



Pantallas

De la generación del pulgar a la generación del índice

*From thumb's generation
to forefinger's generation*

Henar León Barroso
henar.leon@gmail.com

Recibido: 15-03-2012

Recibido con correcciones: 19-04-2012

Aprobado: 26-04-2012

PALABRAS CLAVE

Generación del pulgar, generación del índice, tablets, ipad, pantallas táctiles, iphone, interactividad, interconectividad, smartphones.

KEYWORDS

Thumb Generation; forefinger generation, tablets, ipad, tactile screens, iphone, interactivity, interconnectivity, smartphones.

"A magazine is an iPad that does not work". Baby. 1 year old.**<http://youtu.be/aXV-yaFmQNk>**

A principios de la década de 2000 se comenzó a hablar de la Generación del Pulgar, *Thumb Generation*, o Oya Yubi Sedai en Japón. La Dra. Sadie Plant, en su estudio "*On the mobile – the effects of mobile telephones on social and individual life*" (2001) afirmaba que había una relación bidireccional de influencia entre la tecnología y el uso que hacemos de ella. Plant hizo un estudio entre menores de 25 años de nueve capitales de países desarrollados y concluyó que los pulgares se habían convertido en el dedo más importante de la mano, que se habían vuelto más grandes y musculosos y recogió testimonios de adolescentes que afirmaban utilizar el pulgar para usos que hasta ahora hacían con el dedo índice, como llamar al timbre o señalar, por ejemplo. El gran uso que hacían de los teléfonos móviles y sus teclados –especialmente para enviar sms o mails- fue el origen de esta característica y de ser denominados como "Generación del pulgar". Cuando los expertos aún se admiraban de encontrar cambios físicos en este grupo que en la historia de la evolución habían necesitado varias generaciones, se produce una enorme revolución de los dispositivos y soportes digitales, y su interfaz y el uso de los dedos sufre un nuevo reajuste. Con la llegada de las pantallas digitales en smartphones –excepto modelos con teclado como Blackberry- y tablets, el dedo que más interactúa deja de ser el pulgar para convertirse en el dedo índice. Es prematuro aventurar si podemos hablar ya de la Generación del Índice, si esto supondrá cambios evolutivos trascendentales, pero sí parece que los nativos de las pantallas digitales sí tienen una nueva forma de comunicarse y entender el mundo.

En 2007 Apple presenta su primer iPhone, de venta sólo en EEUU. A finales de 2008, 70 países comercializaban ya el iPhone 3G. Los smartphones con pantalla digital –utilizada con anterioridad en las PDAs y las PALM, pero con un target muy diferente- y acceso a internet se han ido haciendo un hueco que, a día de hoy, los convierte en algo prácticamente imprescindible entre la población adulta de los países desarrollados. Según el "*Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España 2011*" de la Fundación Orange (p. 69 y 70), la telefonía móvil tiene una tasa de penetración en torno al 110% y el acceso a internet a través de dispositivos móviles representa ya el 15% del gasto total en telefonía móvil (p.74). Pero ¿qué pasa con los jóvenes?

El estudio "*Young and Mobile: A Global View of Cellphones and Youth*" (Nielsen 2010) revela que los jóvenes españoles son los segundos del mundo de entre los países encuestados en uso de smartphones frente a teléfonos móviles normales.

La explosión de las tablets va a más. Según Display Search, en 2011 se vendieron en el mundo más de 73 millones de tablets. Algunos electrodomésticos comienzan a incorporar tablets como interfaz para comunicarse con los usuarios y las posibilidades para estos dispositivos son casi infinitas.

Primero fueron los smartphones de pantallas táctiles, la rápida extensión de su uso en la población general y, sobre todo, en adolescentes y jóvenes, y luego la aparición del iPad y demás tablets, los que han devuelto al dedo índice el liderazgo en los dedos de la mano, pero en una versión renovada. La mayor parte de las aplicaciones para niños y jóvenes para tablets funcionan usando el dedo índice.

El dedo índice ya no sólo señala, sino que abre la puerta a un mundo nuevo de interactividad, de comunicación. Si con apenas unos años o unos meses de uso, un adulto es capaz de sorprenderse intentando maximizar una foto en la pantalla del ordenador como lo haría en un iPad ¿qué sucederá a la generación que ha nacido con el iPad, la generación de la niña del vídeo? La cuestión va más allá de lo anecdótico y nos plantea una gran cuestión de fondo: ¿Cómo se comunicará esa generación con el mundo que les rodea? ¿Cómo serán sus libros, sus periódicos, sus revistas, sus juegos, sus juguetes, sus videojuegos? ¿Habrá cambios físicos estructurales como sí los hubo en la Generación del Pulgar? ¿Trascenderá más allá, produciendo cambios en el tipo de aprendizaje, en el desarrollo de habilidades visoespaciales, de comprensión, de lectoescritura, de memoria, de atención, de impulsividad, etc.?

Según Tolsá: "*los menores utilizan las pantallas para satisfacer distintas necesidades: de comunicación con los demás, de ocio, de información, etc. Y para esta generación digital, la imagen tiene más fuerza que nunca*"(Tolsá 2012, pag. 245). Y según Espín: "*La transmisión produce un impacto inmediato que inunda globalmente nuestro sistema nervioso central y periférico provocando en nosotros una explosión de los sentidos*"(Espín 2011, pag. 31). Teniendo en cuenta la fuerza del impacto de las pantallas y los diversos usos que satisfacen gran cantidad de necesidades, las tablets pasan a ocupar un lugar privilegiado como herramienta de aprendizaje y ocio para más de una generación. Contemplamos el impacto en el desarrollo cognitivo con variables como la hiperconectividad conceptual, el aumento de la información visual y su

influencia sobre el razonamiento abstracto, los potenciales cambios sobre el desarrollo visoespacial, los paradigmas del aprendizaje humano, etc. Una generación que mira, aprende, se divierte a través del movimiento de un dedo de la mano. El dedo índice.

Con el uso de las tablets, los refuerzos positivos se disparan, la interactividad hace que el usuario sea el que defina su hábito de uso, la información tiene tantos formatos como podamos imaginar -no queda tanto para que el olor y el gusto trasciendan de las pantallas- y al ser tan intuitivo, está al alcance de todas las edades. Es, quizá, el dispositivo más poderoso como herramienta de aprendizaje y comunicación existente hasta ahora.

Las tablets son una plataforma que trasciende a lo lúdico. Apple comercializa las aplicaciones educativas bajo el *claim* "*The device that changed everything is now changing the classroom*" ("el dispositivo que lo cambió todo ahora cambia el aula"). Ya son numerosos colegios e instituciones educativas las que han incorporado las tablets en el aula desde educación infantil. Aunque los padres quieran mantener alejados a sus hijos de estos dispositivos digitales, va a ser cada vez más complicado no incorporarlos al día día de los más pequeños. La revista digital Educación 3.0 dedica varios artículos a estudiar distintas aplicaciones del iPad para su uso en el aula. Hay numerosas aplicaciones para aprender a leer o a escribir con tablets (por ejemplo **ABCKIT** <http://youtu.be/J-kCAq9eakE>).

Con la velocidad de desarrollo de nuevas aplicaciones, el medio y largo plazo son impredecibles, pero parece claro que el futuro inmediato está al alcance de nuestro dedo índice.

Bibliografía

- BROOKE, J., 2002. Youth let their Thumbs do the Talking in Japan. *The New York Times*, 30 abril 2002.
- ESPÍN, M., 2011. Adolescentes digitales. *Revista de Estudios de Juventud* Nº 92. Fundación Atenea y Forum Intercultural.
- FUNDACIÓN ORANGE, 2011. *E-España. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España 2011*.
Disponible en: <<http://www.informeeespana.es/docs/eE2011.pdf>>
- HILL, A., 2002. Thumbs are the new fingers for the GameBoy generation. *The Observer*, 24 de marzo de 2002.
- NIELSEN, 2010. Young and Mobile: A Global View of Cellphones and Youth. Disponible en: <http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/a-global-view-of-cellphones-and-youth/>
- NPD DISPLAY SEARCH QUATERLY, 2012. Mobile PC Shipment and Forecast Report. Disponible en: <<http://www.sfgate.com/cgi-bin/article.cgi?f=/g/a/2012/01/04/prweb9076834.DTL>>
- PLANT, S., 2001. On the mobile – the effects of mobile telephones on social and individual life. Motorola.
- TOLSÁ, J., 2012. Los menores y el mercado de las pantallas: una propuesta de conocimiento integrado. *Foro Generaciones Interactivas*. Fundación Telefónica.

