



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

MENSAJES DE PRETEXTOS



REFERENCIA: 6ACH29

La sociedad digital



JUEVES, 5 DE NOVIEMBRE DE 2009

EL FENOMENO DE LOS SMS SIN CONTROL

Mensajes de pretextos

Se ofrecen técnicas para dormir, para integrarse al "rebaño de Cristo", para aprender inglés, para tener sexo, para decir frases "tumberas", se ofrece la posibilidad de acceder al mundo de la tele (aun cuando el concurso ya terminó). ¡Hasta venden recomendaciones para aprender a ahorrar! Sin embargo, no hay normas que controlen los servicios asociados al SMS, y enviar un mensaje de texto a un servicio es aceptar un contrato que tal vez jamás puedas deshacer.

Por Facundo García

Apareció de golpe en la tele, a eso de las dos de la mañana: "Mandá 'AMOR' a tal número y recibí los mensajes de tu pareja perfecta. El estilo que realmente querés para tu relación". Entusiasmado, el NO envió el mensajito para pedir aquel servicio que prometía poner al alcance de la mano a "la novia que nunca se niega". Genial. Majestuoso. De haber sabido que era tan sencillo hubiera ahorrado una fortuna en terapia y otra en revistas. La supuesta media naranja respondió a los treinta segundos:

—¿Qué tipo de novia te gustaría tener? a) Sexópata. b) Histérica. c) Cariniosa (sic).

Para hacer tanta alharaca, esta princesa tenía ortografía de sapo. Pero bueh, podían ser los nervios por estar conociendo al hombre de su vida, quién sabe. Había que darle una oportunidad. Ante el conocimiento cabal de las categorías "b" y "c", la curiosidad ordenó optar por la "a". A ver qué opinaba al respecto la flamante novia cachonda.

—Hola! En este CLUB DE ENAMORADOS recibirás un punto por día. El precio por SMS recibido es \$ 1.

Silencio expectante, luego las primeras muestras de cariño:

—Guau que éxtasis me da cuando me abrazás y puedo sentir tus partes y tu aliento caliente. Aprende Tarot hoy! "TAROT" al 8080!

—Que bueno conocerte! No krés venir a mi casa? Toy cocinando raviolos a la boloñesa...—apuró el NO.

—Tu msj no fue comprendido. Envió "SONRISA" al 8080 para recibir muy buenos chistes.

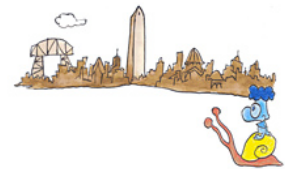
—No te vayas! Toy x colar ls raviolos!

—Tu msj no fue comprendido. Envió "ANTOJO" al 8080 y enterate de lo que hace tu vecina cuando cree que no la ve nadie.

Ya con los pantalones puestos y la vida sexual momentáneamente arruinada, surgió una pregunta. ¿Cómo es que esos textos medio pederros se han convertido en algo tan omnipresente? A ver: SMS significa Short Message Service, o sea Servicio de Mensaje Corto; y para conocer el origen de la sigla hay que imaginar que corren los años '80. Colores fluo, moonwalking, tu hermano mayor con el pelo batido. En ese contexto, un alemán, Friedrich Hillebrand, se puso a volcar ideas sobre un papel. En eso se avivó de que podía expresar casi cualquier cosa en ciento sesenta caracteres, incluyendo los espacios. Aunque las compañías estaban dispuestas a ofrecer comunicación entre teléfonos móviles, todavía se manejaban con montos exorbitantes; claro que si en vez de voz lo que transmitía eran esas pocas letras, la situación cambiaba. El alemán ochentoso dijo "miren qué copante lo que descubrí" (en alemán), y empezó a difundir la idea, por lo que actualmente se lo reconoce como uno de los pioneros.



MIS RECORTES: 0 [0%]



NO INDICE

NOTA DE TAPA> EL FENOMENO DE LOS SMS SIN CONTROL
Mensajes de pretextos
Cada vez aparecen más servicios asociados a los mensajes de textos. Sin embargo, no hay controles...
Por Facundo García

CON EUGENE HÜTZ DE GOGOL BORDELLO
"Hay una generación que escucha música en parlantes de mierda"
Por Mariano Blejman

DAVID GUETTA DECLARA SU AMOR A LA ELECTRONICA LOCAL
"Quiero mucho a Hernán Cattáneo"
Por Yumber Vera Rojas

IL POSTINO: JOURNAL FOR PLAGUE LOVERS
Il morto che canta
Por Luis Paz

BOLAS NEGRAS > EL SUB-SUPLEMENTO DEL NO PARA SUDAFRICA 2010
¡Los Kaiser Chiefs al Mundial!
Por Javier Aguirre

¡Paren las rotativas, actualicen la página!

Golpeando las puertas de Ezeiza

El dinero no es todo

ArteFUE

Premio "Expedientes X" al Rocker Paranoico

Rockcionario

Agenda

BIFE AGOSTO

Hoy: "Ojos sin rostro"

CLARA DE NOCHE

Clara de Noche

El primer SMS no fue una joya de la creatividad. El 3 de diciembre de 1992, un tal Neil Papworth se adelantó a las Fiestas y mandó "Feliz Navidad" a otros trabajadores de la empresa Vodafone. Era el primero de los incontables saludos que intercambiaría de ahí en adelante esa porción de la humanidad que persiste en la convicción de estar mejorando su existencia en la medida en que acumula facturas. Los avances, no obstante, fueron lentos. Hubo que esperar para que los capos del mercado se pusieran de acuerdo para conectar a sus clientes. Una vez logrado eso, los usuarios entraron en un tobogán por el que aún se deslizan pendejos, individuos de mediana edad, viejos y –según aseguran quienes comercializan los "consejos" de Jessica Cirio o de Ximena Capristo– también famosos. Se ofrecen técnicas para dormir, para integrarse al "rebaño de Cristo", para aprender inglés por SMS... ¡Hasta venden recomendaciones para aprender a ahorrar!

Humildes como parecen, las pocas letras que entran en pantalla trajeron cambios cataclísmicos. Sin ir más lejos, las malas lenguas juran que Lothar Matthäus renunció recientemente a ser técnico de Racing mediante el simple acto de apretar unos pocos botones. Y no hace falta hablar de celebridades para subrayar la importancia que ha adquirido el mensaje. Este mismo jueves, miles de hombres y mujeres agarrarán el celu de sus parejas, abrirán la agenda y cambiarán el número de teléfono de quienes –presumen– son los amantes con que los están engañando. En su lugar pondrán el propio, y cuando el boludo o la boluda infiel envíe un mensaje a la supuesta trampa, estará confesándole sus pasos al celoso o la celosa. En otras latitudes, el impacto también se ha hecho sentir tanto sobre los bolsillos como en las costumbres. Ejemplo: según el diario Pakistani Daily Times, los hombres de negocios se quejan de estar recibiendo advertencias donde se les dice que "si creen en Alá" deben acreditar una tarjeta prepaga a fulano o mengano, lo cual tiende a infundirles una súbita crisis de fe. Noticias similares se reproducen a lo largo de diferentes culturas. Nadie pensó que enviar dos o tres palabras instantáneamente pudiera traer consecuencias así, y muchos empresarios ni se esperaban que llegara el día en que la Argentina intercambiara cientos de millones de SMS por mes. Suponiendo que el precio sea de 15 centavos por cada uno, y teniendo en cuenta que en un megabyte caben unos siete mil mensajes, nos están cobrando más de mil pesos por mega transmitido. Una fortuna. Para completarla, quienes anuncian en la tele venden ese manojito de caracteres a ochenta centavos o más. Un negocio redondo.

TCNICA PRFECTA

Luna Park, tarde de viernes. El Campeonato Mundial de SMS cumple su etapa de clasificación en la Argentina, y los mensajistas más rápidos del país se juntan para competir en un evento organizado por una empresa de servicios telefónicos y otra que fabrica celulares. Los contendientes precalientan con sus propios celus, aunque se quejan porque el modelo que se usará en el torneo es mucho más moderno que el que utiliza la mayoría. La carrera arranca con una fila de aspirantes al título que intenta copiar lo más fielmente posible oraciones como "los mil mensajes por minuto que le mando a mi madre me hacen un rival muy fuerte". Y nadie caza el chiste. Todos están concentrados en ganarse los diez mil pesos e ir a Nueva York para probar suerte en la final de finales.

A cada rato las máquinas se cuelgan, o los teléfonos quedan sin batería. Unos coreanos –los poronga de la celularología– andan de un lado para el otro, preocupados y sumamente atentos. Según asegura el conductor de la velada, Santiago Del Moro –sí, el que estaba en Much Music–, la información viaja hasta Corea y desde allá vuelven los resultados. De casualidad anda por ahí Juan Ignacio Aufranc, que junto a Agustina Montegna se consagró como el más veloz. Obvio, él todavía no sabe que va a triunfar. Sin embargo, se ubica entre las luces azules, lookeado con trencitas, onda "estuve preparándome para esto desde que nací y apenas salí de la panza me puse a jugar al Snake, así que, ojo conmigo". A cuentagotas, sus apóstoles sueltan secretos del riguroso entrenamiento que condujo a Juan hacia la iluminación (del Luna). "Desde chico fue fanático –sostiene uno–. Por eso a sus veintipico se ha convertido en un experto." "Cada vez que entra a un local donde venden teléfonos, les hace pasar papelones a los vendedores", relata otro.

Al promediar la noche, el vencedor descansa en camarines y difunde su propia versión. "Me interesé por esto desde la época del Tango 300 (nota para los sub-17: habla de un teléfono que parecía un ladrillo y era ideal para improvisar como garrote en caso de ataque). En esa época mandaba mensajes aleatorios para chatear con cualquiera", evoca el winner. Jura que

su hábito es redactar agarrando el aparato con las dos manos y usando ambos pulgares, aunque a último momento se percató de que esa técnica se le complicaba con las pantallas táctiles. "Hoy temprano me avivé de que si no intentaba con el índice iba al muere, porque tengo la mano muy gorda para este modelo. Así que tuve que arriesgarme y cambiar", revela. Usualmente, Juan Ignacio no usa acento, ni las letras "C" o "Q". "El acento es una incomodidad, y prefiero la letra K a las otras. Hubo mucha letra Q en el torneo, eso me complicó", justifica, con aires de quien tiene la posta.

MRA DNDE METS L DEDO, BLUDO!

Las lecciones del campeón suenan a livianas frente a lo que hay que anotar a la hora de protegerse de los que venden vaticinios, posturas del Kama Sutra o claves para depilarse las nalgas. Jorge Cohen, vocero de la Comisión Nacional de Comunicaciones, confirma que, al ser relativamente nuevos, estos servicios no poseen regulación específica. "De todas formas –aclara–, si tienen un reclamo, pueden recurrir a la Comisión. Dependiendo de la razón, puede ser competencia nuestra o de Defensa del Consumidor (ver recuadro)." Para decirlo fácil: no hay normas específicas que controlen el asunto, aunque te podés quejar y ver qué onda. Al no haber leyes, lo único que vale entre vos y la compañía es el contrato que suscribas. De hecho nadie regula las tarifas de SMS, pueden valer lo que sea. Y agarrate: resulta que cuando vos mandás "PASTOR", "CACHENGUE" o lo que sea al número que te dan en los spots, lo que estás haciendo es aprobar un contrato. Sin necesidad de reiterar el pedido –¡porque te acabás de suscribir!–, vas a "disfrutar" de los tips a un precio que no alcanzaste a leer, y lo vas a hacer mañana, pasado y por el resto de la eternidad. A menos, claro, que logres borrarle de la lista.

En la Red pululan relatos de pibes y pibas que cayeron en la tentación. Para algunos foreros, las empresas "se aprovechan de los que no tienen computadora y no pueden acceder a fotos eróticas como la gente". O sea que es para las clases bajas y medias bajas. Otros, como un tal Emma, se inclinan por la anécdota ilustrativa: "Me hacen acordar a mi tío, que un día me dijo: 'Ah, yo mandé a esos del chiste y no sé cómo darle de baja'. Pobre, se ponía los anteojos y trataba de leer esas letras bien chiquititas que pasan a 50 km por segundo". "Es bueno para usarlo como joda –tercia otro–. Le agarrás a escondidas el celu a un amigo y mandás 'TRAVA' al 1111." Las opciones, se ve, son infinitas; y los bolonquis posibles, también.

"¿Qué necesitaría, por ejemplo, un cronista del NO para poner una de estas empresas?", reflexiona el cronista del NO, mientras sigue esperando infructuosamente que su novia virtual-sexópata le tire otra idea hot. A juicio de los especialistas, no mucho. En principio, coordinarse con las empresas de telefonía móvil más grandes, que percibirán un beneficio al hacer de canal mediador. Por ley 24.240 –de Defensa al Consumidor–, Movistar, Claro y Personal, dependiendo con cuál arregles, serían co–responsables de lo que hagas. Probablemente, también te ayudarían a elegir un número copado, que quede en la memoria. Con eso y con pagar los impuestos de la AFIP, ya estarías. Podrías montar el proyecto en tu propia habitación.

En cuanto a los contenidos, tendrías que cuidarte con ciertos temas. Sobre todo en los spots. Aunque si se considera la actitud de la mayoría de los que se dedican a la actividad, nadie podrá ponerte demasiados frenos. "En general no nos hemos metido a criticar los horóscopos y esas cosas –admite Gustavo Bulla, director nacional de Supervisión y Evaluación del Comité Federal de Radiodifusión (Comfer)–. Se supone que se nota bastante que son falsos. Sí hemos intervenido, en cambio, cuando se usaba la imagen de supuestos menores de edad en las publicidades." En un país donde el abuso de niños es un problema grave, es una cagada que te inviten a mandar "COLEGIALA" para enterarte de cómo tal o cual señorita "dejó de ser la nena de papá". Otro bolonqui son los estereotipos: "Mandá 'ROBO' y recibí las mejores frases de la villa", invita la tele, como si todos los pobres fueran criminales. Y aunque se les advierte, las firmas siguen difundiendo mensajes de esa línea. El lucro vale más que la ética.

Pero si la intención es levantarla con pala, lo óptimo sería ponerte un programa en cualquier canal de aire, donde se participe mensajando. Ni siquiera hace falta que sea en vivo. Por los pasillos –no de la villa sino de los canales– se comenta que cierto pope hacía seguir votando a millones de telespectadores, a pesar de que ya estaba cerrado el escrutinio de sus concursos. A un mango por mensaje, la guita que se gana es astronómica, y mientras más dure la elección de bailarines, nominados o lo que sea, más dinero sacan. La nueva ley de Servicios de Comunicación Audiovisual va a regular esto, y obligará a informar sobre estos pormenores.

Después de poner el último punto y aparte, suena un nuevo SMS de la novia ideal. Dice: "Me gustaría ser tu boca para comerme todo el cuerpo a besos". Ahí se acaba la magia. Hasta nunca, novia ideal. Tan sexópata no eras.

El cementerio de los SMS

No hay una sola empresa que se atreva a asegurar que los SMS llegan siempre, y pocos conocen adónde van a parar los que se pierden. Sólo se sabe que si tu envío no llega, se le intentará remitir al destinatario unas cuarenta o cincuenta veces durante las pocas horas en que "sobrevive" un mensajito. Lo más probable es que llegue retrasado. Y eso, que suena como un detalle, puede resultar catastrófico.

Prueba de eso fue lo que sucedió el Año Nuevo pasado. Los diarios de la mañana aconsejaban contactarse con los seres queridos antes de la medianoche, porque se pronosticaba una saturación del sistema. Para colmo se sabía que iba a enviarse un 30 por ciento más de saludos que el año anterior. "El pico se da entre las 22 y la 1.30. Por esto se puede dificultar el normal funcionamiento", había advertido Susana Menéndez, gerente de Relaciones Institucionales de Personal. Los clientes de esa empresa habían mandado más de doscientos millones de SMS en las Fiestas de 2007-2008.

A eso de las doce y media ocurrió algo espantoso. El novio (ahora ex) de mi hermana, que como buen pollerudo estaba pasando las Fiestas con nosotros a pesar de la insistencia de sus padres ancianos, recibió un SMS y se largó a llorar. Salió corriendo a su auto y todos dejamos el vitel thoné a medio masticar con tal de seguirlo. "¿Qué carajo te pasó?", indagamos, mientras él abría la puerta del coche chorreando lágrimas, sin decir nada. De pronto estiró la mano para mostrarnos la pantalla de su móvil: "VENI RAPDO. MAMA TA MUERTA", se leía.

Subimos al auto y el tipo arrancó. Rumbeó a toda velocidad hacia la casa de unos tíos, donde supuestamente estaban sus viejos. La desesperación hizo que calláramos. Hubo una avenida y una esquina antes de la bendita casa. Cuando el auto frenó, nos quedamos pasmados al ver la figura espectral de la vieja, que en realidad no nos asustó tanto porque salió a la vereda con los brazos abiertos y una botella de sidra en la mano. El ex de mi hermana, demolido por la sorpresa, sólo atinó a acercarse y abrazarla. Y nosotros también. ¿Milagro? No, a los diez segundos llegó la segunda parte del mensaje, que había salido cortado. "D SUEÑO", decía.

Algunos servicios

Algunos servicios

- Imagen: pasa una chica en minifalda y un grupo de muchachos descansa en una villa. "Me gustaría ser baldosa para ver esa tanga hermosa", larga un chabón, justo antes de que el locutor invite a mandar "POETICO" y recibir todos los días "poemas tumberos" para "ganarte a las pibas más copadas". "Sé el poeta de tu barrio", remata.
- Imagen: minas en bolas. Voz de mina melosa: "Mandá 'TURNO' a tal número y recibí las historias de hotel más calientes. Conocé capítulo a capítulo cómo nos vamos calentando (...) Mandá 'TURNO' y empezá a imaginar-telo" (¿!).
- Imagen: haditas flotando en el bosque. Misma voz que en el spot anterior, pero esta vez dice que "las hadas te ayudarán a encontrar una respuesta". La locutora sonaba mejor cuando se las tiraba de sexy.
- En la lista de suscripciones posibles también figuran títulos como "Consejos para adelgazar de Tu Sam", "Hechizos para suegros" o secretos para "Volverlas locas".

Ojo con la letra chica

- Si tomaste un par de copas, cuidado. Los yanquis ya inventaron un nombre para la fiebre de comunicación que les agarra a los que se exceden con la bebida. Le llaman Chronic Drunken Communication Syndrome (CDCS, traducible como Síndrome Crónico de Comunicación en Curda). Catalina, una de las víctimas del mal, da su testimonio a este suplemento. "Ya le mandé más de diez veces 'ando con ganas de encontrarte' a una persona que no quiere ni verme. Me quiero matar", se lamenta.
- Otra clave es tu derecho a ser informado de forma clara y oportuna sobre lo que estás contratando, así como sobre las condiciones y la manera de rescindir los servicios. Combatí la letra chica.
- Acordate que al contratar el servicio habilitás que te sigan mandando. Asimismo, los SMS con "tips" tienen un costo superior al SMS común.
- En general, tenés la posibilidad de suspender la suscripción enviando la palabra "BAJA", dejando un espacio, y a continuación el servicio contratado, en singular: "GUARDIA", "BESO", etcétera.
- Si eso no resultara, tenés que ver con qué empresa te comprometiste. Las principales son tres. Una es Ubbi, que te deja desactivar entrando en ubbi.com, ingresando en Ubbi tonos y yendo al pie de la página principal a la sección de "comentarios y sugerencias". Otra es Bippie, que te habilita a suspender entrando a www.bippie.com, al tiempo que mantiene dos números para solucionar inquietudes, 0800-345-2929 y 0810-555-2358. Por último está Vibramovil, que administra bajas desde www.vibramovil.com
- Por las dudas, agendá: Defensa al Consumidor tiene una página, consumidor.gov.ar. Su teléfono es 0800-666-1518 y atiende de lunes a viernes de 8 a 20. También podés consultar a la Comisión de Comunicaciones, que está en el 0800-333-3344 y cuya dirección es cnc.gov.ar



Permalink:

<http://www.pagina12.com.ar/diario/suplementos/no/12-4367-2009-11-09.html>

ULTIMAS NOTICIAS EDICION IMPRESA SUPLEMENTOS BUSQUEDA PUBLICIDAD INSTITUCIONAL CORREO RSS

Página12 HOSTED BY

Desde su móvil acceda a través de <http://m.pagina12.com.ar>

© 2000-2009 www.pagina12.com.ar | República Argentina | [Política de privacidad](#) | Todos los Derechos Reservados
Sitio desarrollado con software libre [GNU/Linux](#).



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Ficha de catalogación

Título:	Mensajes de pretextos
Autor:	Facundo García
Fuente:	<i>Página 12</i> (Argentina)
Resumen:	“Feliz Navidad”. Esas fueron las palabras con que en diciembre de 1992 se estrenó el servicio de mensajes cortos, ese gran invento que resulta más conocido por su acrónimo en inglés: sms. Desde entonces, millones de composiciones de menos de 160 caracteres circulan cada día en el mundo. Un nuevo lenguaje, nuevas formas de negocio y una nueva dimensión en la comunicación entre los humanos han sido algunas de las consecuencias de aquella idea que sólo pretendía abaratar el coste de la comunicación telefónica.
Fecha de publicación:	05/11/09
Formato	☐ Noticia
	☒ Reportaje
	☐ Entrevista
	☐ Artículo de opinión
Contenedor:	☐ 1. Los retos de la salud y la alimentación
	☐ 2. Los desafíos ambientales
	☐ 3. Las nuevas fronteras de la materia y la energía
	☐ 4. La conquista del espacio
	☐ 5. El hábitat humano
	☒ 6. La sociedad digital
	☐ 7. Otros temas de cultura científica
Referencia:	6ACH29



Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Actividades para el alumnado

1. Señala cuáles de las siguientes afirmaciones son verdaderas y cuáles falsas teniendo en cuenta lo que se dice en el texto sobre los SMS:

1. No hay negocios con los sms.	V	F
2. “Servicio de mensajería sistemática” son las palabras que corresponden al acrónimo SMS.	V	F
3. El primer SMS se envió el 3 de diciembre de 1929.	V	F
4. Los SMS permiten comunicar pequeñas secuencias de información por transmisión telefónica pero con costes más reducidos que las llamadas de voz.	V	F
5. Los precios de transmisión de los SMS son proporcionales siempre a su longitud.	V	F
6. Los contratos con las empresas que hacen negocio a través de SMS no siempre están claros para los usuarios.	V	F
7. En el mundo se mandaron doscientos millones de SMS en la navidad de 2007.	V	F
8. No hay noticias de ningún malentendido a través de un SMS.	V	F
9. Montar una empresa centrada en servicios SMS es muy complejo. Se necesitan instalaciones muy sofisticadas.	V	F
10. En los SMS se utilizan tantas vocales como consonantes.	V	F

2. Resume el contenido del texto recogiendo la información que en él aparece sobre la historia del SMS, la dimensión económica de este servicio y las formas en que los usuarios se relacionan con él.

3. Busca algunas personas que estén dispuestas a permitirte copiar y analizar los últimos sms que recibieron y/o enviaron. Podría servir de base para un pequeño estudio sobre esa forma de comunicación. Si obtienes un número suficiente de mensajes seleccionados de forma aleatoria (no se eligen los mensajes, se copian los diez o veinte últimos que se han enviado y/o recibido), estudiándolos podrías aportar datos como los siguientes e intentar interpretar su significado.

- a) Porcentaje de palabras que no se escriben de forma completa.
- b) Porcentaje de mensajes que no se entienden fuera de contexto
- c) Porcentaje de mensajes de menos de cinco palabras.
- d) Porcentaje de mensajes que son respuesta a otro mensaje o que requieren respuesta con otro mensaje.
- f) Porcentaje de mensajes que son de temas personales.
- f) Porcentaje de mensajes que son de temas sentimentales.
- g) Porcentaje de mensajes que son de temas profesionales.
- h) Porcentaje de mensajes entre personas de diferentes generaciones.
- i) Porcentaje de mensajes publicitarios.
- j) Porcentaje de mensajes innecesarios.

4. Podría ser interesante intercalar de forma aleatoria esos mensajes obviando las referencias personales que en ellos aparezcan para preparar un papel a modo de collage que sugiera una reflexión sobre este modo de comunicación.

5. Sobre cada frase de la siguiente quiniela señala tu postura de acuerdo, desacuerdo o duda. Selecciona dos o tres frases de la quiniela que te parezcan destacables (estés o no de acuerdo con lo que dicen) y redacta un comentario sobre ellas.

Quiniela sobre el uso de los SMS			
1. Utilizo más SMS que llamadas de voz.	1	X	2
2. En los SMS se utiliza del mismo modo el lenguaje que en los mensajes de correo electrónico.	1	X	2
3. Con los SMS las personas pueden tener problemas con la forma en que se habitúan a escribir	1	X	2
4. Podría prescindir con facilidad de utilizar los SMS.	1	X	2
5. Debería prohibirse la publicidad a través de SMS.	1	X	2
6. No dejaría a los niños utilizar SMS por debajo de determinada edad.	1	X	2
7. Los SMS crean con frecuencia malos entendidos.	1	X	2
8. La mayoría de los SMS son innecesarios.	1	X	2
9. Todas las generaciones utilizan por igual los SMS.	1	X	2
10. La gente usaría más los SMS si permitieran textos más largos.	1	X	2

1: De acuerdo; **X:** En duda; **2:** En desacuerdo



CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITARIOS
CENTRO DE ALTOS
ESTUDIOS UNIVERSITÁRIOS



Agencia Española
de Cooperación
Internacional
para el Desarrollo

Proyecto Iberoamericano de Divulgación Científica
Comunidad de Educadores Iberoamericanos para la Cultura Científica

Propuesta didáctica
Sugerencias para el profesorado

- De entre las actividades propuestas conviene elegir cuáles se adaptan mejor al grupo y a sus intereses. En todo caso, antes de proponer la realización de las actividades se recomienda una lectura atenta del texto.
- La actividad 1 facilita el análisis del contenido del texto. Su revisión permitirá aclararlo y resolver posibles dudas. La actividad 2 sugiere hacer un resumen del texto centrado especialmente en determinados aspectos del mismo. En la actividad 3 se sugiere hacer una pequeña investigación empírica sobre el uso de los SMS a partir de una serie de ellos que se soliciten a varias personas. Con esos mensajes podría prepararse una curiosa exposición tal como se sugiere en la actividad 4. La actividad 5 plantea cuestiones valorativas que pueden generar cierta controversia en relación con este tema.
- Aunque las actividades propuestas están redactadas para ser realizadas individualmente, varias de ellas son especialmente propicias para ser desarrolladas en equipo y suscitar un debate abierto con toda la clase. Es especialmente interesante, en este sentido, compartir los trabajos sobre las actividades 3 y 4.
- Podría ser oportuno registrar algunos de los resultados que aparecen en el aula en torno a las actividades 3 y 5. Tales actividades pueden ser útiles para entender las percepciones que los jóvenes tienen sobre el uso de los SMS.