que ha quedado en cierta medida perimido. Con la computación aún no se ha llegado a lo que se denomina transposición de saber. Ese saber (en este caso el computacional) no forma parte aún del saber considerado necesario para la escuela y sus niños, nuestros niños. Las cosas son importantes cuando efectivamente ocupan un lugar importante también en el currículum.

Los británicos entienden que la computación debe ocupar un lugar destacado en la enseñanza, tanto en primaria como en secundaria. Esta debe equipararse como disciplina con la Física, la Matemática, la Química, la Geografía o la Historia.

Nadie piensa que por enseñar Ciencias Físicas o Historia se esté buscando que los estudiantes egresen como astrofísicos, historiadores o químicos, sino que se entiende que esas disciplinas brindan herramientas materiales y mentales para ubicarse mejor en el mundo y resolver una serie de problemas reales con los que pueden llegar a enfrentarse. Sin embargo, a la hora de pensar en la computación o más bien en las ciencias de la computación, se rebaja esta a la categoría de mera herramienta.

Ese artilugio, de profunda raigambre humanista, pierde de vista el hecho de que con la enseñanza de computación no hablamos solamente de cuestiones tecnológicas, de computadoras o dispositivos, sino de una forma de pensamiento, el denominado computacional o algorítmico, que supone un modo de resolver problemas, sean estos del tipo que sea. Un médico que se enfrenta a un paciente con una dolencia determinada pone en juego un algoritmo que dice, por ejemplo, si ese paciente con esa enfermedad es o no operable y, en el caso de que lo fuera, qué posibilidades tendría de correr riesgo de vida, así como qué medicación tendría tal o cual efecto en su estado actual y futuro. Se trata de tomar decisiones de una manera ordenada, secuenciada, lógica, sin ambigüedades, algo que a veces resulta difícil de observar en el ámbito de las ciencias de corte más social.

Paul Nurse, presidente de la Royal Society, espera que el trabajo de relevamiento llevado a cabo por su organización provea de sólidos fundamentos a la construcción de una base sobre la cual la próxima generación de jóvenes británicos pueda ser creadora de tecnología y no mera consumidora; escritora de tecnología y no solo lectora de ella.

Si algo de mal ha hecho el término *nativos digitales* ha sido el de naturalizar la relación de los jóvenes con la tecnología: «Los chicos nacen ya con un *chip*, no necesitan aprender». Los jóvenes, como jóvenes que son, están más flexibles desde un punto de vista cognitivo para asimilar un nuevo lenguaje, sea este el matemático, audiovisual o el de un idioma extranjero. Pero deben dárseles las herramientas y andamiajes necesarios para que puedan realmente desarrollarse en esos lenguajes. Son muy pocos los jóvenes que de forma autodidacta pueden alcanzar un nivel destacado en el manejo de la computación.

Por eso, la escuela puede ser de gran ayuda en esta nueva alfabetización. Esta puede ser el lugar donde, al final de la escolaridad, se acabe con el analfabetismo digital, el analfabetismo central del siglo XXI, y esto pensado no solo como una cuestión de educación, sino también como una cuestión de Estado.

Las altas capacidades, su inserción en la educación y el papel de la tecnología

No hay nada más desigual que dar igual tratamiento a gente desigual.

Uno de los asuntos que aún sigue sin atenderse de forma sistemática en nuestra educación es el tema de los alumnos que presentan altas capacidades. ¿Qué sucede con aquellos alumnos que simplemente se aburren en clase porque lo que tienen por delante no les resulta un gran desafío intelectual? Se trata nada más y nada menos que de los llamados estudiantes ubicados «al este de la campana de Gauss». Esta población de estudiantes, que son los más destacados en sus capacidades, abarca, según las investigaciones sobre el tema, entre el 1 y el 3 % de la población mundial. Un elemento fundamental a considerar en este tema son los docentes de aula y sus miradas con respecto a estos chicos. Sistemas escolares como el israelí logran un 20 % de estudiantes generadores de nuevas ideas. En general, pareciera haber cierta minimización de la importancia del tema altas capacidades, que nos lleva a pensar y a formularnos una serie de preguntas: ¿Qué sucede cuando la mirada del adulto no comprende del todo las dificultades que tienen estos alumnos o más bien las desconoce? ¿Podemos hablar de una suerte de violencia simbólica del docente en el no reconocimiento de la importancia de ese problema? Así como puede ser violento no reconocer una dificultad de aprendizaje, tal como una dislexia, también puede ser terrible no ver una diferencia cuando esta supone un *plus* en lugar de un déficit. Sabemos que cuesta entender que una alta capacidad pueda significar una dificultad extra para quien la porta, a pesar de toda la evidencia al respecto.

Se hace necesario pasar de un sistema educativo homogeneizador, de estándares y medias, a un sistema que sea capaz de reconocer las diferencias y que estas se valoren como una oportunidad para el mejor desarrollo de las personas involucradas y sus inteligencias. Los despistajes o *screenings*¹² no deberían apuntar exclusivamente a las dificultades de aprendizaje, sino también a la identificación de aquellos alumnos que tienen otras necesidades especiales, entre ellas las de los estudiantes con altas capacidades.

Se supone que la escuela debería ser el lugar privilegiado para la identificación de estos niños y el punto de partida para un abordaje que permita el desarrollo de sus potencialidades, cualesquiera ellas sean. Sin embargo, los alumnos con altas capacidades son jóvenes diferentes, que no encuentran su lugar en las clases tradicionales. Estos chicos, no en pocas ocasiones, resultan víctimas tanto del sistema educativo como de sus

compañeros. Se chocan con la falta de comprensión del entorno y de un dispositivo escuela que está pensado para determinadas maneras de estar en el mundo que mejor se amoldan a los requerimientos de la dicha institución. De hecho, muchos de estos chicos se encuentran en su trayectoria escolar con diagnósticos de ADHD (déficit atencional con hiperactividad), cuando en realidad lo que sucede es que muchas veces se aburren con las propuestas de clase estándar que están por debajo de su nivel y por fuera de sus intereses.

La tecnología como lugar privilegiado para las altas capacidades

Los chicos que no encajan con el concepto de «bueno y dócil», los que son diferentes, los raros, corren el riesgo de ser separados del grupo y eso es lo que muchas veces les sucede a estos jóvenes. Afortunadamente, los nuevos medios digitales —característicos espacios adolescentes— parecieran ofrecerles mayores posibilidades de interacción con otros pares, tanto presentes como mediados a través de los distintos recursos digitales. En este sentido la colaboración permanente que existe entre los jóvenes, no importa su locación física, es capaz de generar nuevos y múltiples andamiajes para el aprendizaje.

Los expertos señalan la importancia de que los alumnos con superdotación tengan espacios de encuentro de acuerdo con sus intereses. El agrupamiento es una de las posibilidades que se les presentan a las instituciones educativas para el trabajo con altas capacidades. Si tomamos en cuenta las redes sociales virtuales y las posibilidades interactivas que ofrece la denominada Web 2.0, las chances de que estos chicos se encuentren con otros *like-minded* o similares en sus formas de pensamiento se multiplican. Los fenómenos de agrupamiento en la red de los *geeks* son precisamente una muestra de este tipo de posibilidades, que solo pueden darse cuando media la tecnología y se rompe con las limitaciones espaciales. Tal como plantean Thompson & O'Neill (2003), la ropa es la «psiquis usada por afuera» y, en esos entornos virtuales, la indumentaria no es lo importante, sino los intereses compartidos y las ganas de hacer cosas interesantes y aprender. Más allá del peinado, los lentes o la ropa, como dice la publicidad, allí lo que importa es lo que llevamos dentro.

Los secretarios de la clase se vuelven importantes

En prácticamente todo el mundo, las lecciones de los maestros han estado dirigidas a la media de la clase. Aquellos que se encuentran en los extremos de la curva de distribución son lo que más resienten esa modalidad de trabajo. Tanto los estudiantes más lentos como los más veloces han sufrido esta forma de recibir instrucción. En los últimos años se ha puesto mucho énfasis en la personalización de la enseñanza y se han atendido las dificultades de aquellos alumnos más lentos. Pero lo cierto es que es difícil para un solo docente personalizar un aula cuando tiene una veintena o más de alumnos. Poder captar todo lo que acontece y estar atento a cada proceso cognitivo en particular es una tarea por cierto muy demandante y exigente.

Durante muchos años, aquellos estudiantes que eran más rápidos en terminar las tareas se transformaban en una suerte de secretarios improvisados. Llevaban y traían materiales o recados de una clase a otra, pero no tenían una tarea específica dentro del grupo. Lo que ellos pudieran aportar era visto más como un *plus* que como parte del dispositivo pedagógico. En los últimos años, con la fuerte penetración de la tecnología en los salones de clase, se han generado nuevas dinámicas dentro del aula, que han llevado a que algunos de estos alumnos hayan tomado un papel algo diferente y, sin dudas, más importante. Muchas veces estos alumnos son los verdaderos referentes del aula en materia tecnológica, sin que eso se refleje ni en la evaluación ni en la concepción de los procesos de aprendizaje. Los mismos maestros y directores los consultan a la hora de resolver cuestiones técnicas. Son referentes, pero su estatus es aún precario.

Peeragogy o pedagogía de pares

Howard Rheingold, una de las referencias ineludibles de la cultura digital, ha denominado *peeragogy* (un juego de palabras de *peer* «por pares» y *gogía* «llevar o conducir») a esta modalidad pedagógica. La traducción que mejor da cuenta del concepto en cuestión sería la de «pedagogía de pares»: los alumnos enseñando y aprendiendo horizontalmente, en forma paralela o coordinada con el maestro.

El aprendizaje entre iguales es una práctica educativa en la que los estudiantes interactúan para alcanzar los objetivos educativos. Es algo que sucede cotidianamente en

las pequeñas escuelas rurales del interior de nuestro país, donde los alumnos más grandes colaboran con lo más chicos. No solo les dan una mano a estos otros chicos, sino que se dan una mano a ellos mismos al tener que explicarles a otros estudiantes conceptos, tareas, fórmulas, deberes. Esta actividad de explicación tiene un valor pedagógico interesante. Es una tarea metacognitiva (chequear y dar cuenta de lo aprendido al tener que explicarlo), muy potente desde el punto de vista didáctico. Estos chicos funcionan de esa manera como andamiajes del aprendizaje, facilitando la aprehensión de los conceptos por parte de los más pequeños o de los más rezagados.

A pesar de que el aprendizaje por pares ha sido estudiado e investigado, su papel ha sido casi siempre secundario en el marco pedagógico tradicional. Sin embargo, la proliferación de foros, comunidades de aprendizaje entre pares a través de Internet, y las propias necesidades tecnológicas del aula han llevado a que este concepto haya tomado otra fuerza en los últimos tiempos. De todas maneras, se necesita también conceptualizar aún más esta nueva forma de enseñanza y aprendizaje, comprendiendo los mecanismos que se ponen en juego, tanto por parte de los grupos como por parte de las instituciones.

Universidad de pares

Interesante también es que han surgido universidades que siguen esta lógica de aprendizaje entre pares y esto sí es algo totalmente novedoso. Es el caso de la Peer 2 Peer University, un proyecto educativo que organiza el aprendizaje fuera de las paredes institucionales, al tiempo que le da reconocimiento formal a lo que logran los estudiantes. Esta universidad garantiza educación de alta calidad a bajo costo, simplemente categorizando materiales libres, hallables en Internet en forma gratuita.

Muchos sistemas de aprendizaje inteligentes y adaptativos comienzan a incorporar también el trabajo de pares como parte del proceso de aprendizaje. Las preguntas que hacen los iguales suelen ser aquellas relevantes. Generalmente consiguen apuntar a esos aspectos que, vistos desde el estudiante, pueden generar dificultades en el aprendiz que intenta acercarse y aprehender un tema. He aquí una nueva manera de interpretar el apoyo de los pares, no como un *plus*, sino como parte del proceso. En lugar de buscar y perseguir el trabajo solitario, se fomenta la colaboración y el chequeo permanente del curso del aprendizaje, algo quizás más parecido al mundo real que un carné individual

plagado de notas y comentarios, que las más de las veces solo tiene sentido exclusivamente dentro del ámbito académico.

Los *nerds* ya no necesitan venganza

El diálogo entre un padre y su hijo de doce años aproximadamente fue, según lo recuerdo, palabras más, palabras menos, así:

Padre: —No está bueno que traten de *nerd* a un compañero.

Hijo: —Sí, ya sé, pero muchos le dicen que es un bobo porque no juega al fútbol, no hace... nada. Yo sé que es medio *nerd*, pero cuando hay que hacer trabajos, ¿no sabés cómo te ayuda!

Escuchando ese diálogo, me di cuenta de que el padre no había necesitado convencer a su hijo de que estaba mal tratar a un amigo así. No precisó hablarle de valores, respeto, amistad, porque su hijo tenía muchas de esas cosas claras. El fin del diálogo fue la mágica y contundente frase del niño:

Hijo: —Yo les digo a mis amigos: mejor trátenlo bien, porque este, que parece un bobo, en unos años va a inventar algo salado y va a ser nuestro jefe. Van a ver.

El padre se sonrió, quedó callado y, después de ahí, siguieron su camino en silencio y así los perdí de vista. El diálogo padre-hijo me quedó sonando. Pero sobre todo: el final. La frase de advertencia del niño hacia sus pares daba cuenta de algo interesante en lo cual merece la pena detenernos.

¿De dónde proviene el término *nerd*? Según lo que estuve investigando luego de presenciar ese diálogo, la denominación *nerd* aparentemente nace en la década del setenta. Se atribuye el primer uso del término al filósofo Timothy Charles Paul para describir un perfil de muchacho tímido, inteligente, pero con pocas o nulas habilidades sociales, que lo transformaban frecuentemente en objeto de burlas.

Sin duda, hace unos cuantos años atrás, la palabra *nerd* era un claro sinónimo de inadaptación social. Un *nerd* era aquel individuo fuertemente centrado en asuntos académicos o de ciencia, poco interesado en su aspecto personal, y mucho menos en la moda, y con dificultades notorias para socializar. Muchas veces era objeto de burla por parte de sus compañeros. No era «popular» y, no en pocas ocasiones, quedaba excluido de los círculos sociales. Socialmente, el *nerd* no encontraba su lugar, salvo junto a otros

nerds. La escuela, el lugar en donde por defecto debía brillar, no siempre le devolvía el éxito buscado. Una paradoja importante del sistema, otra más dentro de un sinfín de ellas. La infancia creativa de muchos de estos niños transcurría puertas adentro, como una niñez solitaria, de lectura, casi que encerrada en sus propios intereses y, muchas veces, triste.

El avance que la tecnología ha tenido en los últimos años ha hecho que muchos de los elementos de este panorama hayan cambiado, para alegría de los llamados *nerds*. Aquellos que antes no tenían lugar social hoy sí lo tienen. ¿La razón? El lugar que la tecnología hoy ocupa en nuestras vidas. La llamada sociedad de la información no solo ha cambiado el perfil de la producción global en el planeta y los destinos del mundo, también ha modificado aspectos ligados a la valoración social. De hecho, los denominados *nerds*, junto con los *geeks* (una tribu urbana algo similar), gobiernan hoy los destinos del mundo. Aunque sean parecidos, aún el 87 % de las personas prefiere ser llamada *geek* a ser llamada *nerd*. Ambos manejan las claves de acceso, el *software* crackeado, los dispositivos, sus funciones y los trucos para los videojuegos y el mundo audiovisual con una facilidad que genera envidia en muchos de sus pares. Aunque no siempre sean populares, los *nerds*, ahora al menos, son mucho más respetados. Los conocimientos que manejan son valorados por sus iguales, que frecuentemente recurren a ellos para solucionar cuestiones tecnológicas.

Muchas tristezas se han transformado en reconocimientos, y esta es, sin duda, una noticia excelente para estos niños, sus padres y la comunidad en general. En algunos casos logran reconocimientos locales, en sus propios entornos. En otros casos, a través de Internet, logran contactarse con otras personas de diferentes sitios con los que compartir intereses, ideas y, a veces, hasta malestares por la falta de comprensión de la que son objeto.

Los llamados *nerds* son quienes más se inclinan hacia las carreras o actividades relacionadas con la tecnología. Muchas veces, también son quienes crean o inventan dispositivos, máquinas, *softwares* que generan importantes cambios culturales.

Según cifras oficiales del año 2010 de nuestro país, y tomando en consideración las inscripciones en la Universidad de la República (Udelar), 1 de cada 4 estudiantes optó por carreras asociadas a las letras. Esos estudiantes se distribuyeron de la siguiente forma: 14 % Abogacía, 7 % Psicología y 5,6 % Ciencias Sociales; 1 de cada 5 estudiantes eligió Ciencias Económicas o Administración de empresas. Menos de 1 en

10 eligió carreras «tecnológicas». Es altamente probable que el advenimiento del Plan Ceibal traiga consigo un aumento en nuestro país en el número de jóvenes interesados por cuestiones tecnológicas. Las primeras aproximaciones al estudio de los efectos del Plan Ceibal muestran que es precisamente en el área del manejo tecnológico donde más avances ha traído consigo el Programa OLPC uruguayo.

Se dice que en algunos colegios de Manhattan ser llamado *cool nerd* es ahora considerado un cumplido y no más una ofensa. Esta denominación abarca a personas con intelecto, logros académicos, conscientes de sí mismas y con intereses en distintas áreas. Ojalá imitemos lo bueno, no solo por el respeto que toda persona merece, sino también por el respeto y el cuidado que todo talento necesita.

La educación migra hacia los MOOC

Hasta hace unos pocos años las opciones de estudio en nuestro medio eran bastante limitadas. Siempre estaba latente la ilusión y la posibilidad de irse al exterior en busca de conocimientos que en nuestro país no estuvieran disponibles. Pero el desarraigo pesa, no es tan sencillo emigrar y son muchos los contratiempos, las dificultades y también los costos que hay que afrontar para poder irse al exterior en busca de una mejor educación. Claro está, todo esto, si pensamos que es necesario trasladarse para acceder a nuevos cursos y materiales educativos de primera línea. Pero eso es justamente lo que se ha modificado en el último tiempo. La educación *online* ha supuesto un cambio sustancial para esta situación que teníamos por defecto. La formación académica se ha puesto al alcance de un clic, sin necesidad siquiera de moverse de la habitación. Pero no se trata solamente de artículos sueltos, revistas académicas o videotutoriales caseros de YouTube, sino de algo mucho más potente y transformador aún. ¿A qué nos referimos? ¿Qué ha generado o propiciado ese cambio cualitativo? La respuesta: una palabrita que, al principio, suena algo rara: MOOC. ¿De qué se trata eso? Veamos.

MOOC y después...

MOOC es un acrónimo en inglés de *Massive Open Online Course*. En español la

traducción sería algo así como «cursos *online*, masivos y abiertos». Se trata de una modalidad de educación que aprovecha las ventajas que brinda Internet y que permite a miles de estudiantes de distintas partes del mundo que tengan conexión a Internet participar en cursos de primer nivel.

Ya no es necesario entonces radicarse en el exterior o viajar periódicamente para poder asistir a cursos de alto valor agregado. Diferentes universidades de primer nivel dictan, a través de distintas plataformas, cursos en las más diversas disciplinas. La filosofía detrás de los MOOC es la liberación del conocimiento para que este llegue a un público más amplio, no importa dónde uno se encuentre. Pero todo esto supone grandes cambios, tanto para los estudiantes y profesores como para las instituciones educativas en sí. La vieja idea del «aula sin muros» del célebre analista de medios Marshall McLuhan parece hacer cuerpo en los MOOC, y esa idea es tan liberadora como, al mismo tiempo, perturbadora. ¿Qué rol debe asumir la universidad en este nuevo contexto? ¿Cómo puede afectar sus intereses abrirse al universo de estudiantes ávidos de mejor educación?

Características de los MOOC

El término MOOC fue acuñado en el año 2008 por Dave Cormier y Bryan Alexander, cuando el número de inscriptos al curso *Connectivism and Connective Knowledge* (CCK08) llegó a 2300 estudiantes. La característica de masividad de los cursos seguramente no sorprenda a los estudiantes que viven por estas tierras. En el caso de los MOOC, lo interesante es poder compartir conocimientos e interactuar con estudiantes de diferentes lugares del planeta, mientras se tiene la posibilidad de tomar clases con profesores de las más prestigiosas universidades del mundo sobre temáticas de vanguardia. Los cursos tienen una duración promedio de seis semanas. Muchos son gratis, otros pagos, y la universidad puede expedirle al estudiante un certificado si así lo desea.

Algunos de estos cursos están automatizados y aprovechan las bondades de las plataformas llamadas adaptativas. Eso significa que el sistema conoce nuestro nivel de base y se adapta a él, tal como sucede en un videojuego. Los exámenes se presentan con distintos niveles de dificultad y se va chequeando que el estudiante comprenda aquellos

temas que se le van presentando a lo largo de las lecciones.

Algunos ejemplos de MOOC

En un sitio como Udemy, se puede aprender desde el paquete clásico de Microsoft Office hasta neurociencias, pasando por cuestiones tan diversas como *marketing*, economía, política, sociología, fotografía, salud, *fitness*, música, matemáticas y ciencias, entre otras. ¿Siempre deseó ir al MIT? Quizás este sea el momento de aprovechar los cursos que ofrece y contactarse así con los profesores que están a la vanguardia en distintas áreas del conocimiento o hacer ese curso sobre Astronáutica o Ciencia Política con el que siempre soñó. En Coursera podrá aprender sobre técnicas de investigación, perfiles criminales, estadística, programación, diseño Web, emprendimientos, *marketing* o cocina y nutrición. Los MOOC están haciendo posible aquella utopía de estudiar en el exterior sin moverse de su casa. Casi, casi, el sueño del pibe... que le gusta estudiar.

10. Es el seudónimo de un grupo de *hackers* internacional cuyas acciones suelen ser de protesta a favor de la libertad de expresión, de la independencia de Internet y en contra de diversas organizaciones globales.

11. Hermann Oberth (1894-1989) fue un físico alemán y uno de los padres fundadores de la astronáutica y los cohetes espaciales.

12. Batería de técnicas para la detección de distintas dificultades.

CAPÍTULO VIII

Internet de las cosas, datos y análisis

¿Cómo regulamos la inteligencia aplicada a los datos? Hansel y Gretel en el siglo XXI

Si el servicio es gratis, tus datos son el producto.

Jonathan Sander

Una noche, los niños Hansel y Gretel escucharon a sus padres decir que los abandonarían en el bosque dado que ya no tenían dinero para darles de comer. Los pequeños, angustiados por las noticias, decidieron actuar para evitar ese triste final. Juntaron varias piedritas y un pan y los guardaron en sus bolsillos con la idea en mente de señalar con ellas el camino que emprenderían hacia el bosque, de forma tal de poder guiarse al regreso, una vez que fueran abandonados.

Tras la caminata y la posterior siesta, los niños despertaron y se encontraron solos en medio del bosque. En el camino de ida, una vez que las piedritas se acabaron, los niños habían comenzado a marcar su rastro con pequeñas migas de pan. Pero no contaron con la presencia de los pájaros del bosque. Ellos hicieron desaparecer cada una de las migas, lo que tornó imposible el regreso y, por ende, el reencuentro con su casa y sus padres.

En la vida analógica de los personajes de los hermanos Grimm, se pueden dejar rastros, pero muchos de ellos se borran. El mundo digital, sin embargo, funciona en forma exactamente opuesta. Cada paso que damos en el espacio de Internet queda registrado. El universo digital es un cúmulo de migas y piedritas que desperdigamos por ahí, a veces a sabiendas, otras a tientas. El problema de los niños Hansel y Gretel era también la escasez de datos. El nuestro: la superabundancia. La casita de chocolate no aparecía en Google Maps y no había un GPS ni un Waze a mano, tampoco un compartir ubicación para pedir ayuda a través de Twitter. Y por si fuera poco, en el mundo de los

hermanos Grimm, los rastros eran consumidos, pero jamás agrupados y ordenados en un algoritmo capaz de predecir los movimientos de niños como Hansel y Gretel.

El mundo actual no es un bosque plagado de árboles, sino de cámaras personales y ciudadanas que almacenan datos a cada instante. Nuestros pasos frente a ellas son registrados en forma constante. Nuestras piedritas son el propio Google y sus búsquedas (en My Activity podrás ver tus búsquedas en la Web) o el uso del Waze para el tráfico, la aplicación Tinder o Happn para buscar pareja o la red Foursquare para mapear la ciudad o simplemente jugar Pokémon GO. De hecho, a partir de Pokémon GO, Nintendo podría llegar a dibujar un mapa inquietantemente exacto sobre los hábitos de todos los usuarios cazadores de los famosos *pocket monsters*.

Un mundo de big data y machine learning

A muchas personas les gusta entender quiénes son los malos en este mundo, quiénes son los dueños de las cámaras malvadas como la bruja de Hansel y Gretel. Pero a la hora de pensar en los datos personales, resulta que son las propias personas las que permanentemente brindan los datos a las redes, porque esos datos les generan algún tipo de beneficio, ya sea económico, personal o social. El mundo de los nuevos Hansel y Gretel es un universo con geolocalización que se complementa con el mejorado alcance del *software* que reconoce las caras. Son los propios Hansel y las Gretel quienes brindan los datos a las aplicaciones que, a su vez, generan un mundo de aplicaciones que dan datos a empresas y así sucesivamente.

Pero no se trata de los datos directos, sino de los innumerables datos indirectos que todos proveemos en forma permanente. Los distintos algoritmos que las compañías han ido generando son capaces de encontrar indicadores en nuestro transitar por las redes. La gente no necesariamente cuenta sus cosas íntimas, pero sí lleva a cabo acciones que pueden llegar a ser fácilmente predictivas de esos datos íntimos no revelados. Las páginas navegadas hablan de la intimidad, las aplicaciones descargadas dan cuenta de sus elecciones personales, políticas, educativas. Pensar que solo el hecho de no dar datos personales alcanza es un grueso error.

En un estudio bastante divulgado como el de Michal Kosinski, publicado en la revista *Proceedings of the National Academy of Sciences* de la Universidad de Cambridge, se

tomaron datos de 58 000 personas. Resultó un alerta para a los internautas sobre el rastro digital que dejan a su paso. Los «me gusta» de Facebook permiten saber con alta precisión la raza, edad, orientación sexual y tendencia política de cada usuario. El trabajo fue preciso en un 88 % al determinar si el usuario era hombre o mujer, 95 % en distinguir si era negro o blanco, y 85 % en concluir si votaba al Partido Demócrata o al Republicano. El algoritmo creado acertó en un 82 % si el voluntario era cristiano o musulmán, y supieron con un grado de precisión entre el 65 % y el 75 % si era o no consumidor de droga.

Buscando a Nemo

Si en lugar de buscar al famoso pececito de Pixar estás con ganas de conocer a algún artista argentino, con solo buscarlo por su nombre en www.Buscardatos.com es posible que lo encuentres. Si tenés negocios en Estados Unidos y querés saber más sobre alguien en particular, el sitio BeenVerified te provee de información al buscar en miles de bases de datos los antecedentes de cualquier ciudadano. Sabrás si tiene deudas, si estuvo preso o si tuvo multas de tránsito con tan solo pagar una suscripción de treinta dólares mensuales.

Hoy existen muchos sitios en Internet que además son capaces de agrupar la información de las personas y brindar un perfil bastante acertado de ellas. La extensión Crystal para Chrome te facilita la comunicación con los usuarios de LinkedIn. La extensión te sugiere cómo escribirle un *mail* a tu interlocutor, el tono a emplear y el modo de desplegar tus ideas. Esto es solo el comienzo. Algún día Hansel y Gretel querrán pedir un préstamo o hacerse un seguro de salud, y algún algoritmo, en algún lado, dirá sí o no. En parte, de eso se trata el *big data* y el *machine learning*. Cómo regularemos esos alcances parece ser una pregunta que deberíamos comenzar a formularnos.

Internet de las cosas (*Internet of Things* o IoT)

En la serie *Homeland*, el asesinato de un congresista americano se pergeña a través de

Internet. ¿De qué manera logran los terroristas acabar con alguien tan custodiado? Nada más y nada menos que logrando una falla en su marcapasos, utilizando el código de fábrica y alterando su funcionamiento desde la Web, en forma remota. Un homicidio siglo XXI.

Mientras, algunos *spots* televisivos ya anuncian que su heladera será capaz de avisarle si está faltando leche, verduras, refrescos o cerveza, o si tiene los ingredientes suficientes como para elaborar esa tarta que estaba pensando prepararle a su familia esta noche. Otras publicidades anuncian que automáticamente la heladera hará el pedido al supermercado y hasta podría chequear los mejores precios para lograr un mayor ahorro.

Es solo cuestión de programar el aparato y tener conectividad para saber si su nivel de glicemia está bien, si su corazón late adecuadamente o si la temperatura de su casa está por debajo de lo que le indicó al portero del edificio. Usted solo deberá decidir qué es lo que quiere, en qué cantidades, y los aparatos, conectados a Internet, harán el resto, al tiempo que usted hace alguna otra cosa.

Si ha oído hablar de esas cuestiones, quizás alguna vez haya escuchado mencionar al Internet de las cosas (IoT). Si no lo ha hecho, quizás sea hora de que comience a interiorizarse sobre ello, ya que hablamos del futuro próximo en materia de dispositivos de ocio y salud.

De alguna manera, Internet pronto dejará de ser un concepto asociado a lo virtual para pasar a ser algo mucho más tangible inclusive de lo que es actualmente. Las cosas, los objetos, todo lo que tocamos y utilizamos en el ámbito doméstico estará en breve conectado a la Red y cada dispositivo será identificable por su sistema computarizado embebido en un sistema mayor. Las cosas dejarán de ser objetos aislados para pasar a ser parte de un todo, mucho más extenso y, sobre todo, más inteligente. La inteligencia colectiva no solo englobará a las personas, sino que también comenzará a incluir a los objetos.

Un cambio filosófico, no técnico

Por eso IoT no trata solo de una cuestión técnica, de un mero avance cuantitativo, sino de un salto de calidad y de un cambio filosófico en cuanto a la perspectiva de lo que es el mundo de los objetos. Cuando todos los aparatos se conectan, el sistema en su globalidad

cambia. Todo resulta ser todo y nada entonces existe por separado. La interconexión genera entonces un mundo cualitativamente distinto al que conocemos en la actualidad.

Si bien Internet es un anticipo en cuanto a la interconexión de las personas, IoT supone un paso más en ese derrotero. Cuando todo está conectado entre sí, ello forma parte de lo mismo e indefectiblemente las fallas de un sistema repercuten y actúan sobre los otros sistemas.

Se trata, más que de una acumulación, del surgimiento de algo nuevo, emergente. Podríamos hablar de una suerte de organismo que pasa a tomar vida propia, alimentándose de datos, de información y al mismo tiempo de lo que sucede con los otros sistemas también interconectados. Internet de las cosas es una suerte de ser omnisciente y ubicuo que todo lo conecta, todo lo sabe y hasta... puede decidir. En ese escenario tenemos que prepararnos para manejarlos, más que con objetos, con información proveniente de esos objetos conectados. Los objetos tendrán mayor o menor valor en función de la información que liberen al sistema mayor.

Internet de las cosas es entonces la red de objetos físicos portando electrónica, *software*, sensores y conectividad que permiten que estos aumenten su valor y las características de su servicio, al poder intercambiar datos tanto con el fabricante como con el operador, el usuario final u otros aparatos interconectados.

Pero eso de alguna manera supone un mundo donde todo sea rastreable, y se encienden allí, al menos, algunas luces amarillas. Los *chips* brindan información a la Red de redes, pero al mismo tiempo otros *chips* podrían ayudar a los bomberos, a las alarmas meteorológicas, los sistemas de tráfico de las grandes ciudades recolectando datos de los autos y procesándolos a altas velocidades.

Con estas cuestiones hay en juego variados temas de privacidad. Autos y casas conectadas brindando información en forma constante supone una lógica de confianza entre las partes. Se deberán generar formas de validación del intercambio de información que garanticen que la misma será de ayuda pero no podrá ser utilizada para robar, alterar y generar nuevos cibercrímenes. Imaginamos la Web profunda repleta de datos acerca de los dispositivos, los hábitos de consumo de los ciudadanos y más. Si el ADN ya confirmara que tan solo somos información, el Internet de las cosas avanza en ese mismo sentido. El mundo es información. Saber decodificarla, manejarla y encontrar los patrones emergentes supone nuevas habilidades propias de esta era de interconexión entre las personas y también entre los objetos. De eso se trata el Internet de las cosas.

Los humanos y las pantallas

El mayor desafío intelectual de nuestro tiempo no es cómo diseñar máquinas que se comporten como seres humanos, sino cómo proteger a los seres humanos para que no sean tratados como máquinas.

Philip W. Jackson

Abordaremos un tema tan controversial como fascinante: nuestra relación como humanos con las máquinas. Si bien muchas veces se equipara la tecnología con la deshumanización, lo cierto es que las máquinas no lastiman, no humillan ni dejan al descubierto nuestras miserias y debilidades humanas. Jamás nos insultan ni se burlan, ni hacen *bullying* en la escuela, ni *mobbing* en el trabajo. Tampoco nos echan del salón de clase por ineptos. Siempre nos aguardan, una y otra vez, nos esperan pacientemente a que podamos llevar a cabo las tareas que tenemos delante. Podrán ser algo frías, pero nunca hirientes ni humillantes. Estas son lecciones de humanismo que, paradójicamente, nos dan las máquinas. La humillación y la burla son exclusivo patrimonio de los hombres, que se horrorizan y rasgan las vestiduras frente a la «deshumanización que se da en los nuevos entornos digitales», al tiempo que excluyen y discriminan a los diferentes en la vida material, real y humana. Paradojas, si las hay.

Uno de los más importantes representantes del nuevo mundo digital es la computadora personal, que tiene algunas características que vale la pena destacar. En primer lugar, es un objeto de compañía, «más inteligente» que la televisión y con posibilidades de brindar no solo compañía electrónica, sino mediatizada compañía de otros de carne y hueso. Esto último a través de las diferentes redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, Snapchat, WhatsApp) con las que está imbricada.

En segundo término, no es menor el dato de que la actividad que se ha visto más disminuida por la computadora haya sido la televisión. La pantalla de la computadora hoy cumple también la función de sostén y compañía, al igual que lo ha hecho la televisión durante décadas. Niños incapaces de leer, con tendencia a aburrirse cuando

están solos, encuentran en la interfaz de la computadora suficiente sostén como para entregarse y entretenerse durante horas. La computadora es un objeto para conectarse con los otros, en general con pares, o con gente alejada territorialmente. Pero también es un objeto que sirve para desconectarse de situaciones materiales que ofrecen inseguridad, angustia e incertidumbre. Como señalábamos antes, cumple la función de sostén en este sentido, también permitiendo eludir el estrés de la vida material. Por eso, muchas de las adicciones que se pueden observar en los más jóvenes están ligadas a la evitación de situaciones conflictivas de la realidad. Lamentablemente hay muchas familias que resultan tan alienantes como la propia pantalla.

Nativos e inmigrantes frente a la pantalla

Hay algo que meridianamente diferencia a los jóvenes de los adultos y es que los primeros son claramente más confiados cuando se encuentran frente a la computadora. Eso pauta las diferentes formas de acercamiento a las máquinas. Aun los jóvenes con discapacidades, que se apoyan en los dispositivos para ver, hablar, escribir, confían más en la relación entre ellos y el mundo digital que lo que lo hacen muchos adultos inteligentes y formados. Esos temores atraviesan las formas de aproximación a las máquinas, las maneras de vincularse con las pantallas. Los más chicos no tienen miedo de romper (a veces nos gustaría que tuvieran algo más de miedo para evitar malos usos) y no temen que las máquinas les hagan cosas (que se tranquilen, que no les permitan llevar a cabo actividades, quedar a merced de ellas, perder el control, encontrar que la información que brindan no es precisa, virus, *hackers*, etc.). A la hora del relacionamiento entre las personas y las computadoras, los jóvenes exploran más, navegan sin temor y hacen uso del *software* y el *hardware* por ensayo y error. Así aprenden y así comparten con sus pares lo aprendido. Tienen más tiempo de ocio y dedicación para descubrir cosas nuevas y muchas más ganas de compartirlas con sus amigos.

Para alegría y alivio narcisista de los «inmigrantes digitales», los médicos Small y Vorgan (2009) han encontrado que, en solo cinco días de entrenamiento, un grupo de sujetos que no usaban Internet, comparado con otro grupo de personas expertas en el uso de Google, desarrollan las rutas neuronales para hacerlo. Esta investigación se llevó a

cabo comparando los estudios de MRI (imágenes de resonancia magnética nuclear) del cerebro en activo de los sujetos de los dos grupos. Como conclusión, habría aspectos propios de la cultura digital que serían fácilmente aprehensibles, incluso para los denominados «inmigrantes digitales».

Las malas noticias se refieren al sobreuso de las máquinas, a ese vínculo con las máquinas en forma permanente y sin pausa. La «atención parcial continua» — inicialmente descrita hace una década por Linda Stone— crea un estado de estrés aumentado sobre el cerebro, produciendo una sensación de fatiga similar al *burnout*. En su estudio muestra que los usuarios en el estado de conectividad constante están expuestos a un sentido de crisis permanente, una alerta constante que no es posible sostener permanentemente. Si bien ese estado de hiperconectividad, en un comienzo, es generador de sentimientos de control, reforzando al yo y la autoestima, a la postre se vuelve insostenible y genera una suerte de fatiga cognitiva.

Lugares, no-lugares y tecnología

La humana, como especie animal, ha sido y sigue siendo territorial. Más allá de todos los cambios acaecidos desde su aparición sobre la Tierra, el humano ha buscado colonizar los espacios, hacerlos propios. Su mirada, sus manos, su cultura, junto con sus herramientas y producciones, tornan los lugares habitables, disfrutables, rentables, visitables y hasta a veces, incluso, despreciables.

En las últimas décadas, el espacio por excelencia de las personas es: la ciudad. Ese es el escenario global donde habitan los sujetos de este siglo. Las migraciones suelen tener por destino las ciudades. Allí, las muchedumbres se agolpan y buscan forjar su destino, a veces infructuosamente, porque para muchos la ciudad es, paradójicamente, un territorio salvaje. Sin embargo, de norte a sur, de este a oeste, las ciudades atraen a las personas de todas las razas y credos.

Pero las ciudades no son un único espacio, sino una sumatoria de ellos. El espacio de la urbe puede ser dividido para su mejor análisis y comprensión. Así, existen, dentro de las ciudades, lugares de residencia, trabajo, recreación y esparcimiento, y también aquellos que el antropólogo francés Marc Augé denominara no-lugares. Se trata de esos espacios anónimos de las ciudades que no llegan a configurar un lugar, en sentido

antropológico, y que son, habitualmente, espacios de paso, como ser los aeropuertos, autopistas, *shoppings* y supermercados. Según este autor, estos espacios no aportan a la identidad, al tiempo que la comunicación que allí se entabla tiene un cierto carácter artificial. Las conversaciones que allí se dan son «las de ascensor o supermercado»: frágiles, pueriles, casuales.

Nuestra percepción de los no-lugares

Augé llama a nuestra era sobremodernidad, una modernidad con excesos de imágenes, información e individualismo. La considera una fuerte productora de no-lugares. Los no-lugares son hijos de lo urbano, están ligados a una vivencia urbana. Es por esto que los habitantes rurales se manejan muchas veces en los no-lugares cual si fueran efectivamente lugares, y allí es que muestran su desconocimiento de las reglas ciudadinas, delatando su origen no-urbano. La persona que proviene del medio rural debe aprender a manejarse en los no-lugares como tales, porque en principio, para ella, siempre se trata de un lugar. Es en las interacciones con los ciudadanos que los habitantes rurales comienzan a darse cuenta de los códigos a seguir en esos espacios urbanos. Los no-lugares no son en ese sentido absolutos, no se definen por sí solos, sino también por la forma de habitarlos. Muchos estudiantes que provienen del interior sufren esto en sus primeros pasos de inserción en el mundo de la capital.

Internet y las redes

Augé plantea que las redes informáticas son también no-lugares. Para muchos adultos puede que así sea. Ellos solo están de paso por Internet. Sin embargo, los jóvenes desmienten esto día a día. Ellos transforman las redes en lugares para estar, habitar, interactuar, es decir, en lugares en el sentido antropológico del término. Esta es una distinción no menor, y a mi juicio, poco entendida y transitada por la academia.

La tecnología es también proveedora de formas de huir de los no-lugares, del anonimato. En los aeropuertos, en las esperas y los embotellamientos, lo primero que se busca es la conexión: hacer de ese espacio de anonimato un lugar habitable. Muchas

veces se busca el celular y se hacen llamadas cuyo cometido fundamental es restablecer el contacto con el lugar y lo habitable y salir del anonimato de la calle.

Pero así como los no-lugares de las autopistas o de Internet pueden ser transformados en lugares por los habitantes de la Red, también puede suceder lo opuesto. Un lugar puede transformarse en un lugar de paso o conexión cuando todos los dispositivos se encienden al unísono, los diálogos se cortan y solo prima la conexión. Es lo que sucede hoy a diario en muchos hogares y muchos lugares de la ciudad. En muchas mesas, al lado del plato de la cena, está el celular o la *tablet* cual si fuera un utensilio más. De esa forma, los no-lugares desplazan a los lugares, los desafían, los conquistan y los invitan al repliegue.

Como dice Augé:

«En la realidad concreta del mundo de hoy, los lugares y los espacios, los lugares y los no-lugares se entrelazan, se interpenetran. La posibilidad del no-lugar no está nunca ausente de cualquier lugar que sea».

En definitiva, casi que como siempre, se trata de una cuestión también de decisiones, de dónde queremos habitar, cómo y con quién queremos hacerlo. En otras palabras, podemos cenar con los otros como si fuera un hogar, o también como si fuera un bar de aeropuerto. No es más que una decisión.

CAPÍTULO IX

Impresión 3D, YouTube, fama, videojuegos y series

El potencial de la impresión 3D

¿Dónde imprime los juguetes Papá Noel? Seguramente esa sea una pregunta que, en un futuro no muy lejano, los niños formularán a sus padres. Cuando el costo de las impresoras 3D disminuya algo más y estas se tornen accesibles para un hogar tipo, los juguetes se harán en casa. Los personajes de algunos cuentos infantiles ya pueden descargarse de la Web con la posibilidad de imprimirlos en 3D y así darles vida. Y los niños no solo querrán hacer juguetes o personajes, sino que probablemente también recurran a estas impresoras para entregar el lunes la maqueta del Montevideo antiguo para la clase de Historia, el fémur para la clase de Biología, el modelo de sistema solar para Geografía o una réplica del cráneo de un Neanderthal para ganar algún puntito extra en la evaluación del mes.

Pero los adultos también querrán hacer sus propios diseños con el «chiche nuevo». Algunas jovencitas entrando en la adolescencia seguramente se interesen por construir nuevos diseños de zapatos, *bijouterie* y hasta sus propias prendas de vestir, comenzando una gran carrera de diseñadoras. Los *gourmets* de la casa ensayarán nuevas recetas, nuevos diseños de *cupcakes* o de bombones de chocolate con múltiples y personalizadas formas. Los orientados a la tecnología podrán probar sus nuevos celulares, televisores, relojes o cámaras, mientras los «tuercas» de la casa pasarán horas en el diseño de nuevos prototipos de drones, lanchas, motos o autos, que buscarán emular al Urbee 2, que promete rendir 130 kilómetros por litro. El potencial de la impresión 3D se redescubre día a día y no hay zona de la actividad humana que quede por fuera de su alcance.

Decíamos que Internet nos transformó en potenciales *paparazzis*. Ahora, las impresoras 3D nos ubican como potenciales diseñadores industriales. Con una impresora 3D en el hogar, todos tenemos la posibilidad de construir prototipos de lo que nuestra

imaginación nos proponga. ¿Que hay que saber diseño? Bueno, sí, pero los nuevos *scanners* 3D nos facilitan el trabajo si no somos muy buenos en el manejo de los programas de diseño 3D.

3D en medicina

Los amantes de los juegos extremos están de parabienes. Ya pueden seguir lanzándose sin miedo. La pesadilla del yeso para las quebraduras parece estar llegando a su fin. Diseñado por el industrial turco Deniz Karasahin, el yeso negro llamado Osteoid utiliza un sistema de ultrasonido (LIPUS) que se activa veinte minutos al día para agilizar el proceso de cura de una fractura, volviéndolo un 40 % más rápido que el tradicional método. Otra diferencia de este yeso es que tiene ventilación y no huele ni pica. Mientras tanto, investigadores de la Universidad de Washington han podido imprimir huesos para aquellos pacientes que necesitan cirugías ortopédicas o dentales. La pieza —impresa en 3D a medida— es colocada junto al hueso real y funciona como un puente, agilizando el proceso de soldado del hueso. En el plano de la odontología, también son muchos los avances que promete la impresión 3D.

Ropa

A comienzos de año, Nike y New Balance comenzaron a imprimir zapatillas deportivas. El modelo ultrarápido *Vapor Laser Talon* de Nike compite con los diseños de New Balance. Esta marca, buscando personalizar sus modelos, escanea el pie del cliente y diseña «a medida». Cuando las impresoras puedan comenzar a trabajar con algunos tipos de telas, los modelos *prêt-à-porter* seguramente también se verán atravesados por lo 3D.

Postres y pizza

El proceso de personalización o customización también alcanza a la gastronomía. Las comidas no solo se personalizan en sus diseños, sino también en sus cualidades

nutricionales. La Universidad Cornell ha probado la impresión de galletas con características nutricionales diferentes, basándose en los datos de peso, altura y datos médicos de los comensales.

En setiembre 2013, la NASA estrenó una impresora de pizza que podría ser una solución efectiva para los viajes espaciales. Los astronautas podrán llevar e imprimir su propia pizza y, si se sienten solos, por qué no también un osito de peluche que les haga compañía.

En YouTube, para algunos, la fama no es puro cuento

Algunas decenas de personas que hasta hace poco tiempo eran unos verdaderos desconocidos en sus ciudades natales hoy tienen un cuarto de millón de seguidores en Twitter. Estas nuevas estrellas facturan más dinero que la mayor parte de la gente de su edad. ¿La razón de su salto al estrellato? La fama lograda a través de Internet con videos unipersonales que, apostando al humor y al lenguaje juvenil, han logrado atrapar a decenas, cientos de miles y, en algunos casos, millones de personas. La joven Jenna Marbles es una de estas nuevas artistas, impulsadas a la fama gracias a una cámara web. Esta nueva comediente estadounidense, de treinta años, tiene casi tres millones de seguidores en Twitter. Según TubeMogul, la plataforma de compra de anuncios para videos, en 2012 esta chica cobró la friolera de 268 827,08 euros gracias a sus casi diez millones de suscriptores en YouTube. Nada mal para una principiante que, con sus videos picantes e hilarantes subidos cada miércoles, ha logrado encontrar un modo de vida. ¿Y qué hay del chileno German? En su canal de YouTube, el joven comediente sube todos los viernes un nuevo video unipersonal. El chileno se ha transformado en cita obligada de los jóvenes latinos que buscan un rato de diversión sin demasiada profundidad. Más de siete millones de suscriptores en YouTube dan cuenta de la fama de este comediente, que aborda los temas más insólitos, tan solo con una camarita y algo de edición.

Julian Serrano es un chico de Entre Ríos que con dieciocho años logró conquistar a los jovencitos argentinos con sus videos subidos a su canal. Este muchachito ha llegado inclusive a interesar a canales de aire y a la producción de Cris Morena, gracias a su medio millón de suscriptores de YouTube. En la calle, las chicas se toman fotos con él y

se ha transformado en una celebridad, a pesar de su corta edad.

Yéndonos más hacia el norte, Werevertumorro es un joven mexicano que cada viernes sube un video a su canal de YouTube. Allí despliega su *show* unipersonal que tiene como audiencia casi cinco millones de suscriptores que ansiosamente esperan la llegada de cada nueva entrega.

En todos estos casos, el humor fresco, desestructurado y alocado es un ingrediente presente. Estos nuevos artistas de YouTube, con sus videos picarescos, juveniles, espontáneos, han podido apropiarse de la Red de redes para ponerla al servicio de su imagen y sus talentos, participando de la conexión *online* de un modo muy particular. Pero también están los músicos: Sam Tsui también subió sus videos y ya ha alcanzado la fama y el reconocimiento grabando y subiendo *covers* de autores conocidos, claro está con una excelente producción a cargo de Kurt Schneider. Vale la pena ver sus producciones.

Veamos un poco cómo lo han hecho estas microcelebridades de la Web y cómo es la participación de los jóvenes en general. Porque no todos se hacen famosos en la red, pero lo cierto es que tampoco todos buscan serlo.

Cómo estar en la red

Los tres géneros de participación *online* que se han identificado, a través de algunas investigaciones sociológicas sobre el accionar en la Red, se han denominado, en inglés, «*hanging out*», «*messing around*» y «*geeking out*». En buen romance, las formas de estar en conexión pueden ir desde pasar el rato o perder el tiempo, hasta generar contenidos que puedan forjar una identidad digital y profesional, como en el caso de estas microcelebridades a las que nos referíamos anteriormente. Estos noveles artistas, ahora microcelebridades, provienen de esta tercera forma de estar en conexión: *geek out*. Mientras la mayor parte de los jóvenes solamente «pasa el tiempo» en la Red y consume contenidos, estos otros chicos utilizan las redes como un medio de salida, más que de entrada. También charlan/chatean con sus amigos (*hang out, mess around*), pero sobre todo con sus *fans*, a quienes tienen más cerca que a nadie. Mientras la mayoría no hace nada sustancioso y la Red es para ellos una suerte de esquina virtual en la cual se encuentran con sus amigos, sus conocidos, intercambian chismes, se informan y punto,

para estos chicos la Red es una vitrina.

Los jóvenes, en general, pasan el tiempo y muchas veces hasta lo pierden, para desquicio de sus padres. Jugando Candy Crush o etiquetando gente en las fotos de Facebook no es precisamente como la fama lo alcanza a uno. En cambio, estos jóvenes artistas, hoy famosos, crean, producen y muestran sus productos en YouTube, logrando llegar a una audiencia masiva e internacional. Han aprovechado el potencial de salida y difusión de YouTube para hacerse famosos, algo de lo cual tanto Justin Bieber como el coreano Psy parecen saber.

Este es un fenómeno internacional producto de la existencia de un canal de visibilidad como YouTube. Sin embargo, de los 300 000 videos de YouTube que se ven por minuto, apenas un bajo porcentaje logra pasar el umbral y convertirse en viral. La fama no es puro cuento, pero tampoco es para todos. Lo mismo sucede con las cien horas de video subidas a YouTube cada sesenta segundos. Solo algunos minutos serán memorables. Los artistas buscan que sus producciones alcancen la fama, pero el mero hecho de subirlas a la Web no garantiza que eso suceda. Pero, al menos, lo habrán intentado.

Diversión en YouTube

Cada vez que van a algún lado, las *fans* se les acercan y los rodean; algunas gritan, otras les piden para tomarse una *selfie* posando a su lado. Si tienen una entrevista en la radio o en la televisión, los acompañan y les hacen el «aguante», festejando cada broma o salida jocosa casi como si estuvieran en un escenario. Les toman fotos desde todos los ángulos. Ellas saben que esas imágenes luego cotizarán en redes como Instagram o Snapchat. Las amigas morirán de envidia al verlas, al tiempo que su popularidad seguramente crecerá. No son una banda de rock, tampoco una de cumbia tradicional ni cheta. No estamos hablando de figuras del fútbol ni del deporte nacional o internacional, sino de una nueva categoría de ídolo juvenil: el *youtuber*. Se trata de una especie nueva gestada a partir de esta enorme plataforma de contenidos, hoy propiedad de Google, llamada YouTube.

El nombre del trío: Dosogas. Su nacionalidad: oriental. Su estilo: difícil de entender para los adultos. Dosogas está compuesto por tres jóvenes uruguayos que rondan los veinte años que comenzaron a subir videos a YouTube y se volvieron famosos casi de la

noche a la mañana. El éxito encontró de repente a estos tres chicos que estudian carreras universitarias vinculadas al mundo de la comunicación.

Sugiero que nos detengamos no tanto en los videos en sí mismos, en su calidad o incluso en su estilo, sino en el tipo de *performance* que estos jóvenes realizan a través de esas grabaciones. Cuando uno navega por su canal de YouTube y comienza a reproducir los cortos, observa que no hay un espectáculo montado, ni un guión rígido que limite el accionar de los tres actores. Parece tratarse más bien de una idea básica que se va desarrollando en la propia acción, que tiene mucho de improvisada, elemento este que se repite en muchos de estos videos «caseros». Pero lo esencial no parece estar en las dotes de improvisación tampoco, sino en un hecho muy concreto: los chicos de Dosogas se divierten y se filman mientras el guión se despliega. Por lo tanto, no se trata específicamente de humor, sino de diversión. No hacen chistes, ni pretenden hacerlos, sino que simplemente estos jóvenes se divierten, se filman y, con ello, entretienen a otros.

La diversión de su público parece provenir de la identificación de los usuarios con estos chicos. Por eso, es humor juvenil, difícil de comprender para otras generaciones que hallan buena parte de estos videos vacíos de contenido. Les cuesta encontrar a Dosogas divertidos, seguramente porque no se identifican con los jóvenes, porque ya han dejado de serlo. Lo que para algunos chicos resulta divertido, para otros, más grandes, resulta tonto, hasta sin sentido o al borde de lo aceptable.

Mientras unos se divierten, otros abren sorpresas

Así como en el caso de Dosogas son los tres chicos protagonistas los que parecen divertirse, y por transitiva, divertir a los otros, existen otros ejemplos dentro de YouTube con similares características, donde los protagonistas son los que verdaderamente hacen, aunque se dediquen a otras cuestiones.

En los últimos tiempos, varios padres se han visto sorprendidos por la tenacidad con la que sus hijos les piden para continuar viendo algunos videos de YouTube. Los pequeños se resisten a abandonar su lugar frente a la pantalla, en la que, para su estupor (el de los padres), unas manos de mujer rompen los huevos de chocolate Kinder, abren los envoltorios de los mismos y muestran cuál es la sorpresa que se encuentra dentro de

ellos. A los padres les cuesta enormemente entender este nuevo fenómeno, que ni siquiera saben cómo catalogar, pero que ya tiene su nombre propio: *unboxing*, que en buen romance quiere decir «desenvolver».

Nuevamente, no estamos frente a videojuegos que atrapan a sus usuarios en mundos fantásticos llenos de aventura, exploración y transgresión, sino frente a videos más bien caseros donde la acción del usuario es cero. Solo se trata de ver. Son grabaciones de gente que hace cosas para otra gente. Resulta difícil no detenerse en el aspecto pasivo y hasta voyerista que toma la observación de estos cortos. Los más chicos encuentran esta modalidad de video muy atractiva y se identifican con esas manos que, cual extensiones de las suyas, llevan a cabo acciones, en este caso, develar la sorpresa que esconde un huevo Kinder. Generalmente en la pantalla solo aparecen las manos y la voz. En algún caso, se agrega algún muñeco de personaje de ficción, como Peppa Pig o Mickey Mouse, acompañando la escena. En otros videos se da hasta una suerte de dialogado entre las manos y alguno de esos personajes de fantasía. Princesas Disney, Frozen y Peppa la chanchita sobre una mesa van viendo, junto con la locutora y sus suscriptores al canal de YouTube, qué es lo que se esconde dentro de esos chocolates huecos pero llenos de sorpresa.

Así, también llenos de sorpresa, están los padres. Observan a sus niños ver desenvolver huevos Kinder frente a la computadora, y luego, cuando llegan a la adolescencia, tomar como ídolos a Dosogas. No comprenden bien qué es lo que está pasando con su progenie; se preguntan y me preguntan cuando tienen oportunidad:

¿Es qué tanto ha cambiado el humor en estos tiempos?

¿Cuál es la gracia de ver desenvolver un huevo Kinder?

¿Qué seguirá luego?

¿Qué deberíamos hacer al respecto?

Créanme que me era más cómodo responder preguntas tales como cuántas horas deberían los chicos jugar videojuegos. Aunque se los denueste, los videojuegos aportan mucho a la cognición. Lo mismo puede decirse de muchas series de televisión que, en su complejidad y en el diálogo propuesto, promueven el pensamiento y la utilización de la lógica. Me encantaría poder pensar y decir lo mismo de estos otros ejemplos que mencionamos. Por ahora, es tan solo un deseo.

Desarrollo de habilidades a través de los videojuegos

Nadie duda que los videojuegos sean hoy la principal actividad lúdica de los niños. Cualquiera que tenga nietos, hijos o sobrinos sabrá también lo difícil que resulta desprenderlos de los juegos de pantalla. El fuerte imán que estos juegos ejercen sobre los jóvenes hace que la desconexión sea uno de los principales focos de conflicto en el hogar del siglo XXI. Para el niño metido en el juego, nunca es el momento apropiado para apagar la computadora o el Play. Eso lo saben todas las madres que llaman a sus hijos a cenar y reciben un «ya va, ya termino, paso esta pantalla y voy», y tantas otras frases similares que buscan postergar la desconexión. Tanto en consolas como en las computadoras o los celulares, los niños y adolescentes pasan muchas veces excesivo tiempo frente a las distintas pantallas. Según algunas estimaciones, si se sumaran todas las horas que niños y adolescentes están frente a algún dispositivo encendido, se sobrepasarían las quince horas diarias. Tanto es así que, según otras fuentes, esta generación de niños duerme promedio unas dos horas menos que la generación del 2000.

Evidentemente, estos datos son signos de alerta para los padres y muchas veces más para los abuelos, que desde su distancia generacional logran ver las cosas con más perspectiva. Pero... ¿Qué sucede en los videojuegos que hace que sean tan atractivos y tan difíciles de abandonar? Una de las cuestiones es que en los entornos de videojuegos hay mucho de exploración, de búsquedas y de desafíos.

El deseo de vencer esos desafíos y superar los obstáculos que se van presentando en cada nivel o pantalla con soluciones creativas hace que nunca llegue el momento de la desconexión. Los videojuegos suelen presentar «problemas» que impulsan a los niños a buscar, investigar, consultar y ensayar hasta encontrar la solución adecuada, y eso requiere básicamente tiempo. Ensayo y error en juegos que necesitan de una inmersión completa para poder hallar las soluciones y cumplir con los requerimientos. Pero en esa búsqueda de soluciones ocurren también cuestiones interesantes que vale la pena resaltar para comprender a los videojuegos en toda su dimensión. Por ejemplo: ¿Dónde buscan esas soluciones para resolver las pantallas?

En Taringa, en los foros, en los tutoriales *online* de YouTube, pero sobre todo explorando, apoyándose en el conocimiento de los otros. La información y el conocimiento está «fuera», disponible, en exceso y en permanente cambio. Esa es justamente la característica de la sociedad del conocimiento, en la que les ha tocado

crecer y que se pone en escena en las pantallas de los videojuegos, donde la materia prima más importante es justamente el conocimiento.

El influjo de los videojuegos en otros aspectos

Algunas compañías multinacionales importantes buscan reclutar como empleados a aquellos jóvenes que han mostrado ser capaces de tener buenos desempeños en juegos *online* multiusuario. En esos casos el mundo real, «serio y responsable» del trabajo se asoma al «virtual y lúdico» del juego, para encontrar allí a sus potenciales líderes. En esos entornos de juego, muchos jóvenes ya han dado muestras de sus dotes de liderazgo, perseverancia y capacidad de resolver situaciones difíciles con ayuda de equipos. ¿Qué más se puede pedir para liderar un equipo de trabajo en la vida real?

Muchos niños están creciendo con la pantalla como principal compañero de juegos y quizás parte de esa matriz lúdica la estén trasladando a otras situaciones de la vida cotidiana. Aún no lo sabemos con exactitud. Nos encontramos entonces frente a una juventud fuertemente moldeada y atravesada por la tecnología en su tiempo libre, desarrollando habilidades que podrían ser consideradas habilidades del siglo XXI, aunque se desarrollen en entornos de juego. Navegación y *zapping* son dos de las formas privilegiadas que tienen hoy los jóvenes para explorar el universo multimedia y tecnificado que habitamos. Eso muchas veces lo trasladan al texto en papel. Sus formas de encarar y valorar el conocimiento parecieran ser distintas a las de sus mayores. Saben hacer, pero muchas veces no saben explicar cómo lo hacen. El ensayo y el error es su *modus operandi* por excelencia. Escriben más que la generación de sus padres. A pesar de eso, el lenguaje escrito no es su fuerte, y el hacer predomina por sobre el reflexionar.

La exploración de los videojuegos es una experiencia bastante más profunda de lo que parece a priori. Como decíamos antes, los usos de la tecnología van moldeando maneras de estar en el mundo y encararlo. Hoy, los más pequeños están gran parte del tiempo frente a pantallas. Allí estarán desarrollando desde habilidades útiles para insertarse en el mercado laboral del siglo XXI, hasta maneras de percibir y categorizar el mundo. Conocer más acerca de aquello con lo que juegan nuestros hijos nos permitirá saber más de ellos y de su mundo. Pero además, jugar con ellos dejará al desnudo nuestra vulnerabilidad como aprendientes, al ubicarnos a muchos de nosotros como inmigrantes

de ese mundo de *bytes*.

Pokémon GO es más que solo un asunto de *pocket monsters*

No son zombis, sino, en todo caso, *phombies* que, con sus celulares en mano, atraviesan la ciudad en busca de pequeños bichitos que solo se vuelven visibles para aquellos que han descargado el juego Pokémon GO en su celular. El teléfono móvil no solo ha devenido en una extensión del brazo del joven, sino también en una caja potencialmente transformadora de los entornos físicos.

De eso precisamente se trata la denominada realidad aumentada. Es la superposición de dos realidades distintas en un mismo territorio físico. La materialidad se reconvierte a través de la información que la realidad aumentada provee al usuario a través de la pantalla de su celular. En Pokémon GO el teléfono móvil da una nueva vida a la ciudad y la mapea de una forma completamente distinta a la imagen que podíamos tener de ella. Las referencias físicas siguen exactamente en el mismo lugar que antes de la llegada de los monstruos de bolsillo, pero su valor cambia a punto de partida del juego. Una pokeparada, un sitio donde conseguir las pokebolas para atrapar a los pequeños monstruos, puede ser más importante que el lugar material donde se desenvuelve el juego. Es como si se tratara de una ciudad atrapada en un videojuego, que resignifica sus lugares y, por tanto, modifica lo urbano. A través de la tecnología se generan nuevas miradas sobre una misma ciudad, que se viste con noveles ropajes.

De hecho, en ciudades emblemáticas como Hiroshima en Japón, más de treinta lugares se han transformado en pokeparadas y gimnasios. Estos últimos son los lugares donde los jugadores llevan a sus pokemones a competir con sus poderes con otros usuarios y sus colecciones de pokemones. La empresa Niantic ha recibido el pedido, de parte de las autoridades niponas, de que esos lugares históricos sean quitados del juego. Otro requerimiento de ese estilo surge de las cercanías del aeropuerto de Bruselas, que ha visto invadidas algunas zonas reservadas a su personal, al tiempo que sus autoridades observan que muchos empleados, especialmente los encargados del equipaje y la seguridad, dedican más tiempo a cazar pokemones que a desarrollar sus tareas dentro del aeropuerto. En este caso, la ficción del juego supera a la realidad del trabajo.

Nuevos mapeos

¿Podemos hablar de un «juego de poder» en todo esto? Sí, definitivamente lo hay. El poder de lo lúdico se ha superpuesto con el de la ciudad. Los mapas de Google y, sin dudas, Google Street View, la vista tridimensional de las ciudades, ya traían consigo el germen de este tipo de «colonización tecnológica». Pero a la vez, la visibilidad de estos viejos entornos de la ciudad, ahora remapeados, se vuelve mayor que nunca. ¿Quién sabía hasta hace un mes que en esa pokeparada había nacido un presidente de la República o en aquella otra había transcurrido la infancia de un gran poeta patrio?

El trajín diario de la ciudad había vuelto esos lugares transparentes a la mirada de sus habitantes y, sin embargo, los *pocket monsters* les han devuelto visibilidad. La ciudad se remapea con el juego. Lo que ya estaba pasa a tener otro valor y se redescubren los espacios públicos que pasan a ser pokeparadas o gimnasios, esos lugares donde la habilidad de los pokemones se pone a prueba. Es una colonización del espacio real por parte del virtual, algo que en realidad ya ocurre desde hace tiempo, pero, claro está, sin necesidad de que hubiera juegos. Los buses, los aviones, los espacios de espera aquí y allá han sido colonizados por las redes sociales y los celulares hace ya mucho tiempo.

El juego serio

Durante muchos años los videojuegos fueron atacados por la academia y la prensa por el aislamiento que supuestamente provocan en el sujeto. Lo interesante de este nuevo juego es que hace que la persona se levante de la silla y se mueva, teniendo que salir y recorrer la ciudad, e incluso interactuar con otros jugadores en espacios públicos abiertos. De hecho, se arman grupos de jóvenes que salen a «cazar» pokemones. Los videojuegos no necesariamente ayudan a hacer nuevos amigos, pero sí colaboran en la consolidación del vínculo entre pares. Los pokemones terminan siendo una buena excusa para encontrarse con el otro, como otras tantas actividades que solemos hacer simplemente para formar parte de un grupo y tener experiencias compartidas. El espíritu gregario que le dicen.

No hay que perder de vista que se trata de un «juego» y que, como tal, tiene un sentido dentro de esas reglas que se establecen para aquellos que las comparten en un momento

y espacio dados. Llama bastante la atención la exacerbada crítica del mundo adulto hacia fenómenos sociales y culturales como Pokémon GO. La mirada censurante del mundo adulto, como si nunca hubiera jugado juegos tontos, pero entretenidos, no deja de llamar la atención. La idea del juego serio parece un contrasentido, lo lúdico no se vincula nunca con la seriedad. El espacio de juego es un sitio de trasgresión, un tiempo para salirse de la realidad y tomar un respiro de la misma.

Pokémon GO es un juego. Más potente que otros, sin duda. Más inquietante por las cuestiones que genera, también. Pero a la vez, sigue siendo un juego, con magia, en este caso apuntalada en la tecnología de la realidad aumentada. Y es solo un comienzo para este tipo de juegos capaces de superponer dos realidades y armar tanto revuelo.

«Ya voy, esperá un minuto que...»

¿Qué madre o padre no ha escuchado alguna vez frases como: «Ya voy», «Esperá un minuto que ya termina», «Una pantalla más y pongo la mesa» como respuesta frente al clásico llamado a cenar?

Estas son solo algunas de las frases que suelen decirse cuando se les pide a los jóvenes que hagan una de las cosas más difíciles para ellos: abandonar la pantalla. ¿Por qué sucede esto? ¿Cuál es el atractivo tan irresistible de la pantalla? Algunas veces se trata de fotos o videos en las redes sociales, otras de los juegos pixelados. Pero, vayamos por partes... ¿qué elementos vuelven tan atrapantes a los videojuegos?

Una primera pista hay que buscarla en la denominada «experiencia de flujo» que se genera al momento de usar videojuegos. En esta experiencia el tiempo parece transcurrir de una manera distinta y todo el espacio que la rodea pierde relevancia, queda en un segundo plano. Por eso cuando les hablamos no nos responden.

Mientras juegan ante la pantalla, sus mentes entran en otra dimensión en la cual la percepción del paso del tiempo se altera y surge la sensación de estar en flujo, protegido, envuelto, focalizado. Se trata de una sensación embriagante. Por eso se pueden generar también situaciones de tanta angustia o frustración cuando pierden en el juego, se los interrumpe o pasa algo raro o inesperado con el personaje. Salirse de ese flujo angustia e irrita, se puede sentir casi como que se pierde una parte propia o se abandona un estado envolvente y agradable. Desconectarse no es para nada sencillo.

Por si esto fuera poco, los videojuegos se caracterizan por una muy fuerte y bien diseñada capacidad de retroalimentación, que es la que sostiene esa sensación de flujo. En sus mecánicas, los juegos manejan sistemas de recompensas, felicitaciones, gratificaciones, de una forma escalonada, adaptable al nivel de experiencia de cada jugador. El novato juega a su nivel y el experto al suyo. Es una excelente forma de mantener siempre la atención y la motivación del jugador, evitando que el entusiasmo decaiga.

El éxito del juego depende de la capacidad de mantenerse dentro de los parámetros de «dificultad aceptable» para el usuario. Los juegos no pueden ser ni tan fáciles como para generar desmotivación, ni tan difíciles que produzcan frustración y posterior abandono. El videojuego brinda una experiencia fluida a la vez que introduce pequeñas y dosificadas frustraciones. El videojuego invita a continuar, como otras actividades que también están en pantalla, que, como en los videojuegos, la persona siente que aprende.

Este video y ta, lo prometo

El tráfico de información, específicamente en formato video, es el que más crece en el mundo. Hoy los videos reinan en el mundo. Los hay de todo tipo. Es una realidad tangible que, en estos tiempos que corren, las generaciones más jóvenes, a la hora de divertirse o también aprender, los prefieren. Es una generación que esta muchísimo más afín a pasar horas frente a una pantalla fija o móvil que frente a un libro. Para muchos jóvenes al libro le falta vida, acción. Sí, así lo viven aunque nos cueste asumirlo. El rey libro, aquel que entretuviera a varias generaciones, se apresta a abandonar su trono. Ya no más juegos al aire libre, solo videojuegos. No más libros, solo tutoriales.

Para el joven el entretenimiento se busca en YouTube. El tiempo libre se vuelca ahí. Pero también cuando quieren aprender algo se conectan a la plataforma de videos, y esto es algo muy importante y novedoso. El «cómo se hace» se resuelve en YouTube. Pero también está presente cuando quieren ir a algún lado, comprar o hacer algo. Son esos momentos identificables en los que YouTube es el elegido para traer las respuestas que necesitan.

Vivimos en la denominada sociedad del conocimiento y la gente quiere ser feliz, pero también quiere aprender. El conocimiento es una materia prima que se encuentra ahora

disponible en plataformas como YouTube y ya no es exclusivo para los académicos o para los que puedan pagarlo. Está ahí al alcance de la mano. Según las propias estadísticas de Google, dueño de la plataforma de videos, las búsquedas sobre «cómo hacer» crecen año a año (más de cien millones de horas al año solo en los Estados Unidos). Se busca desde cómo cocinar algo, cómo besar, cómo dibujar, hasta cómo armar cuestiones complejas ligadas a la ciencia o la tecnología.

El 91 % de las personas que tienen un *smartphone* buscan información en YouTube mientras están realizando una tarea. El libro de recetas, el consejo de la abuela, el método infalible para hacer esto o aquello están ahí, en YouTube, pronto para el que sepa encontrarlo.

Y por qué la gente se toma el trabajo de hacer tutoriales, preguntan algunos. Mostrar al mundo lo que uno sabe y lo que ha aprendido, por estudio o por experiencia, brinda estatus en el mundo digital, mejora la reputación digital y hasta puede ser el primer paso en un posterior emprendimiento comercial. El saber no ocupa lugar y el compartirlo le puede ayudar al joven, pero al adulto también, a gestar un lugar en el mundo, transformarlo en referente de una temática, cualquiera esta sea.

Las nuevas *vedettes* de la pantalla: las series

Las revistas o los folletos no se leen de la misma manera que los libros o las enciclopedias. Lo mismo sucede con las películas, los videos de YouTube o las series en Netflix. Los diferentes tipos de productos audiovisuales tienen su propio modo de ser consumidos, en función de diversas cuestiones, algunas más evidentes, otras, incluso, mas inconscientes. Diferentes formatos gestan maneras distintas de consumir, casi como si cada uno de ellos invitara a tener una experiencia única y distinta con su consumidor.

Tomemos el caso de las series de Netflix. Se trata de usuarios que en la era de Facebook, YouTube e Instagram, es decir de todo lo gratis, de la Web social, del Internet de las cosas, se han decidido a pagar mensualmente por ver contenidos multimedia, básicamente series, pero también películas o documentales. ¿Qué nueva experiencia brinda entonces Netflix para lograr que, a finales de 2016, el conglomerado supere los 90 millones de usuarios en el mundo y continúe creciendo a un ritmo exponencial? Una de las razones principales es haber devuelto cierto control al televidente. Hasta hace poco,

la televisión funcionaba como una suerte de ordenador de la vida urbana y cotidiana; muchos horarios estaban pautados por la tele y su programación. Con las series en Netflix, esto cambia notablemente. Son los aficionados quienes determinan cuándo, cómo, cuánto y con quién ver sus series favoritas. La sensación de comunión que brindan las series no pasa por la coexistencia en un mismo tiempo, sino por el hecho de compartir una afición, pertenecer a una comunidad de *fans*. El consumo típico en capítulos con día y hora preestablecida da paso a un consumo bulímico, con atracones que se conocen en inglés como «*binge watching*». En este modo las personas tienen sesiones maratónicas en las cuales llegan a ver toda una temporada en un solo día.

Control, opción, libertad de elegir día y hora para ver uno o dos capítulos, o, si llueve, toda una temporada delante de la estufa de leña, son elementos que llevan a que la gente esté dispuesta a pagar por ver contenidos. Pero además, Netflix no te trata como uno más de la masa de televidentes. Personaliza tu perfil que tiene tu nombre propio y te sugiere qué ver en función de tus gustos y tipos de consumo anteriores. Netflix te conoce y, a medida que calificás una serie o seguís consumiendo películas y series, más aún sabe quién sos.

Señalar que las series han cambiado la manera de mirar televisión es, a estas alturas, un hecho tan claro como decir que Netflix ha modificado las series. También las series han cambiado a los televidentes y sus hábitos, algunos arraigados. Han llegado a nuestras vidas para mostrarnos nuestra incapacidad para hacer frente, al menos con éxito, a algunas adicciones. ¿Cuánto podemos resistirnos a ver cómo continúa una buena historia, producida en forma prolija y actuada de manera destacada? De hecho, a los humanos nos encantan las narraciones. Desde tiempos inmemoriales, las historias han servido a las distintas culturas para ilustrar, adoctrinar y, también, entretener. Esa estructura se adapta más que bien a la mente humana, a sus recodos, a su forma de estructurar los conocimientos. En el caso de las series, no se trata solamente de historias muy bien narradas, producidas y actuadas, sino de algo más importante aún. Las series hoy son como el clásico Barcelona-Real Madrid o el Super Bowl, fenómenos mundiales que nos permiten participar de eventos globales. Son la llegada del hombre a la luna, pero todas las semanas y solo pagando algunos pocos dólares por mes para verla. Parece algo exagerada la comparación, pero algo de eso ocurre. Podemos comentar con gente de distintas partes del mundo el último capítulo de nuestra serie favorita. No importa si vivís en Arkansas, Durazno o Gante. *Breaking Bad* o *Downton Abbey* no saben de

fronteras. No conocer la trama de *Breaking Bad* es casi como desconocer la importancia del tridente Messi, Suarez, Neymar en el fútbol mundial, o no saber quién es *One Direction* o Justin Bieber.

Las series llegan inclusive a salirse de la pantalla. Mientras escribo esto, tomo un té producido en las tierras de *Downton Abbey*, que me permite digerir el caso del aclamado documental de diez capítulos llamado *Making a murderer*. Esta serie, basada en los retorcidos giros penales del caso del ciudadano estadounidense Steven Avery, ha provocado que se lance una petición a través del el sitio Change.org, donde ya 501 179 firmantes claman por la liberación del preso más famoso de nuestros días. ¿Inocente o culpable?

El poder de un spoiler

Como sucede frente a todo fenómeno de fuerte atractivo, enseguida surgen aquellos que se autoproclaman inmunes a las adicciones a la pantalla, que no logran entender cómo alguien puede pasarse horas y horas frente a un monitor o un LCD... Realmente creo que esos son los peores sujetos con los que lidiar cerca de una pantalla.

Cuando caen en las garras de las series, ya es imposible sacarlos de allí. Casi diría que merecen encontrarse en el camino con un buen *spoiler*, uno de los nuevos personajes de estos tiempos. Un *spoiler* es ese que antes te arruinaba la película a la entrada del cine, diciéndote, por ejemplo, en *Sexto Sentido*, que es Bruce Willis y no el niño quien está muerto. Las redes hoy le permiten *spoilear* o arruinar sin límites porque, entre otras cosas, le dan poder. El *spoiler*, sin ser un psicópata, puede sí llegar a ser un «asesino serial», alguien que te mata la serie, develando el desenlace de tu favorita en un *post* de Facebook o Twitter. Pero hasta los *spoilers* pueden ser clasificados y quizás, por qué no, calificados con estrellas.

Netflix le pidió al antropólogo cultural Grant McCracken un estudio sobre el consumo de series y la función de los *spoilers* en la sociedad global. El investigador del MIT explica el fenómeno del *spoiler* y sostiene que este actúa diciendo algo así como «yo vivo en el futuro al que ustedes esperan llegar algún día». En la sociedad del conocimiento, más que nunca, saber es poder, aunque ese saber se relacione tan solo con una simple serie.

Cinco razones por las que *13 Reasons Why* puede hacerte mejor padre

La serie *13 Reasons Why* hace furor en Netflix. La trama involucra a adolescentes que lastiman a otros adolescentes de diversas maneras y a chicos que se sienten agredidos en diferentes intensidades y por distintas razones, algunas incomprensibles para la mente adulta amnésica de sus tiempos juveniles.

La serie comienza cuando la joven Hannah Baker se suicida, dejando tras de sí trece cintas de *cassette* donde explica las razones de su suicidio y apunta culpables.

Todo el mundo habla de la serie, casi siempre con alarma. Pero ¿hay que alarmarse por la serie?, ¿deben los padres verla con sus hijos?, ¿deben prohibírselas?, ¿deben tener miedo porque sus hijos la vean?, ¿cuál es el papel de los padres ante temas como el abuso o el suicidio?

1- Darte cuenta de que tus hijos te necesitan

María, Florencia, Juan y Tomás no pretenden tener padres perfectos. Por más que nos critiquen con dureza, ningún adolescente quiere tener padres que jamás se equivoquen. No es eso lo que necesitan.

Por el contrario, los padres perfectos suelen ser una pesadilla para los hijos. Porque nadie es perfecto, aunque uno crea serlo. A no ser en casos extremos, los hijos suelen preferir la torpeza de sus padres a su lejanía.

Que los padres se equivoquen es esperable, que no estén presentes... no tanto, aunque a veces, paradójicamente, pueda inclusive ser un alivio. Que cometan errores en las formas o en los estilos de ser madre o padre es parte de la experiencia de crecer y aprender juntos.

Hasta diría que es necesario para poder bajar a los padres de ese pedestal donde los ubicamos cuando somos niños. Lo que lastima al joven en general no es tanto el error, sino la ausencia, el ser ignorado, no tomado en cuenta.

Con el error de los padres se pueden hacer muchas cosas: protestar, patear, pelear. Se puede reclamar o inclusive negociar. Contra el vacío o la ausencia se puede hacer menos. El chico o la joven queda sin posibilidades de elaborar lo que está pasando, sin armas para pelear, sin palabras para protestar.

Y cuando no hay con quién pelear, de dónde agarrarse, cuando gana la desesperanza, es cuando una novela, una serie, una idea pueden hacerse carne en nuestros hijos y ofrecerse de guía temporal. Es mejor equivocarse siendo y oficiando de padre, que desentenderse del rol y, así, generar orfandad. Porque cuando generamos esa orfandad les damos espacio a otros para que puedan lastimarlos, destratarlos, ignorarlos, sean estos de carne y hueso o solamente personajes de una serie.

2- Plantearte quiénes son los ídolos de tus hijos

Y ese es parte del dilema que nos presenta la serie *13 Reasons Why*. Los chicos, y muy especialmente las chicas de todas las latitudes, se han enganchado fuertemente con esta serie que muestra una parte de la problemática adolescente de forma descarnada, detallada y dura, para muchos, tal como en los tiempos de los hermanos Grimm, con sus cuentos duros, directos, sin rodeos y sin edulcorante. Es hasta casi políticamente incorrecto, diría, para los tiempos que vivimos.

El problema radica, quizás, en el tema elegido: el suicidio. Todo joven trae consigo un lado épico, es decir, las ganas de ser el héroe o la heroína de la película. Los héroes o heroínas siempre han estado presentes en las narraciones juveniles. El futuro está ahí, delante, y requiere de proezas para conquistarlo. Crear una *app*, ser un *gamer*, un *youtuber* famoso o un deportista de elite son sendas deseables hoy por los jóvenes y simbolizan los sueños juveniles de alcanzar la gloria, traducida en el millón de suscriptores en YouTube, los miles de *likes* a una foto de Instagram.

La moneda juvenil que más cotiza es la aceptación social, y esa está en el trasfondo de la serie. El problema aquí radica en la bandera elegida por la producción de la serie para mostrar las dificultades que genera ser joven hoy: el suicidio, la segunda causa de muerte entre los jóvenes en el mundo.

El estandarte que porta esta joven es el del suicidio y, junto con él, el de la venganza. Y uno sabe por distintos estudios, pero también por las redes sociales, que los ídolos pesan mucho en estas edades. De hecho, en Twitter, Instagram y Snapchat hay un montón de jóvenes que tienen más seguidores que habitantes algunos países del globo terráqueo. Y sus voces existen y son muchas veces más escuchadas que las de los líderes políticos de turno. Y uno sabe que los fenómenos de *copycat* (copia o imitación de

conductas) también existen.

3- Saber qué cuestiones preocupan a los jóvenes

Salvo excepciones, los padres quieren a sus hijos, pero muchas veces no saben cómo hacerlo, porque querer es un verbo que se puede conjugar de muchas maneras en la vida de todos los días. Amar, querer, proteger y cuidar traen consigo nuestras historias de cómo fuimos amados, cuidados, protegidos. Y es en el encuentro de esas historias de ser padres e hijos que se dan los vínculos entre los padres y madres con todas las María, las Florencia, los Juan y los Tomás.

Nadie se anima a decir que una serie no es capaz de disparar un comportamiento suicida. Podría ser irresponsable hacer semejante afirmación, así como también algo infantil y esquemático poner toda la culpa en una serie de televisión. Lo que es claro es que si esta serie hace furor es porque toca cuestiones que a los jóvenes les son de recibo. Las relaciones entre pares, los noviazgos, las rupturas, las traiciones, los potenciales abusos forman parte de la flora y fauna adolescente. Los jóvenes son solidarios y los pactos que hacen a veces pueden ser trágicos.

Pocas veces es útil el plural para explicar el sufrimiento, cualquiera sea este. Cuando decimos los jóvenes, nunca, jamás, son *todos* los jóvenes. Hablemos en singular. No son los jóvenes los que se suicidan, sino personas, con sus historias de vida y sus nombres: María, Florencia, Juan y Tomás.

4- Pararse sin miedo frente al problema

Si tengo miedo a que mis hijos vean *13 Reasons Why* es una señal que debo atender: de algún modo, tengo miedo a la fragilidad de mi hijo. Temo a la potencial influencia de las ideas en su mente.

Si estoy en lo cierto, seguramente debería tomar precauciones. Si los creo más frágiles de lo que verdaderamente son, podré estar aliviado una vez que María o Juan nos digan: «No te preocupes, mamá, papá, yo estoy bien». Y de nuevo, nunca tendremos certezas.

Solo cabe confiar y acompañar, tener confianza en nosotros y en ellos. Porque

también la confianza es un combustible importante en la vida de los jóvenes. Podemos equivocarnos, ellos también, y eso es esperable, pero si confiamos en las posibilidades de nuestros hijos, ellos aprenderán también a confiar en sus fuerzas.

5- Hablar de la serie y del suicidio

Por otro lado, los chicos necesitan saber que pueden contar con sus padres, aunque se equivoquen. Eso hace la diferencia, especialmente en los momentos de crisis.

Las cosas nunca son buenas o malas completamente. Hablar de estas cosas, para los más vulnerables, puede llegar a ser trágico. Con los que no están en ese segmento de cierto riesgo, puede también hacer la diferencia entre quedarse con las ideas en la cabeza o tener alguien con quien compartirlas y de esa forma aliviarse. Y eso nunca es poca cosa. De hecho, muchos jóvenes relatan que a partir de la serie están más atentos a aquellos que muchas veces parecen invisibles.

Pero debemos saber que preocuparse por *13 Reasons Why* en lugar de ocuparse de María, Florencia, Juan, Tomás es casi, casi, una falta de respeto para nuestros hijos. Ellos son los que merecen nuestra atención y no una serie, no importa de lo que esta hable.

Si nos ocupamos de cada historia de vida, si estamos atentos más a nuestros hijos que a la serie, esta solo será una anécdota cuando les contemos a nuestros nietos, sentados en nuestra falda, cómo eran María, Florencia, Juan y Tomás cuando jóvenes y cuánto miedo teníamos nosotros cuando empezaron a crecer, salir al mundo y tomar sus propias decisiones.

Carta abierta a los padres preocupados por el juego la Ballena Azul

Todos les tememos a las «ballenas azules». Ellas nos obligan a sacudir la modorra y pensar acerca de nuestra relación con nuestros hijos. Ese es a mi juicio el tema donde centrarnos a punto de partida de este macabro juego llamado la Ballena Azul.

El mundo está repleto de ballenas azules. Ellas representan todos nuestros miedos e inseguridades en la crianza de nuestros hijos. Por eso, si tenemos miedo a que nuestros

hijos jueguen esos juegos, hagamos algo bien sencillo. Salgamos de duda y preguntémosle indirectamente a él o a ella: ¿por qué te parece que alguien querría jugar a la Ballena Azul? En su respuesta defensiva o reivindicativa del juego, sarcástica o insegura, nos encontraremos más cerca de saber si estamos frente a un problema o no. ¿Y si nos dice que entiende a los que juegan y que también jugaría? Al menos tendremos la posibilidad de hablar con ella o él de lo que pueda estar sucediendo, de sus conflictos, sus miedos, sus inseguridades, que pretende abatir venciendo los desafíos y probándose a sí mismo su valor a través del dolor que provoca el juego de la ballena. Hay dolores que paradójicamente nos hacen sentir vivos. Quizás enseguida después de que nos responda, podamos decirle cuánto valoramos su persona y lo triste que nos pondríamos de saber que juega ese juego. Porque enojarse con la ballena es una reacción, en parte, infantil, negadora.

El juego de la Ballena Azul busca que el chico sea valorado por atreverse a actuar. Está en nuestras manos hacer que nuestros hijos quieran atreverse a ser... ellos mismos, sufriendo, gozando, riendo, llorando, pero al mismo tiempo conscientes y seguros de que estamos a su lado en este camino. A veces acertando, muchas equivocándonos en el método o el camino. Y estar al lado no es poca cosa. Es un ataque letal para las ballenas azules que rondan hurgando en las inseguridades y vulnerabilidades de los jóvenes. Además, al acercarnos dejamos sin lugar a ese supuesto mentor que busca transformarse en su guía en el juego. Y lo cierto es que nuestros hijos necesitan guías. Ese es nuestro verdadero lugar. Aunque parezca que no nos escuchan, ese lugar de guía y consejero, en parte, nos pertenece y, cuando lo abandonamos, les damos vida a las ballenas.

¿Y si nos dice que no jugaría? Estaremos más tranquilos, pero nada nos garantiza que nos diga la verdad. Pero si no le creemos, entonces sabremos que la confianza, ese elemento esencial para generar hijos fuertes, no está presente en nuestra relación y al menos tendremos la oportunidad de repensar cómo fortalecerla en el vínculo. Ser padres es un camino sin certezas.

Nadie quiere suicidarse. Pero mucha gente busca salir de una vida que duele. El juego de la Ballena Azul ofrece a aquellos chicos y chicas vulnerables un camino de desafíos, de recuperación de la autoestima a cambio de entregarse y someterse a los designios de otro.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud, el 4 % de la población mundial, el equivalente a 200 millones de personas, sufren de depresión. Cada año, 800 000

personas recurren al suicidio y unos 16 millones se autolesionan. La autoeliminación es la principal causa de muerte en los jóvenes en general y la segunda entre los 15 y 29 años. Esos son los mares en los que nadan las ballenas azules. Está en nosotros como padres darles pelea y brindarles herramientas a nuestros hijos para no quedar atrapados en sus fauces.

Agradecimientos

Agradezco en primer lugar a todas las personas e instituciones que siempre confiaron en mí, como hijo, alumno, padre, esposo, amigo, profesional, escritor o, a veces, como simple consejero o asador.

A la Universidad de Minnesota, que me permitió hace ya muchos años conocer un mundo más allá de fronteras, hacer otros amigos, crecer profesionalmente y confiar en forjar un camino propio.

A Sonia Ihlenfeld por su apoyo intelectual constante y su confianza incondicional a través de los últimos años.

A la revista del Carrasco Lawn Tennis, que confía en mí hace ya siete años y me obliga a pensar y escribir cada mes temáticas nuevas e interesantes para su público. Sin su confianza este libro hoy no existiría.

A la confianza del St. Patrick's College, que más que un lugar de trabajo es una segunda casa desde hace ya veinticinco años. A mi equipo de trabajo del colegio, con el que crecemos juntos día a día en la divertida y responsable tarea de mostrarles a los más pequeños y a los grandes el mundo que los espera.

A mis amigos de toda la vida (recientemente armamos un grupo de WhatsApp y ha sido emocionante y fantástico el reencuentro con muchos) y a los que la vida me arrima con proyectos tan lindos y prometedores, como Clinkky.

A la prologuista de este libro, Cristina Canoura, mi «socia» de *Hiperconectados* (Santillana, 2010) y desde allí mi referencia y guía a la hora de escribir. A la editora de este libro, Clara Amengual, comprometida, veloz, eficaz, aportando siempre mejoras a este producto final que está en sus manos. A Julián Ubiría, quien enseguida se interesó por el presente texto y, a velocidad luz, lo transformó en una realidad tangible.

Como siempre, a mi familia, especialmente a mi madre: Emma, quien ya ha abandonado el Facebook para dedicarse de lleno a Twitter (esto no es broma). A mi esposa María Eugenia, compañera de toda una vida, y a mis dos hijos: Juan Manuel y

Felipe, dos valores de los cuales me siento cada día más orgulloso. A mis hermanos. A mis cuñados, ya mayores todos ellos ;), y a las cuñadas que aún festejan mis chistes. A mis sobrinos, de parte de su «primo mayor» que aún «corre» los noventa minutos.

Me siento privilegiado de contar con una familia, amigos y proyectos por delante. Sigo entusiasmado como hace casi veinte años por entender lo que sucede con nuestros jóvenes y con nosotros mismos en el mundo digital. Gracias por el apoyo y la confianza a través de estos años. Espero no defraudarlos.

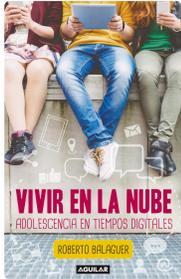
Bibliografía

- AUGÉ, M. (2013). *El antropólogo y el mundo global*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno.
- BALAGUER, R. (2003). *Internet: un nuevo espacio psicosocial*. Montevideo: Ed. Trilce.
- BALAGUER, R. y C. Canoura (2010). *Hiperconectados. Guía para la educación de nativos digitales*. Montevideo: Santillana.
- BALAGUER, R. (2012). *La Nueva Matriz Cultural. Claves para entender cómo la tecnología moldea nuestras mentes*. Montevideo: Pearson Foundation.
- _____ (2013). *Persona-más-Google. Un estudio de caso exploratorio de la aproximación a la información que realizan estudiantes de Primer Ciclo de Secundaria en un centro educativo privado en Montevideo*. Tesis de Maestría. Univ. ORT, Uruguay. Disponible en: <http://bibliotecas.ort.edu.uy/bibid/77175>.
- BANDURA, A. (1995). *Auto-eficacia: cómo enfrentamos los cambios de la sociedad actual*. Bilbao: Desclée de Brouwer, 1999.
- BAUERLEIN, M. (2008). *The Dumbest Generation. How the Digital Age Stupefies Young Americans and Jeopardizes our future, or Don't Trust Anyone Under 30*. Nueva York: Jeremy P. Tarcher.
- BAUMAN, Z. (2000). *Modernidad Líquida*. México: Fondo de Cultura Económica, 2002.
- BENSMILLER, K. (2005). *Truly, Madly, Deeply Engaged: Global Youth, Media and Technology*. Santa Monica, California: Yahoo!, OMD & Summit Series.
- BOSCHMA, J. e I. GROEN (2006). *Generation Einstein: smart, social and superfast. Communicating with Young People in the 21st Century*. Pearson Education Benelux, Schiedam.
- CARR, N. (2008). «Is Google Making Us Stupid?». En *The Atlantic.com*, julio/agosto 2008, <http://www.theatlantic.com:80/doc/print/200807/google>.
- _____ (2010). *Superficiales. ¿Qué está haciendo Internet con nuestras mentes?* Bs. As.: Taurus, 2011.
- CARUANA, A. y R. VASSALLO (2003). «Children's perception of their influence over

- purchases: the role of parental communication patterns». En *Journal of Consumer Marketing*, vol. 20 edición: 1, pp. 55-66, <https://doi.org/10.1108/07363760310456955>.
- CASTELLÓN, L. y O. JARAMILLO (2004). «Los desafíos de la educación superior en la Sociedad de la Información», Ponencia presentada en la Universidad Mayor de Santiago, Chile.
- CHRISTAKIS, DIMITRI (2014). «Interactive Media Use at Younger Than the Age of 2 Years Time to Rethink the American Academy of Pediatrics Guideline?». En *JAMA Pediatrics*, 168(5), pp. 399-400.
- DE BACKER, C. y M. GURVEN (2006). «Whispering Down the Lane: The Economics of Strategy Learning Information Transfer». En *Adaptive Behavior*, 14, pp. 249-264 (IF 2006: 1.432).
- GARDNER, H. (2013). *Generación App. Cómo los jóvenes gestionan su identidad, su privacidad y su imaginación en el mundo digital*. Buenos Aires: Paidós.
- GEE, J. P. (2003). *What Videogames have to teach us about learning and literacy*. New Palgrave Macmillan. Generaciones interactivas en Iberoamérica (2008). *Niños y adolescentes ante las pantallas*. Madrid: Ariel.
- GOFFMAN, E. (1959). *Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- GOURDAN, PIERRE et. al. (2008). *La revolución Wikipedia*. Madrid: Alianza Editorial.
- GWINELL, E. (1998). *El @mor en Internet*. Barcelona: Ediciones Paidós, 1999.
- JACKSON, P. (2009). *La vida en las aulas*. Madrid: Ed. Morata.
- KABALI, HILDA. (2015). «Exposure and Use of Mobile Media Devices by Young Children». En *Pediatrics*, vol. 136, n.º 6.
- KAHNEMAN, D. (2012). *Pensar rápido. Pensar despacio*. Buenos Aires: Random House Mondadori.
- KOOLE, M. (2009). «Chapter 2: A Model for Framing Mobile Learning». En M. Ally (Ed.): *Mobile Learning: Transforming the Delivery of Education and Training* (vol. 1). Edmonton, Alberta: AU Press, pp. 25-7. <http://www.aupress.ca/index.php/books/120155>.
- KOSINSKI, M. (2013). *Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior. Proceedings of the National Academics Science*. 9-Abr-2013; 110(15): 5802–5805. Publicado online 11-Mar-2013. 10.1073/pnas.
- KURZWEIL, K.(1999). *La era de las máquinas espirituales*. Barcelona: Ed. Planeta.
- LANIER, J. (2012). *No somos gadgets*. Buenos Aires: Debate.

- LEVY, P. (1995). *¿Qué es lo virtual?* Barcelona: Paidós, 1999.
- LURIA, A.R. (1928). «The problem of the cultural development of the child». En *Journal of Genetic Psychology*, n.º 35, p. 506.
- MCLUHAN, M y B.R. POWERS (1989). *La Aldea Global*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- MEAD, M. (1928). *Adolescencia, sexo y cultura en Samoa*. Buenos Aires: Ed. Paidós, 1984.
- OLWEUS, D. (1993). *Bullying at school: What we know and what we can do*. Oxford: Blackwell Publishers. (Publicado en español en 1997 como *Conductas de acoso y amenaza entre escolares*, Madrid: Ediciones Morata).
- PEW RESEARCH CENTER (2009). «Teens and the Internet», Lee Rainie –Director Pew Internet Project CES– Kids@Play Summit.
- REEVES, BYRON y J. LEIGHTON READ (2009). *Total Engagement: Using Games and Virtual Worlds to Change the Way People Work and Businesses Compete*. Boston: Harvard Business Press.
- RESHMA H. SHAH y BANWARI MITTAL (1997). «Toward a Theory of Intergenerational Influence in Consumer Behavior: an Exploratory Essay». En *NA - Advances in Consumer Research*, vol. 24, ed. Merrie Brucks y Deborah J. MacInnis, Provo, UT: Association for Consumer Research, pp. 55-60.
- RHEINGOLD, HOWARD (2002). *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Cambridge: Perseus Books Group.
- RUSHKOFF, D. (1999). *Playing the Future: What We Can Learn from Digital Kids*. New York: Berkley Publishing Group.
- _____ (2010). *Program or be programmed*. New York: OR Books
- SAENGER, P. (1997). *Spaces between Words: The Origin of Silent Reading*.
- SPARROW, B.; LIU, J. y D. M. WEGNER (2011). «Google effects on memory: Cognitive consequences of having information at our fingertips». En *Science*, n.º 333, pp. 776-778.
- SIBILIA, P. (2008). *La intimidación como espectáculo*. Bs. As.: FCE.
- SIEMENS, G. (2010). *Conociendo el conocimiento*. Ediciones Nodos Ele, disponible en: http://www.nodosele.com/editorial/?page_id=51.
- STONE, LINDA. El término *síndrome de atención parcial continua* fue acuñado en 1998 por Linda Stone, ex funcionaria de Apple y Microsoft, y ha sido usado por los especialistas para señalar un mal de nuestros días.

- SUROWIECKI, J. (2004). *Cien mejor que uno, la sabiduría de la multitud o por qué la mayoría siempre es más inteligente que la minoría*. Barcelona: Urano.
- TAPSCOTT, D. (1998). *Creciendo en un entorno digital*. Mc Graw-Hill, 1999.
- THE ROYAL SOCIETY (2012). *Shut Down or Restart? The Way Forward for Computing in UK Schools*. Londres: The Royal Society. Consultado en marzo, 2015 en: http://royalsociety.org/uploadedFiles/Royal_Society_Content/education/policy/comput-in-schools/2012-01-12-computing-in-Schools.pdf.
- TURKLE, S. (1984). *The Second Self: Computers and the Human Spirit*, New York: Simon and Schuster.
- _____ (1995). *La vida en pantalla: La identidad en la era de Internet*, Barcelona: Paidós, 1997.
- _____ (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*, Nueva York: Basic books.
- VRTIS, J. (2010). *The effects of tablets on pedagogy*, National-Louis University Dr. Randall Hansen. Disponible en: <http://nlutie.com/jvrtis/Artifacts/Vrtis%20TIE%20593.pdf>.
- VYGOTSKY, L.S. (1973). *Pensamiento y lenguaje*, Buenos Aires: La Pléyade.
- WEGNER, D. M.; GIULIANO, T. y P. HERTEL (1985). «Cognitive interdependence in close relationships». En W. J. ICKES (Ed.), *Compatible and incompatible relationships*, New York: Springer-Verlag, pp. 253-276.
- WINNICOTT, D. (1965). *The Maturation Process and the Facilitating Environment*, New York: International University Press.
- _____ (1989). *Exploraciones psicoanalíticas*, Buenos Aires: Ed. Paidós, 1993.
- _____ (1971). *Realidad y juego*, Barcelona: Ed. Gedisa, 1995.



Ya hemos aceptado que la tecnología está cambiando al mundo de forma acelerada. Como padres, como docentes, e incluso como usuarios, intentamos enfrentar nuestros temores y acompañar a aquellos para quienes somos un referente. Sin embargo, no siempre lo logramos.

A través de las páginas de este libro, Roberto Balaguer nos presenta de manera clara y concisa las problemáticas que surgen en este mundo convulsionado. Además de darnos herramientas para comprender cómo pararnos en este escenario, nos invita a cuestionar nuestras respuestas políticamente correctas y a reflexionar sobre nuestras decisiones de la vida cotidiana.

Cuando la sociedad se conmovió por la aparición del juego en línea llamado la Ballena Azul, el autor nos planteaba:

El juego de la Ballena Azul busca que el chico sea valorado por atreverse a actuar. Está en nuestras manos hacer que nuestros hijos quieran atreverse a ser... ellos mismos, sufriendo, gozando, riendo, llorando, pero al mismo tiempo conscientes y seguros de que estamos a su lado en este camino. A veces acertando, muchas equivocándonos en el método o el camino. Y estar al lado no es poca cosa. Es un ataque letal para las ballenas azules que rondan hurgando en las inseguridades y vulnerabilidades de los jóvenes.



ROBERTO BALAGUER

Es psicólogo (Universidad de la República, Uruguay; Universidad Minnesota, Estados Unidos) y magíster en Educación (Universidad ORT, Uruguay).

Cursó un posgrado en Psicoterapia Psicoanalítica de Niños y Adolescentes y otro en Psicoterapia Psicoanalítica de Adultos.

Es docente universitario en posgrados de Educación en la Universidad Católica del Uruguay y en el Claeh.

Además, es consultor en distintas temáticas vinculadas a la tecnología, la educación y la juventud.

En los años 2012 y 2013 fue asesor en educación para Plan Ceibal (OLPC en Uruguay).

Es el director del Programa Link.spc en el St. Patrick's College, Montevideo, Uruguay.

Es autor de seis libros sobre cibercultura, coautor en varios.

Actualmente está cursando un doctorado en Pensamiento Computacional en la UBA.

Ha dictado innumerables talleres y conferencias en Uruguay, así como también en Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Chile, Ecuador, México, Panamá y España.

Primera edición: julio de 2017

© 2017, Roberto Balaguer

Edición en formato digital: julio de 2017

© 2017, de la presente edición en castellano para todo el mundo:

Penguin Random House Grupo Editorial

Editorial Sudamericana Uruguay S.A.

Yaguarón 1568 C.P. 11.100 Montevideo

Penguin Random House Grupo Editorial apoya la protección del *copyright*.

El *copyright* estimula la creatividad, defiende la diversidad en el ámbito de las ideas y el conocimiento, promueve la libre expresión y favorece una cultura viva. Gracias por comprar una edición autorizada de este libro y por respetar las leyes del *copyright* al no reproducir, escanear ni distribuir ninguna parte de esta obra por ningún medio sin permiso. Al hacerlo está respaldando a los autores y permitiendo que PRHGE continúe publicando libros para todos los lectores.

ISBN 978-9974-8810-6-8

Diseño de cubierta: Gabriela López Introini

Imagen de portada: Shutterstock

Conversión a formato digital: Libresque

Penguin
Random House
Grupo Editorial

Índice

Vivir en la nube

Prólogo

Capítulo I. Ser padres de hijos hiperconectados

Capítulo II. Cómo la tecnología está modelando nuestra forma de pensar

Capítulo III. Vivir en todos lados: cómo la tecnología amplía el alcance de nuestro cuerpo

Capítulo IV. Las dinámicas sociales en la Web

Capítulo V. La intimidad acorralada

Capítulo VI. Una sociedad adicta a la tecnología

Capítulo VII. La educación en la era digital

Capítulo VIII. Internet de las cosas, datos y análisis

Capítulo IX. Impresión 3D, YouTube, fama, videojuegos y series

Agradecimientos

Bibliografía

Sobre este libro

Sobre el autor

Créditos

Índice

Vivir en la nube	2
Prólogo	4
Capítulo I. Ser padres de hijos hiperconectados	6
Capítulo II. Cómo la tecnología está modelando nuestra forma de pensar	20
Capítulo III. Vivir en todos lados: cómo la tecnología amplía el alcance de nuestro cuerpo	45
Capítulo IV. Las dinámicas sociales en la Web	50
Capítulo V. La intimidad acorralada	64
Capítulo VI. Una sociedad adicta a la tecnología	84
Capítulo VII. La educación en la era digital	99
Capítulo VIII. Internet de las cosas, datos y análisis	127
Capítulo IX. Impresión 3D, YouTube, fama, videojuegos y series	137
Agradecimientos	159
Bibliografía	161
Sobre este libro	165
Sobre el autor	166
Créditos	167