

ADDENDA: Otras aportaciones relacionadas con Documentación Informativa Multimedia

Señas de identidad del “nativo digital”. Una aproximación teórica para conocer las claves de su unicidad.

Francisco García García

Felipe Gértrudix Barrio

José Francisco Durán Medina

Roberto Gamonal Arroyo

M^a del Carmen Gálvez de la Cuesta

Recibido: 10.11.2011

Aceptado: 20.11.2011

Resumen

A partir del análisis de las diferentes teorías existentes en torno al término “nativo digital” que han surgido en la última década, se ha esgrimido una taxonomía que explica y define las características que implica dicha expresión. Como método se ha seguido el análisis documental de las teorías y definiciones preexistentes con el fin de obtener una definición global que reúna las características más representativas de la generación digital.

Palabras clave

Nativos digitales, taxonomía, nuevas relaciones, nuevas comunicaciones, competencias.

Abstract

From the analysis of the various existing theories about the term "digital native" who have emerged in the last decade it has put forward a taxonomy that explains and defines the features that phrase implies. The methodology used was documentary analysis. From pre-existing theories and definitions has resulted in a comprehensive definition that includes the most representative characteristics of the digital generation.

Keywords

Digital natives, taxonomy, new relationships, new communications skills.

INTRODUCCIÓN

Desde hace algunos años estamos asistiendo a un progresivo cambio en las formas y en los procesos educativos y comunicativos. Todo lo que hoy en día lleva la denominación de *digital* es sinónimo de modernidad y de progreso. Facilidad, flexibilidad, rapidez, globalizador, democrático, etc., una serie de calificativos que apoyan y definen esta idea.

Ahora bien este mundo de lo digital lleva implícito un mundo paralelo analógico que aún permanece, un mundo del que el ser humano no puede renunciar ya que es inequívocamente parte intrínseca de su propia naturaleza. Existen aún competencias que no deben eclipsarse ya que con ellas desaparecería parte del concepto “humano”.

En esta dualidad terminológica y vivencial se encuentran las últimas generaciones nacidas bajo este prisma de “lo digital”. Y en este sentido, cabe preguntarse cuánto de digital y cuánto de analógico poseen. Qué competencias nuevas están adquiriendo y cuáles están siendo olvidadas.

Desde la teoría de *Globalización* de Levit, pasando por la *Evolución demográfica* de Tapscott, *las edades de las audiencias* de Palmgreen y Rayburn, la *teoría invertida de la Pirámide de Maslow* de Jeroen Boschma, *Ciudadanos digitales vs nativos digitales* de Genius Roca, el *Conectivismo* de George Siemens, así como la forma y grado de interacción con la información de un nativo digital definido por John Palfrey y Urs Gasser configuran el cuerpo de análisis de la investigación. Teorías que aportan un espectro amplio del término “nativo digital” y que ayudan a configurar su taxonomía.

A raíz de dicho análisis las conclusiones se manifiestan en definir una serie de rasgos comunes a los “nativos digitales”. Una serie de atributos o aspectos significativos que delimitan nuevas formas de relación y de comunicación.

Como marco geográfico de investigación, la dimensión se ha centrado, principalmente, en el ámbito de la población occidental y su esfera de influencia dadas sus características sociales, económicas y culturales.

Antes de conocer el análisis documental debemos preguntarnos, cuáles son los rasgos que definen a los Nativos Digitales según la teoría de Prensky (Prensky, 2001):

- Reciben la información rápidamente
- Les gusta el trabajo en paralelo y la multitarea
- Prefieren imágenes a texto
- Prefieren el acceso aleatorio
- Funcionan mejor cuando trabajan en red
- Prosperan con la satisfacción inmediata y bajo recompensas frecuentes
- Prefieren los juegos al "trabajo serio"

Esta primera aproximación conceptual nos permite dibujar un mapa de las diferentes denominaciones que se le han proporcionado a las nuevas generaciones nacidas en el mundo digital, que pasamos a exponer a continuación.

CONTEXTO Y MARCO CONCEPTUAL

El origen del término “Nativos Digitales”, proviene de la reflexión del ecléctico Marc Prensky que, en su determinante artículo “*Digital Natives, Digital Immigrants*”, establece una diferencia entre perfiles diversos de uso y acceso a las TIC, y creando como oposición la categoría de inmigrante digital. De forma concisa define a los nativos digitales como la primera generación que ha crecido con las tecnologías digitales y que son "nativos" del lenguaje de los ordenadores, videojuegos e Internet, mientras que los inmigrantes digitales son aquellos que no han crecido en un mundo digital, pero se han acercado a esta tecnología adoptando algunos aspectos.

La existencia de diferentes teorías en torno a la idea de nativo digital ha dado versiones encontradas sobre los aspectos positivos y negativos de esta generación, aunque en la mayoría de los casos es más relevante sus virtudes que los posibles defectos.

Tabla 1. Esquema resumen de teorías.

Año	Teoría	Autor/es
1983	Globalización	Theodore Levitt
1998/ 2008	Evolución demográfica	Dom Tapscott (1998), Gerri Sinclair y Bruno Cerboni (2008)
1982	Teoría de las edades de las audiencias	Philip Palmgreen y Daniel Rayburn
2008	Teoría de las gratificaciones y motivaciones en el uso de Internet.	Jay Blumler,
2008	Teoría invertida de la Pirámide Abraham Maslow	Jeroen Boschma.
2008	Ciudadanos digitales vs nativos digitales	Genius Roca.
2008	Forma y grado de interacción con la información	John Palfrey y Urs Gasser :

FUENTE: *Elaboración propia*

Ya en la idea de *Globalización* de Levitt, en la que desde la década de los 60 la economía internacional ha ido resistiendo a una serie de alteraciones repercutiendo en la sociedad actual (Levitt, 1983), se sitúa a los nativos digitales en un espacio común.

El Nativo Digital. La generación del siglo XXI.

Para poder entender el resultado de lo que hoy llamamos nativos digitales, debemos atender a las referencias históricas, evolutivas y terminológicas que se han escrito sobre el tema.

Comenzamos con Jerome Tapscott, quien afirma que para llegar a la generación digital se han producido una serie de transformaciones generacionales no sólo demográficas sino también tecnológicas. Esta evolución está influenciada fundamentalmente por los cambios en los usos de los medios de comunicación, que convierten al usuario receptor pasivo en un agente activo

de generación de contenido. De esta manera establece tres estadios evolutivos: Baby boom, Baby bust y Eco Baby boom.

Tabla 2. Evolución generacional según Tapscott

Generación	Características
1. Baby boom (1946-1964)	<ul style="list-style-type: none"> • Es la generación del Rock, de la guerra de Vietnam, de la Guerra Fría, de los movimientos civiles pro-derechos humanos, de la llegada del hombre a la Luna... • Generación TV: vieron el mundo a través del televisor
2. Baby bust (1965-1976)	<ul style="list-style-type: none"> • La generación perdida o la generación X (Coupland) • La mejor formada, pero con difícil inserción laboral. • Es la generación de la MTV, el grunge y la de los primeros ordenadores personales y videojuegos. • Desde la TV en blanco y negro, a los TFT más nítidos. Gente que ha jugado a canicas, a la cuerda, Ping-Pong,
3. Eco Baby boom (1977-1997)	<ul style="list-style-type: none"> • Generación que coincide con la revolución tecnológica de Internet • Son los hijos de los boomers, que retrasaron el matrimonio y la paternidad. • Es la Generación Net.

FUENTE: Elaboración propia a partir de Tapscott (1998)

La denominación que Tapscott atribuye a la generación digital es *Generación Net*, o *Generación N*, coincidente con el último estadio evolutivo. Las características más importantes que la identifican son:

- 1) *Independencia muy marcada* ya que adoptan un papel activo en la búsqueda y creación de la información.
- 2) *Franqueza emocional e intelectual*, porque cuando se conectan a Internet se exponen a sí mismos y pueden llegar a revelar sus pensamientos más íntimos. Pero a la vez son conscientes del peligro que entraña compartir información personal en la Red.
- 3) *inclusión social*. Según Tapscott *Internet está incitando a los niños a pasar de una orientación nacional a una global* (Tapscott, 1998).
- 4) *libertad de expresión y opiniones definidas*. Al contrario de lo que opinan algunos críticos, Tapscott afirma que el entorno interactivo favorece la habilidad verbal y la expresión de idea.

- 5) Carácter innovador. La Generación Net va siempre un paso por delante de los creadores de software y productores de contenido de la Web, siempre están buscando la forma de hacer mejor las cosas.
- 6) Preocupados por la madurez. Les molesta que sus ideas no sean tomadas en serio por el simple hecho de ser menores de edad.
- 7) *Investigadores*. Tapscott afirma que para la Generación Net "la tecnología es como el aire". Tienen fuertes rasgos distintivos de curiosidad, investigación y sensación de poder cambiar las cosas.
- 8) *Inmediatez*. Los chicos y chicas de la era digital esperan que las cosas sucedan rápidamente porque es así como suceden en el mundo actual.
- 9) *Susplicacia frente a los intereses corporativos*. Tienen recelo de la información que se emite por televisión y de productos de compañías como Microsoft.
- 10) *Autenticidad y confianza*. A pesar de que, en Internet se pueden utilizar identidades falsas o la información puede ser engañosa o inservible, la Generación Net tiene muy en cuenta la fuente de dónde procede.

Tabla 3. Esquema evolutivo en el acceso a las tecnologías según Sinclair y Cerboni

Denominación	Características
Digital Aliens (Silent Generation)	Nacidos entre 1925-45, no están interesados por la tecnología.
Digital Inmigrants (Baby boomers)	Nacidos entre 1946-1964. Reacios a la tecnología, aunque han adoptado algunas concretas: móviles, email.
Digital Adaptatives (Gen X)	Nacidos entre 1965-1979. La generación del video juego y el comienzo de los ordenadores.
Digital natives (Gen Y/ Millenials)	Nacidos entre 1980 y 2000. han vivido con tecnología toda su vida, viven en mundos híbridos parte fuera de línea en línea en parte,
<i>Digital avatars</i>	Nacidos en el siglo XXI. Viven en su mayor parte en un mundo online y mantienen una gran cantidad de relaciones y comunicaciones virtuales.

FUENTE: Elaboración propia a partir de Domingo, 200)

Siguiendo la línea evolutiva demográfica marcada por Don Tapscott, la canadiense [Gerri Sinclair](#) y el italiano [Bruno Cerboni](#), denominan a la última generación como *Avatares digitales*. Resulta interesante apreciar las diferencias terminológicas y "target" generacionales entre la propuesta evolutiva de Sinclair-Cerboni respecto a la de su predecesor Tapscott (ver tabla 3)

El holandés Jeroen Boschma, en su estudio y análisis sobre los nativos digitales no es coincidente con Tapscott a la hora de establecer los diferentes target generacionales. Considera que la *Generación Einstein* (nombre que da a la última generación) son los hijos y nietos de la Generación X y la Generación Babyboom, respectivamente.

En una encuesta generacional que realizó para su agencia de publicidad “Keesie”, Boschma presenta las características de estas generaciones, sus gustos y otros detalles de gran interés (ver tabla 4).

Tabla 4. Evolución generacional según Jeroen Boschma

Denominación	Características
1. Babyboom (1945-1955)	<ul style="list-style-type: none"> • Nacidos tras la Segunda Guerra Mundial • Juventud de cambios políticos, sociales y culturales y de conflictos bélicos • Son de carácter idealista, apasionado y, a veces, contestatario • En su niñez jugaban en la calle a las canicas, a la goma de saltar, a las cartas o leían tebeos. • Crecieron con los inicios de la TV y la música a ritmo de Rock'n'Roll: Elvis, los Beatles o los Rolling Stones. Los escuchaban en discos de vinilo y casetes.
2. Generación X (1960-1985)	<ul style="list-style-type: none"> • Generación marcada por las drogas, desencantos ideológicos, el fin de la guerra fría. Ahora son los padres de la Generación Einstein, después de una juventud en la que se han dedicado a sí mismos.
3. Generación Einstein (1988-hasta la actualidad)	<ul style="list-style-type: none"> • Han nacido en una época de desarrollo y bienestar con grandes avances tecnológicos como Internet y la telefonía móvil. Les encanta la música, pero prefieren descargarse canciones de Internet y escucharlas en su MP3 o en su IPod. Preocupados por temas sociales como las políticas de inmigración y por temas medioambientales como el efecto invernadero.

FUENTE: Elaboración propia a partir de Boschma, 2008: 33-48

¿Cuáles son los intereses del “nativo digital”? ¿Cuáles son sus prioridades?

A partir de las ideas expuestas en la teoría de la *Pirámide de Maslow*, Boschma (óp. cit., 2008: 145-153), declara que la Generación Einstein tiene otras necesidades diferentes a las anteriores generaciones y explica los cambios que se han producido en sus prioridades, considerando las relaciones sociales como el eje principal. En este sentido se puede contemplar como una especie de pirámide invertida (ver ilustración 1) que se proyecta a partir de la de Maslow. Recordemos los estadios de la Pirámide para después advertir cómo se alteran en la Generación Einstein: a) supervivencia, b) seguridad, c) relaciones sociales, d) estatus y e) autorrealización.

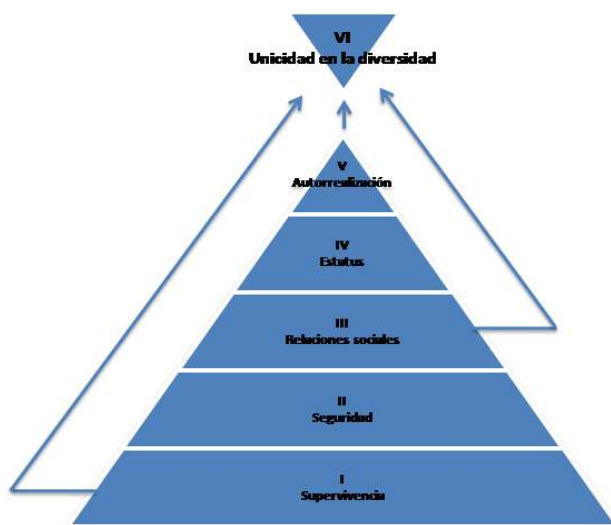
A esta última fase podían llegar unos pocos como una experiencia casi mística. Pero los jóvenes de la Generación Einstein, contrariamente, se sienten realizados porque "son ellos mismos", se sienten perfectos tal y como son. De tal forma que llegar a este nivel ya no es la máxima aspiración de los jóvenes actuales. Los ídolos y las marcas ya no son una referencia a la que aspirar, sino un mero divertimento.

De esta autorrealización se ha pasado a un sexto nivel que denomina "unicidad en la diversidad", atendiendo al sentimiento de colectividad que caracteriza a esta generación. La Generación Einstein aspira a crear un nuevo mundo en el que se conserve lo bueno del antiguo.

Con este nuevo estadio se producen alteraciones en la pirámide de Maslow quedando de la siguiente manera:

- El nivel de estatus y seguridad son considerados totalmente innecesarios y por lo tanto desaparecen de sus necesidades porque se sienten contentos consigo mismos y seguros de sí mismos.
- La autorrealización se convierte en un estado normal, que junto a la supervivencia y a las relaciones sociales nos llevan al sexto nivel.
- El nivel de la supervivencia se refiere ahora a que todo lo que existe debe tener características funcionales que justifiquen su existencia.
- Las relaciones sociales se convierten en estos momentos en algo muy importante para alcanzar el nivel 6. Todo el mundo puede estar con todo el mundo.
- En definitiva, con los niveles 1, 3 y 5 llegamos al nivel 6 de unicidad en la diversidad.

Ilustración 1. Pirámide invertida de Maslow



FUENTE: Elaboración propia a partir de las ideas de Jeroen Boschma (2008)

Gratificación en el uso de los medios.

En 1982 los autores Palmgreen y Rayburn en su *Teoría de las edades de las audiencias* (Palmgreen, 1982) diferenciaron la expectativa de la gratificación e identificaron un incremento con el tiempo, debido a los usos y comportamientos mediáticos. Es decir; cuando el valor de la gratificación es significativamente mayor que el de expectativa, nos encontramos en situaciones de gran satisfacción de las audiencias y elevados índices de aprecio y atención.

Estas gratificaciones tienen en la actualidad más significado gracias al uso de Internet (Ruggiero, 2000). Distintos teóricos han analizado la relación de causa-efecto existente entre el mínimo esfuerzo en el aprendizaje del mecanismo de Internet y su potencialidad de respuesta (Eighmey, 1998; Lillie, 1997; Nortey, 1998; Piirto, 1993; Ryan, 1995)

Sharon Angleman (Anglemana, 2001) demostró cómo Internet había generado nuevas motivaciones y gratificaciones entre distintos grupos de audiencia. Catalogó siete grupos atendiendo al grado de satisfacción:

Type 1 Gratified Control External Users
Type 2 Gratified Independent Internal Users
Type 3 Highly gratified Control Internal Users
Type 4 Agitated Introvert Users
Type 5 Ungratified Cycle Users
Type 6 Basic Independent users (internal LOC)
Type 7 General Gratified User (external LOC)

Otros autores, han señalado diferentes aspectos relacionados con las audiencias y sus motivaciones ante el uso de Internet. La implicación personal y el mantenimiento de las relaciones (Eighmey, 1998), facultad de las personas en la comunicación y participación en línea (Pavlik, 1996), aumento de la autoestima, auto-eficacia y la conciencia política (Lillie,

1997). Ryan (1995) indica que el anonimato motiva a los usuarios a hablar más libremente en Internet de lo que lo harían en la vida real.

NATIVO DIGITAL POR DERECHO PROPIO

Es complejo aseverar con un nombre a una definición en la que se encierren distintivos globales y estandarizados. En el caso preciso del término “nativo digital” puede quedar impreciso si pretendemos que todas las características que definen la expresión se cumplan; es decir, si todos los sujetos nacidos a partir de la llegada del ordenador -por esta atribución considerada como nativos digitales por derecho propio-, tuvieran las mismas competencias en su uso.

Aunque aún no se ha concluido con el trabajo de campo, -por el cual podremos dar cuenta de los verdaderos usos y conocimientos, en consecuencia de las competencias TIC que tienen los “nativos digitales”-, se pueden intuir ciertas hipótesis plausibles en función a los datos proporcionados en investigaciones similares.

Es importante, por lo tanto, conocer la conexión entre el vocablo y su significado.

¿Todos los nativos digitales son “Nativos digitales”?

Esta interrogación retórica en forma de anáfora nos plantea una situación paradójica. En efecto, y a la vista de los diferentes estudios que se han realizado hasta la fecha, no parece probable garantizar que todos los sujetos que llamamos “nativos digitales” posean las características que definen a éstos.

En este sentido, autores como John Palfrey y Urs Gasser, codirectores del Grupo de Investigación Internacional *Digital natives*, consideran que no todos los jóvenes comprendidos en el marco de edad que engloba la calificación de Mark Prensky, pueden considerarse “nativos digitales”. Para serlo hay que compartir una cultura global, no por determinación de edad, sino por experiencias en las Tecnologías e la información y la Comunicación y el impacto que estas tienen en su vida. De hecho, señalan que aquellos no nacidos dentro del marco “digital”, pueden llegar a tener una capacitación semejante a la de sus homólogos más jóvenes.

Afirman que aquellos que se sitúen dentro de la denominación “nativo digital” por cultura y experiencia, determinarán la formulación del mundo en su paso a la edad adulta, en diversidad de aspectos: economía, cultura e incluso vida familiar. En definitiva creen que se debe hablar de nativos digitales “no” digitales.

Tendríamos, además que tener en cuenta que en el *Mare Nostrum Digital*, los nativos digitales sólo constituyen una de las *muchas castas de la compleja y procaz diversidad que fluye por el alma de cada una de las ciudades (digitales)*. Políticos, nómadas, filósofos, exploradores, agitadores, colonos, migrantes, apocalípticos, *sauvages*, disidentes, *conviven, disienten, consienten y conciertan en sus templadas aguas* (García & Gértrudix, 2009: 28)

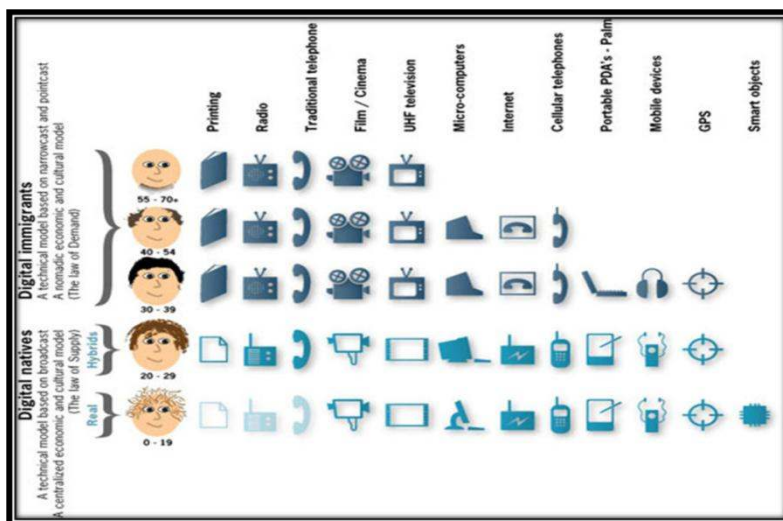
Acceso a las TIC. Brechas digitales.

Entonces cabe preguntarse si ¿son todos los nativos digitales usuarios habituales de Internet?, o ¿qué tipo de usos se les están dando a las TIC por parte de los “nativos digitales”?

Existen diversas voces que hablan del acceso a las TIC por parte de los “nativos digitales” y cómo éstos hacen uso de ellas en los procesos de enseñanza-aprendizaje, del uso de Internet, de la influencia que está teniendo en procesos de comunicación e información, e incluso de cómo están influyendo en una mayor desconexión generacional.

Si atendemos a los procesos educativos, hoy en día es impensable que un estudiante no pueda tener acceso a las TIC. Es inviable *educar a la generación Net sin el uso de las tecnologías que los unen y marcan como generación* (FERREIRO, 2005: 82)

Ilustración 2. Diferencias entre nativos e inmigrantes digitales según el tipo de tecnologías que usan.



FUENTE: http://volkersthoughts.blogspot.com/2007_12_21_archive.html

Ahora bien, hay que saber elegir bien el tipo de tecnología teniendo en cuenta el público objetivo al que vaya dirigido el aprendizaje. La adaptación y el conocimiento de propuestas didácticas para los distintos medios aportan mayores ventajas en el avance del conocimiento.

En cuanto al acceso a Internet, Jorge del Río define las poblaciones digitales como agrupaciones de personas que hacen de su uso. Tienen un patrón común.

De esta manera escribe una clasificación completa que se establece a partir del uso real que se hace de las TIC, y en concreto de Internet, independientemente del tipo de sujeto: nativo y/o inmigrante digital. (Del Río, 2007)

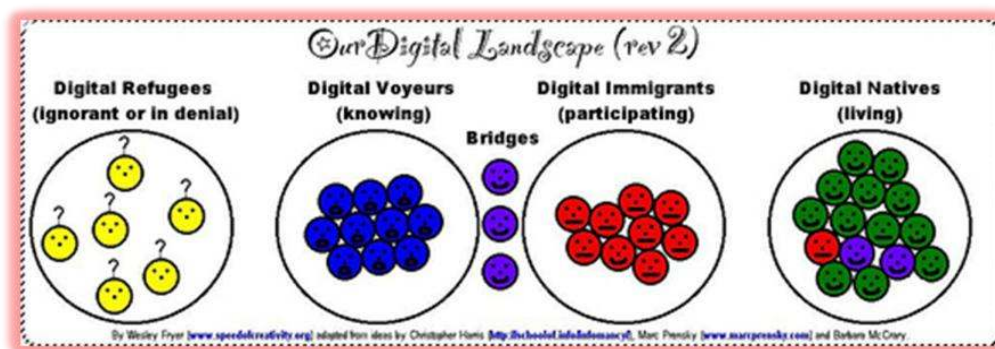
Ilustración 3. Agrupaciones de personas en el uso de las TIC, según Jorge Del Río



FUENTE: <http://www.esnips.com/doc/cb40a03b-cf3d-4869-9ed6> (Del Río, 2007)

Christopher Harris identifica tres modos básicos de uso de la tecnología, *knowing*, *participating*, *living*, que caracterizarían a tres tipos de usuarios: *voyeurs* (conocen la existencia de la tecnología pero no la usan), *inmigrantes* (que participan en las redes digitales, pero de un modo limitado) y *nativos* (que han adoptado su modo de vida a un uso intenso de la tecnología digital).

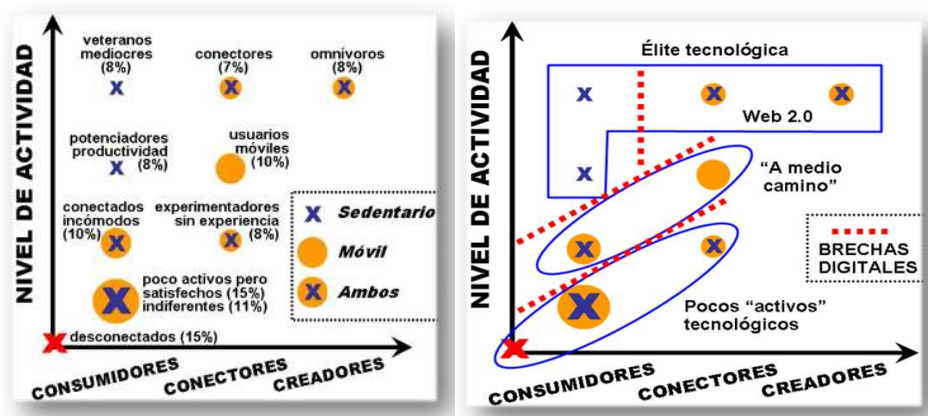
Ilustración 4. Our Digital Landscape



FUENTE: <http://schoolof.info/infomancy/?p=159> (Harris, 2006)

Podríamos decir que mientras el voyeur sigue viviendo en un mundo analógico, el inmigrante mantiene dos esferas de actividad (analógica y digital) claramente diferenciadas, mientras que el nativo actúa en una realidad híbrida en la que ya no es posible discriminar los ámbitos analógico y digital.

Ilustración 5 Tabla sobre Brechas digitales. (Bruno Giussani).



FUENTE: <http://www.pewinternet.org/> (Giussani, 2007)

Wesley Fryer analiza estos tres tipos añadiendo a **los refugiados**, aquellos que ignoran la existencia de la tecnología o "la niegan" actuando como si no existiese. Por otra parte, las fronteras entre estos tipos dibujan brechas que tienen ya poco que ver con el acceso a la tecnología y más con actitudes culturales y estilos de vida. (FRYER, 2006)

Por último el italiano Bruno Giussani identifica las brechas digitales de las sociedades avanzadas. Esta es la tabla que resume los resultados y define las características de cada tipo de usuario.

Estoy des-"conectado": es mi "modus vivendi"

Una característica preponderante del joven actual, y por lo tanto "nativo digital", es su forma de relacionarse. El hecho de ser del mismo target de edad no es tan relevante como estar en el mismo nivel comunicativo, es decir; conocer los mismos códigos y sistemas de comunicación que viabilicen un tipo de relación. Los jóvenes tienen una coraza no visible que resulta complicada romperla a no ser que se conozcan las claves. El reconocimiento, el respeto, la relevancia, aparecen como elementos capitales para poder ser oído, para que la comunicación sea eficaz.

Fleming ha venido llamando como *Cibersfera* al espacio íntimo de los jóvenes con su forma de vida, de manera que cada joven construye su propia Cibersfera mediante múltiples anillos concéntricos representando distintos niveles de intimidad y confianza. En las distintas reflexiones se considera que la sociedad está dualizada dependiendo del tipo de tecnologías que utilizan, incluso dentro de una misma familia (padres-abuelos con TV, jóvenes-niños con Internet). Asemejan el primer acercamiento a Internet (primera cuenta email, móvil) como un rito de iniciación, como lo fuera en su día la Primera comunión. (Fleming, 2002)

DENOMINACIONES DE NATIVO DIGITAL

La extensa nomenclatura existente en torno al concepto “nativo digital”, en ocasiones no está sujeta a una idea única, sino que al contrario viene a subrayar ciertas características que les son comunes. En general esta variedad terminológica atiende a factores basados en:

- Conceptos positivos y virtudes.
- Conceptos negativos y defectos.
- Conceptos marketing y publicidad.
- Nombres de la tecnología que utilizan

Tabla 5. Atributos por Denominación Generacional

Nombre	Años	Investigador	Características
Generación Net o <i>Echo boomers</i>	1977-1997	Don Tapscott Diana G. Oblinger y James I. Oblinger (en educación)	- Aceptan la diversidad - Son curiosos - Son asertivos e independientes
Generación Einstein	1988-	Jeroen Boschma	- Más listos, más rápidos y más sociables. - Conocen las reglas del marketing - Leen la prensa como periodistas - Miran películas como directores de cine - Analizan anuncios como verdaderos publicistas.
Generación Y o <i>Generación Why</i>	1981-2000	Stephen Merrit y Jean M. Twengen	- Continuación de la Generación X - Actitud crítica, desafiante y retadora - Son fieles a las personas, no a los grupos o instituciones - Trabajan para vivir y no viven para trabajar.
Generación del Milenio ó <i>Millenials</i> Ó <i>Nintendo</i> <i>Generación DIG</i> (<i>Digital</i>)	1981-2000	Howe y Strauss Alex Serge Vieux	- La última generación del siglo XX - Sobreestimulados y saturados de actividades desde la niñez - Son tolerantes, optimistas y muy colaboradores (cultura Wiki) - Rompen el estereotipo negativo de la juventud.
Generación Z ó generación Arroba (@)	1995- 2001-		- La primera generación del siglo XXI y continuación de la generación Y. - Consumidores activos con gran poder de decisión de compra en la familia - Pertenecen a núcleos familiares pequeños.

FUENTE. Elaboración propia

En general los “nativos digitales” son considerados como tales a raíz de la aparición del ordenador como instrumento de entretenimiento y aprendizaje, distinguiendo dos target de edades: el primero a partir de 1982 corresponde con la llamada Generación Y (sucesión de la X) y un segundo con la aparición de Internet (Generación “Why” o “Z”). Aunque similares por su conocimiento y tratamiento de los nuevos medios difieren en cuanto a que los segundos no han utilizado sistemas analógicos.

Tabla 6. Denominaciones atribuidas al “nativo digital”

Generación Digital (Serge Vieux)	Generación Net (Tascott)	Generación Multimedia (Morduchowicz)	Millenials (Howe)
Generación Y	Generación Z	<i>Echo boomers</i>	<i>Screenager</i> ¹
Generación @	Generación C (de Click, Conectada, Computadora...)	<i>Born Digital</i>	Generación <i>copy/paste</i>
Generación Einstein	Generación Internet	Generación <i>Now</i>	<i>Couch potatoes</i>
Generación Google	Generación MySpace	<i>Trophy Kids</i>	<i>Avatares</i>

FUENTE. Elaboración propia

Otras denominaciones: "Millenials", "Internet Generation" especialmente para referirse a la última franja de edad, Google Generation, iGeneration.

CONCLUSIONES

A lo largo del artículo se ha podido advertir la diversidad teórica y la extensa literatura que existe en torno al término “nativo digital” y cómo los autores en un intento de registrar y acuñar para sí una denominación que esgrima al nuevo ciudadano no han escatimado en múltiples definiciones. Algunas parecidas, otras más distantes e incluso en muchas de ellas redundantes y/o amplificadas.

En todo caso, y después de este análisis documental y contrastado podemos establecer una conclusión más o menos obvia y destacada, como es la existencia de unos rasgos claros, “atributos” o “aspectos más significativos” entre los “nativos digitales”. A saber:

- a. En general presentan dominio de los medios de producción digital, aprovechando las tecnologías para incrementar su capacidad creativa.
- b. Su capacidad de difusión y conocimiento creativo se manifiesta desde la globalidad, entendiendo el mundo como su única frontera.

¹ Término acuñado por Douglas Runshkoff en su libro *Playing the Future* en 1997. Sostiene que los jóvenes que han utilizado los ordenadores y otros dispositivos TIC desde la infancia sin esfuerzo tendrán ventajas con respecto a sus mayores en el procesamiento de la información y hacer frente al cambio cuando llegan a la edad adulta.

- c. Hacen un uso de la Red con tendencia socializadora.
- d. Sus técnicas de aprendizaje, se desarrollan a través de la Red y con la Red.
- e. Lo digital es de una importancia máxima en su día a día.
- f. Manifiestan y sienten una necesidad constante de sentirse comunicados, se encuentren donde se encuentren.
- g. Progresan siempre a través de la exploración.
- h. Presentan una capacidad de actualización constante.

Ante estos atributos podemos definir a los nativos digitales como personas que utilizan la información de forma rápida, en paralelo y multitarea, prefiriendo la red como fuente de información veraz. Prefieren los gráficos al texto. Precisan de una gratificación instantánea con recompensas frecuentes. Y por supuesto prefieren la interacción del juego en el trabajo. Usa, además, sus ordenadores para crear videos, presentaciones multimedia, música, blogs, etc., es un alumno multitarea: realiza varias cosas al mismo tiempo (Gértrudix, 2009: 56)

Un nativo digital se caracteriza culturalmente, por su forma de interacción con la información y con los otros, ya sean individuos o colectivos (Freire, 2007)

En contraste los Inmigrantes digitales suelen tener muy poco aprecio por estas nuevas habilidades que los nativos han adquirido y perfeccionado a través de años de interacción y en la práctica. Estas habilidades son casi totalmente extrañas a los inmigrantes, que la adquieren y la enseñan, lentamente, paso a paso, una cosa después de la otra, de forma individual y, sobre todo, en serio.

Por otro lado, se debe tener en cuenta que los roles ya no pueden ser los mismos. El conocimiento es imposible que lo obtenga una persona o un grupo determinado. Hay un hecho claro y es que en la actualidad, gracias al avance tecnológico, la vida del conocimiento se ha reducido si se compara con lo que ocurría siquiera hace 40 o 50 años, cuando el conocimiento se medía por décadas. Hoy en día la “vida media del conocimiento” es el lapso de tiempo que transcurre entre el momento en el que conocimiento es adquirido y el momento en el que se vuelve obsoleto.

Half of what is known today was not known 10 years ago. The amount of knowledge in the world has doubled in the past 10 years and is doubling every 18 months according to the American Society of Training and Documentation (ASTD). To combat the shrinking half-life of knowledge, organizations have been forced to develop new methods of deploying instruction. (González, 2004)

Ahora bien, debemos preguntarnos si esto ocurre de la misma manera en todos los lugares o regiones (Tapscott, 1998: 62-71), o incluso aclararnos si existe una verdadera diferencia entre nativos e inmigrantes, o por el contrario deberíamos hacer uso de una sola denominación atendiendo a la exposición digital para la resolución de problemas, ya que, aun sabiendo la existencia de nativos digitales por nacimiento no implica que sean ciudadanos digitales. (Roca,

2008), ya que al fin y al cabo vivimos en un sistema social en el que la economía está regulada por las dinámicas tecnológicas, un sistema en el que todos somos emigrantes y la migración digital pertenece a los sujetos *interconectados que llegan a la nueva frontera de la comunicación y de lo real*". (Vilches, 2001)

La dicotomía nativo-inmigrante suspende la mudanza intelectual y posterga el rediseño de los relatos. (Mancini, 2009)

AGRADECIMIENTOS

Este artículo se ha realizado en el marco del proyecto de investigación "**La construcción de la realidad social en los jóvenes a través de los servicios y contenidos digitales abiertos: Conductas y competencias sociocomunicativas en la Red de los nativos digitales**", financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, dentro de la convocatoria de Ayudas para la realización de proyectos de investigación, del Programa Nacional de Investigación Fundamental, Plan Nacional de I+D+I 2008-2011 (Área: Humanidades y Ciencias Sociales) y de referencia: CSO2008-01496

BIBLIOGRAFÍA

ANGLEMANA, S. (01 de 01 de 2001): *Uses and Gratifications and Internet Profiles: A Factor Analysis. Is Internet Use and Travel to Cyberspace Reinforced by Unrealized Gratifications?* Recuperado el 5 de 01 de 2010, de Ponencia presentada en la Asociación Occidental de Ciencias Sociales Conferencia de 2001 celebrada en Reno, NV.:

<http://www.jrily.com/LiteraryIllusions/InternetGratificationStudyIndex.html>

BOSCHMA, J. (2008): *Generación Einstein. Más listos, más rápidos y más sociables*. Barcelona: Ediciones Gestión 2000.

DEL RÍO, J. (2007): *Atlas de la brecha digital, España 2007*. Recuperado el 10 de 10 de 2009, de <http://www.esnips.com/doc/cb40a03b-cf3d-4869-9ed6>

DOMINGO, C. (2008): *Digital Natives, Digital Immigrants and the News Generations*. Recuperado el 23 de 10 de 2009, de Carlos Domingo-Un poco de todo: <http://www.unpocodetodo.com/2008/07/18/digital-immigrants-digital-natives-and-the-newe>

EIGHMEY, J., & L., M. (1998): "Adding value in the information age: Uses and gratifications of sites on the world-wide web", en *Journal of Business Research*, 41 (3) , 187-194.

FERREIRO RAMÓN, F. (2005): "El reto de la educación del siglo XXI: la generación N", en *Apertura. Revista de innovación educativa*, año 6, nº 5 , 72-85.

FLEMING, P. (8 de 3 de 2002): *La Ciberesfera, una teoría en plena expansión*. . Recuperado el 08 de 10 de 2009, de <http://www.icemd.com/area-entrada/articulos/consulta-art.asp?Id=107>

FREIRE, J. (30 de 10 de 2007): *¿Quiénes son los nativos digitales?, y ¿por qué?* Recuperado el 10 de 10 de 2009, de NÓMADA. Reflexiones personales e información sobre la sociedad y el conocimiento abiertos: <http://nomada.blogs.com/jfreire/2007/10/quines-son-los-.html>

FRYER, W. (21 de 10 de 2006) : *Beyond the digital native / immigrant dichotomy*. Recuperado el 10 de 01 de 2010, de <http://www.speedofcreativity.org/2006/10/21/beyond-the-digital-native-immigrant-dichotomy/>

GARCÍA GARCÍA, F. & GÉRTRUDIX BARRIO, M (2009): "El Mare Nostrum Digital: Mito, ideología y realidad de un imaginario sociotécnico", en *Revista Icono 14 [en Línea] 1 de junio de 2009*, nº 12, pp. 07-30. Recuperado el 12 de 01 de 2011 de <http://www.icono14.net>

GÉRTRUDIX BARRIO, F (2009): "Internet como espacio de adquisición de competencias. Soy un nativo digital y aprendo en la Red", en *Revista Icono 14 [en Línea] 1 de junio de 2009*, nº 12, pp. 54-72. Recuperado el 12 de 01 de 2011 de <http://www.icono14.net>

- GIUSSANI, B. (1 de 5 de 2007): *A Typology of Information and Communication Technology Users*. Recuperado el 23 de 11 de 2009, de Pew Internet & American Life Project: <http://www.pewinternet.org/>
- HARRIS, C. (21 de 02 de 2006): *Knowing, Participating, Living*. Recuperado el 07 de 01 de 2010, de <http://schoolof.info/infomancy/?p=159>
- Howe, N. S. (2000): *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage Books.
- LILLIE, J. (1997): Empowerment potential of Internet use. *Retrieved November 2*.
- Morduchowicz, R. (2008): *La Generación multimedia. Significados, consumos*. Buenos Aires: Paidós.
- MANICINI, P. (15 de 02 de 2009): *Todos somos migrantes digitales*. Recuperado el 12 de 10 de 2010, de <http://www.amphibia.com.ar/todos-somos-migrantes-digitales/>
- NORTEY, G. (1998): *Benefits of on-line resources for sufferers of chronic illnesses. Master's thesis*. Ames, Iowa: Iowa State University.
- PALMGREEN, P. y. (1982): "Gratifications sought and media exposure an expectancy value model", en *Communication Research*, 9, 561-580.
- PIIRTO, R. A. (1993): *Electronic communities: Sex, law and politics online. Master's thesis*. Ithaca, NY.: Cornell University.
- PRENSKY, M. (2001): "Digital Natives, Digital Immigrants", en *On the Horizon*.
- Ruggiero, T. (2000): "Uses and gratifications theory in the 21st century", en *Mass Communication & Society*, 3, 3-37.
- RYAN, J. (1995): *A uses and gratifications study of the Internet social interaction site LambdaMOO: Talking with "Dinos"*. Master's thesis. Muncie, IN: Ball State University.
- TAPSCOTT, D. (1998): *Growing up digital: The rise of the Net generation*. New York: McGraw-Hill.
- TAPSCOTT, D. (1998): *Creciendo en un entorno digital*. Santa Fé de Bogotá: McGraw Hi
- VILCHES, L. (2001): *La Migración Digital*. Barcelona, Gedisa Editorial, 2001