

## Repensando la educación de la Generación Net como aprendices

El video llamado "A vision of the students today" (Una visión de los estudiantes de hoy) fue uno de los mejores hits en YouTube en 2008. Se muestra un salón de clases vacío que sugiere que nada ha cambiado mucho desde principios del siglo XIX, cuando se introdujo el pizarrón como una nueva y brillante manera de ayudar a los estudiantes a visualizar información. Los 200 estudiantes que colaboraron en este estudio, vía red, enviaron sus puntos de vista. Algunos de ellos fueron:

- "Mi clase es de 115" (alumnos)
- "Sólo el 18% de mis profesores sabe mi nombre"
- "Completo el 49% de los escritos que me son asignados"
- "Compro \$US100 de libros de texto que nunca abro"
- "Voy a leer 8 libros este año, 2,300 páginas Web, y 1281 perfiles de Facebook"
- "Voy a escribir 42 páginas para la clase de este semestre y mas de 500 páginas de e-mails"
- "Cuando me gradúe, probablemente voy a tener un trabajo que no existe hoy"

Los Net Gens han crecido digitales y están viviendo en el siglo XXI, pero el sistema educativo está atrasado al menos 100 años. El modelo de educación que aún prevalece fue diseñado para la edad industrial. En lugar de lecturas, los profesores deberían interactuar con los estudiantes y ayudarlos a descubrir por sí mismos.

Los Net Gens no están contentos con sentarse quietos y escuchar la lectura del profesor. Ellos quieren que su educación sea relevante para el mundo real, el que ellos aman. Los profesores ya no son la fuente del conocimiento. Internet lo es.

La habilidad de aprender cosas nuevas es más importante que nunca en un mundo donde tienes que procesar información nueva a la velocidad de la luz. Los estudiantes necesitan ser capaces de pensar creativamente, críticamente y colaborativamente.

### ¿Qué hacer?: enfocarse en el alumno, no en el profesor

¿Por qué las escuelas no hacen lo que las compañías líderes orientadas al cliente hacen ahora? **Enfocarse en el cliente, en este caso, el estudiante.** Esto significa cambiar las relaciones entre estudiante y profesor en el proceso de aprendizaje. Para enfocarse en el estudiante, los educadores deben abandonar el viejo sistema, en el cual el profesor entrega la lectura, la misma lectura a todos.

El viejo sistema es lo que yo llamo una medida para todos. Transmisión de aprendizaje de un sólo camino. Fue diseñada para la edad industrial. Eric Mazur, profesor de Harvard, lo explica de la siguiente manera: "La educación es mucho más que mera transferencia de información. La información tiene que ser asimilada. Los estudiantes tienen que conectar la información con lo que ellos saben, desarrollar nuevos modelos, aprender cómo aplicar los nuevos conocimientos y cómo adaptar su conocimiento a situaciones nuevas o no familiares".

## SIETE TIPS PARA LOS EDUCADORES

1. No lance la tecnología dentro del salón de clases y espere por cosas buenas. Enfóquese en el cambio de la pedagogía.

2. Recorte las lecturas. Usted no tiene todas las respuestas. Además, aprendizaje como radiodifusión no funciona para esta generación.
3. Otorgue poderes a los estudiantes para colaborar. Estimúelos para trabajar con los demás y muéstreles cómo acceder a los expertos disponibles en la red.
4. Enfóquese en el aprendizaje para toda la vida, no enseñe para la prueba. No se preocupe si los chicos olvidan las fechas de las batallas en la historia. Ellos pueden encontrarlas. Enfóquese en enseñarle cómo aprender, no qué saber.
5. Use tecnología para alcanzar el saber de cada estudiante y construya un programa de aprendizaje para ellos.
6. Diseñe programas educativos de acuerdo a las ocho normas. Debe haber elección, personalización, transparencia, integridad, colaboración, diversión, velocidad, e innovación en sus experiencias de aprendizaje.
7. Reinviéntese usted mismo como profesor, o educador.

### **Repensando el talento y la administración: la Net Gen y la fuerza de trabajo**

Pienso que estamos viendo los primeros signos de una colisión mayor de los Net Gens y los tradicionales Boomers. Los Net Gens arriban al trabajo ávidos de usar sus herramientas de redes sociales y crear y contribuir para la compañía.

Como iniciadores, están en shock al encontrar que **las herramientas tecnológicas de la compañía, son más primitivas que las que usaban en el colegio o universidad**. Muy pronto, el talento busca irse.

Hace veinte años, los empleadores tenían la fuerza de elegir, pero en los próximos diez años, cuando los baby boomers se retiren no habrá suficiente gente para llenar los sitios que estén vacantes. Este es el turno de los empleados, especialmente los mejores y más brillantes. Dice Deloitte's, **“ahora competimos en dos mercados, uno por los clientes y otro, por el talento”**.

Adelman, presidente de la Asociación para La Democracia en los Lugares de Trabajo, dice **“la gente va a trabajar y se les dice qué van a hacer y cómo la van a hacer y no se les concede absolutamente nada en la toma de decisiones”**. Este modelo obviamente no puede trabajar en una economía manejada por la innovación, el conocimiento, inmediatez, y trabajo vía Internet.

El trabajo ha venido a ser más complejo cognoscitivamente, más basado en equipos, más dependiente de las habilidades sociales, más sujeto a las presiones del tiempo. Asimismo, el trabajo viene a ser más móvil, depende menos de la geografía y más de la competencia tecnológica.

**La habilidad de integrar los talentos de individuos y organizaciones dispersas se convierte en la competencia definitiva para las firmas y administradores**. Los jóvenes empleados de Best Buy (de 16 a 24), de manera espontánea, crearon un sistema de IT en dos semanas sin necesidad de contratar a una empresa externa. Además generaron una red para los 150,000 empleados que le permitió obtener las tendencias más actuales en ideas competitivas.

Jonahan Wolf, un Net Gens, “me gustaría trabajar sólo para una o dos compañías en mi vida. Si hubiera una que ofreciera esa clase de permanencia. Una primera cosa, me gusta como Google requiere que tú dediques una porción de tu trabajo de la semana a un proyecto propio. Eso es

una manera de estimular la innovación en el lugar de trabajo. Algo por lo que yo me haya sentido apasionado”.

“Además de eso, la habilidad de trabajar a distancia. Nadie quiere estar en un cubículo por el día entero. Es física y emocionalmente sofocante. Horas flexibles sería agradable, pero si trabajo desde mi casa sería un poco discutible. Opción de acciones sería bueno. Oportunidad de viajar. Entrenamiento que me permita avanzar en mi área. Acceso ubicuo a la información. **Pero el número uno de las cosas que mi trabajo debe de tener es QUE SEA DESAFIANTE.** Necesito ser valorado en mi área de trabajo”.

## **Normas de la Generación Net y la transformación del trabajo**

- **Libertad:** la flexibilidad en horas de trabajo y beneficios, es la manera más crucial de atraer y mantener a la Generación Net. Esperan tener la libertad de mezclar el trabajo con sus vidas personales, justo como lo hicieron en la escuela. Dos de tres prefieren trabajar para una o dos empresas en lugar de una variedad de empresas. Pero no son leales al empleador, ellos son leales a la trayectoria de su carrera.

- **Personalizar:** los Net Gens crecieron personalizando sus iPods, sus ringtones y quieren empleadores que los manejen como individuos, no como parte de un grupo.

- **Escrutinio:** 60% de los Net Gens chequean una compañía antes de aceptar un empleo. Quieren trabajar con compañías que son transparentes. Las compañías que comparten más información, como la financiera, planes de negocio, ideas de nuevos productos, y la administración de la compensación de sus empleados, les suceden buenas cosas.

- **Integridad:** los Net Gens definen integridad como ser honestos, considerados y transparentes. Ellos esperan empleadores que sean de esta manera, y que vivan sus compromisos.

- **Colaboración:** ellos quieren hacer un trabajo desafiante. Pero no necesariamente quieren responsabilidad organizacional. Su sueño de trabajo es algo como esto: **Un trabajo con un problema o dilema que nadie sabe cómo resolverlo y muchas y grandiosas personas con quienes trabajar.** Colaboración es alcanzar algo *con* otras personas. Es como los Net Gens hacen las cosas (Get Things Done).

- **El trabajo debe ser divertido:** dos de tres Net Gens sienten que “trabajar y divertirse puede y debe ser la misma cosa”. Esto no significa que ellos quieren jugar un juego digital todo el día. **Más bien que el trabajo en sí mismo sea disfrutable.**

- **Velocidad:** necesitan velocidad. **Ellos están acostumbrados a respuestas al instante, de modo que si el colega A no está disponible, va a preguntar al colega B en lugar de esperar.** Van a estar frustrados con un proceso que sea lento y con muchos pasos. También les gusta la retroalimentación continua de la administración con el fin de medir su progreso.

- **Innovación:** *déjame inventar.* **A tres de cada cuatro Net Gens les gustaría encontrar nuevas maneras de llevar a cabo su trabajo.** Quigley de Deloitte (Compañía consultora de contabilidad y administración número uno en USA) dice, “yo pienso que ellos son increíblemente capaces, gente talentosa que quiere ser desafiada y viene a la fuerza de trabajo altamente preparada con aquello que los de cabello gris no traen consigo”

- **Los Net Gens no pueden dar resultados por sí mismos.** Necesitan empleados mayores que trabajen con ellos, quienes conozcan el negocio y que absorban de los Net Gens las formas de colaboración, tales como las Wikis (redes internas) que ayudan a muchos usuarios a crear y editar documentos.

## REPENSANDO LA ADMINISTRACIÓN DEL TALENTO PARA UNA NUEVA GENERACIÓN

Las compañías tienen que cambiar de manera profunda la manera de adaptarse a la forma de trabajo de la Generación Net. **El modelo de desarrollo de empleo – reclutar, entrenar, supervisar y retener- está fuera de tiempo.**

**El reclutamiento en línea es el medio más inteligente de atraer a nuevos empleados.** Los estudios muestran que hoy los sitios en línea sostienen 110 millones de trabajos y 20 millones de currículos especiales, incluyendo 10 millones de perfiles en [monster.com](http://monster.com). Nadie sugiere que las redes sociales como [Facebook](http://facebook.com) y [LinkedIn](http://linkedin.com) van a reemplazar a su departamento de recursos humanos, pero las firmas que no los utilicen como herramienta de reclutamiento, se van a encontrar en serias desventajas. LinkedIn le ayuda a incluir información detallada, tales como blogs, listas de clientes, y compromisos.

No se sorprenda de ver una nueva clase de currículum. En lugar de decir sus antecedentes podría decir: **Lo Que yo sé, Dónde lo he Hecho, Cómo Obtuve este Conocimiento, A Quién Conozco y Qué saben ellos, A Quién Quiero Conocer, Qué Quiero Aprender, Qué Quiero Crear, Qué Herramientas me Ayudarían a ser Más Productivo.**

La molécula es una buena analogía para la función óptima de los trabajadores de la Generación Net en la economía digital de hoy. Individuos que trabajando en red han reemplazado a las viejas jerarquías corporativas, como estructura óptima de organización y como vehículo de creación de riqueza. Esto significa que cada empleado es tratado como un individuo contribuidor. **El trabajo del administrador es crear el contexto en donde ellos puedan ser exitosos, en vez de supervisarlos.**

John Seely Brown dice, “**Lo que tú encuentras al liderar una organización hoy, es que cada uno de nosotros es de alguna manera, una autoridad en algo que dominas y estudiante en otros dominios.** Debemos estar preparados para aprender mayores cosas de nuestros subordinados y viceversa”.

Las ocho normas de la Generación Net proporcionan un manifiesto para el cambio que va a revolucionar los lugares de trabajo del mañana. Estas normas también van a proporcionar ventajas competitivas a las compañías que las abracen. **Manejar talentos hoy, es crear nuevas oportunidades, mejorar la competitividad, reducir los costos e incrementar las utilidades y el éxito.** Esta ola de jóvenes trabajadores va, no solamente a trabajar para las corporaciones globales, sino que también va a formar cada vez más y dirigir las más exitosas corporaciones.

## TALENTO 2.0: SIETE GUÍAS PARA LOS ADMINISTRADORES

1. **Diseñe sistemas de trabajo de acuerdo a las ocho normas.** Mire la cultura de la Generación Net, el comportamiento de la nueva cultura de trabajo y la nueva empresa.
2. **Repiense la autoridad.** Sea un buen líder, pero entienda que en algunas áreas usted va a ser el estudiante y el Net Gen va a ser el profesor.

3. **Repiense el reclutamiento; entable relaciones.** No gaste dinero en la publicidad para el talento. Use las redes basadas en la confianza de **influir en la gente joven acerca de su compañía.**
4. **Repiense el entrenamiento;** comprométalo en un aprendizaje para toda la vida. En lugar de descansar en un entrenamiento tradicional que está separado del trabajo, **fortalezca el componente de aprendizaje para todos los trabajos.** Para alcanzar esto, comprometa a los empleados a usar el blog.
5. **No prohíba el Facebook u otras redes sociales.** Nuevas herramientas como las wikis, blogs, redes sociales, tele presencia, currículo digitales, filtros colaborativos y RSS, pueden ser el corazón del nuevo alto desempeño de los lugares de trabajo.
6. **Repiense la retención; evolucione hacia relaciones duraderas.** Crea redes de alumnos. Trae el talento que tu estás reclutando al interior de tu página web.
7. **Destra la fuerza de capital Net Gen en tu organización. Escucha a la gente joven.** Póngalos al lado de usted cuando esté diseñando espacios de trabajo, procesos, administración de sistemas y modelos de trabajo colaborativo.

## LA GENERACIÓN NET COMO CONSUMIDORES

**Muchas escuelas de negocios todavía enseñan las cuatro P: producto, precio, plaza, y promoción.** “Usted establece los precios, selecciona el lugar, promociona agresivamente. Usted controla el mensaje. Nosotros los consumidores, sólo tenemos que escuchar y comprar”. Los Net Gens están cambiando este juego. **Ellos no aceptan este acercamiento de un sólo sentido, no cuando ellos han estado inmersos desde su niñez en una comunicación de dos sentidos.** Ellos hacen uso de las ocho normas para tomar decisiones de compra.

Hoy, las redes sociales manejadas mayormente por jóvenes, son la arena donde la gente joven habla uno a otro, conoce nuevos amigos, y se mantiene en contacto con conocidos. No me refiero únicamente a redes como Facebook y MySpace, sino también a una miríada de lugares en la red donde la gente puede conocer y compartir información. Ellos constantemente intercambian opiniones de música, películas, ropa y una docena de tópicos en estas redes. **Cuando piensan en qué comprar, van a las redes sociales para ver qué están comprando sus amigos.** Los jóvenes están influyendo en sus amigos como nunca antes.

Una red social puede ser un grupo de 100 (las estadísticas en USA dicen que son 150) conocidos más las mucho mayores redes sociales extendidas que pueden incluir cientos e incluso miles de amigos que se comunican por redes sociales, blogs y mensajes instantáneos. Todos ellos son influenciadores.

Gracias a la Web 2.0, las compañías en cada industria pueden convertir a sus consumidores en productores, es decir, “prosumidores”. El **prosumo es lo que sucede cuando los productores y consumidores, participan activamente en la creación de productos y servicios de una forma progresiva.** La empresa de investigación sugiere que el prosumo está profundamente arraigado en la cultura de la juventud y que la gente joven está buscando la oportunidad de cocrear con compañías.

Cincuenta y cuatro por ciento de los Net Gens indican que con frecuencia modifican “**cosas que yo poseo de tal forma que se adapten a lo que soy**”. También 60% de los Net Gens coinciden en que ellos “**toman ventaja de compañías que me dan la oportunidad de ayudarlos en hacer mejor sus productos y servicios**”.

Los Net Gens están repensando los dogmas del marketing. **Marketing 2.0, como yo lo llamo, puede ser caracterizado por estas palabras: Cualquier lugar, Marca, Comunicación, Descubrimiento, y Experiencia.**

- **Experiencia.** Más y más productos están siendo commodities (comprar y vender casi exclusivamente en base al precio). Algunas compañías están trabajando en mejorar la experiencia de compra del cliente. **Los Net Gens restan buscando productos y servicios que incorporen diversión.** Recuerde, **“diversión es por lo que usted está pagando”**. Esto requiere repensar todo en la experiencia del cliente en la cadena de valor.

- **El precio es negociable.** En estos días, los comercializadores deben cuestionarse el concepto de “precio”. Cuando usted piensa acerca de ello, precio es una cruda medida de valor. **Refleja en un simple número todos los atributos que el cliente puede valorar en un producto – tiempo, esfuerzo, artesanía, innovación, moda, estatus, rareza, valor en el largo plazo, etc.,** mientras más información intercambian vendedor y comprador, más fluido es el precio.

- **De un lugar a cualquier lugar. Cada compañía compite en dos mundos: En el mundo del mercado físico (Marketplace) y en el mundo digital de la información (marketspace).** Dentro de una década, la mayoría de los productos van a ser vendidos en el marketspace. Sin embargo, cuando usted ve cómo son los Net Gens, en constante movimiento, puede ver una nueva frontera de comercio emergente –el *marketface*– la interface entre el *marketplace* y el *marketspace*. “Si usted está vendiendo moda a los jóvenes de América y no tiene una presencia en los motores de búsqueda y con una fantástica experiencia de acceso, y está descansando en los medios tradicionales, sus esfuerzos son un desperdicio”.

- **Adiós a la publicidad tradicional.** Los anuncios tradicionales, la promoción, la publicidad, las relaciones públicas, y la mayoría de los otros aspectos en las comunicaciones corporativas, tal como nosotros las conocemos hasta ahora, están llegando a ser conceptos arcaicos. Estos conceptos explotaron medios en forma unidireccional, uno-a-muchos, y una-talla-se adapta-a todos para comunicar mensajes a clientes sin rostro, sin fuerza. Esta generación tiene con frecuencia mucha información acerca de los productos.

Construir una marca viene a ser más complejo que construir una simple promesa, un mundo, o imagen. **La marca tiene una arquitectura de órdenes relacionadas a la integridad, la honestidad, la confiabilidad, la consideración, y la transparencia, que son el fundamento de construcción de una marca.**

### **Siete Guías para los Profesionales del Marketing**

1. **No se enfoque en sus clientes—Comprométalos.** Conviértalos en prosumidores de sus productos y servicios. La gente joven quiere co-innovar con usted. Permítales a ellos personalizar su valor. Abra sus productos y servicios.
2. **No cree productos y servicios – cree experiencias del consumidor.** Adicione valor a sus ofertas para hacerlas más ricas experiencias y use la Web para ayudarles a comunicar su nuevo valor.
3. **Reduzca radicalmente la publicidad en medios de radiodifusión.** La mayoría de la publicidad en la TV, radio y publicidad impresa son un desperdicio de tiempo, energía, dinero, y electrones. Cambie sus gastos de comunicación en marketing a medios digitales.
4. **Desarrolle una estrategia para conectarse a las redes de N-Fluence.** (Influencia Net). La publicidad de boca a boca que se da en las redes sociales de amigos y conocidos.

5. **Repiense su Marca.** La marca ya no va ser solo una promesa, imagen o credencial. Para muchas compañías debe llegar a ser una conexión.
6. **Hornee el concepto de integridad en el DNA corporativo y campañas de marketing.** Honestidad, consideración, responsabilidad y transparencia son los fundamentos de la confianza de esta generación. Sea auténtico en todo lo que usted hace.
7. **Mueva a la Generación Net al centro de sus campañas de marketing.** Ellos son importantes más allá de su inmenso músculo demográfico. **Influyen a todas las generaciones como nunca antes.** Las cuatro P: producto, plaza, precio, promoción, son un inadecuado marco de referencia para manejarse con el consumidor del futuro. Reemplácelos por el ABCDE del marketing: Cualquier lugar, marca, comunicación, descubrimiento, y experiencia.

## LA GENERACION NET Y LA FAMILIA

**Los jóvenes boomers encontraron la libertad fuera de Casa; Los Net Gens en el interior.** Todavía los Boomers están sorprendidos de escuchar que los Net Gens regresan a casa después de terminar sus estudios. Es un signo de que los Net Gens están sobreprotegidos y no dispuestos a dar un paso al frente sin el apoyo de sus padres.

El típico boomer nunca habría pensado en regresar a casa después de sus estudios, pero eso es porque ellos crecieron en casas que funcionaban bajo una operación jerárquica. Ellos se fueron de casa para ser libres. Por su parte, los Net Gens crecieron en casas que fueron democráticas y ellos tenían voz en la vida familiar. Una vez que pudieron tener acceso a la red desde sus artefactos móviles, fueron libres online, en cualquier parte.

Hubo un lugar donde los niños pudieron ser libres para jugar dentro de casa, en la computadora. Ahí fueron los reyes, los expertos. No tuvieron que tomar lecciones de nadie. En mi casa yo fui un estudiante de computadora en muchas cuestiones. Se dio la misma historia en muchas familias, donde los niños fueron los expertos conocedores de todos los gadgets que inundaron el mercado de MP3, laptops, teléfonos móviles, el control remoto, y todas las herramientas de la Web 2.0.

Yo creo que la pericia de la Generación Net ha ayudado para cambiar la fuerza de la dinámica dentro de las familias. Cuando los Net Gens empezaron a responder a sus padres, basados en lo que ellos habían aprendido en la Red, entonces supimos que la jerarquía se estaba sacudiendo. Y cuando se cambiaron las cosas y ellos eran los expertos en la nueva tecnología, la jerarquía había llegado a su destino.

Las nuevas teorías de la crianza de los niños, publicadas en seminarios y libros de paternidad, ponen al niño en el centro de la familia. Los Net Gens también han crecido en familias más complicadas que las formadas por heterosexuales papá y mamá. Ahora es más común las familias de un sólo padre o madre que se hace cargo de la familia.

Los niños pueden ser expertos en el Internet, pero eso no significa que sean expertos en otras cosas. En familias democráticas, los padres modernos, como mi esposa y yo, mientras fueron creciendo nuestros hijos, y aún ahora, tenemos la responsabilidad de marcar la raya de lo correcto y lo equivocado, entre lo seguro y lo inseguro.

En una encuesta, cerca del 80% de los Net Gens entre 18 y 25 años reportaron haber hablado con sus padres el día anterior. Los jóvenes en universidad dijeron que están en contacto con

sus padres una vez al día vía telefónica, e-mail, mensaje de texto, u otro medio. Ellos están más dispuestos a discutir asuntos serios con sus padres en lugar de sus amigos. Un estudio de 2007 muestra que el 38% de los graduados de 2006 esperan vivir en su casa “por algún tiempo”.

Esta conexión entre padres e hijos es una característica significativa de esta Generación Net. Una de estas manifestaciones es la que los medios llaman “padres helicópteros”- los padres que rondan sobre sus hijos e intervienen con los profesores y empleadores aun cuando los Net Gens han crecido.

Por otro lado, muchos padres están aterrados de que sus hijos puedan ser blanco de bullying en la red. El autor menciona 11 casos registrados de casos de niñas y niños que han llegado al suicidio a causa de este tipo de bullying. El cyberbullying es tan poderoso porque llega a los espacios privados de la mente de los niños. Brinkman, un especialista en el tema, dice que “hay un casi ilimitado acceso a tu psique y yo interno”. Como ello sucede en la propia casa, puede alcanzar a los niños y niñas en el lugar donde una vez se sintieron más seguras. La escritora Bárbara Coloroso, escribe “se requiere que examinemos por qué y cómo un niño llega a ser un bully o blanco de un bully (a veces ambos) así como la función que los espectadores juegan en la perpetuación del ciclo”.

### **El gran miedo: el depredador sexual en línea**

Hay miles de personas en el mundo que crean y comercian ofensivas fotografías de niños siendo abusados. Ahora los jóvenes están haciendo sus propio porno: hombres mayores disfrazan su verdadera identidad y edad en redes sociales, tales como MySpace. El 10% de los niños que el Centro Nacional de Niños Extraviados y Explotados han sido identificados en imágenes de pornografía de niños (teens) mayores que toman fotografías comprometedoras de ellos mismos.

Lo que esto significa es que no hay un remedio legal o tecnológico rápido que proteja a los niños de los depredadores del Internet. El mayor reto para los padres es: ¿Cómo deben ellos manejarse con las aventuras de sus niños en el Internet, si los chicos empiezan a virar hacia territorios peligrosos? Los padres no pueden acompañar a los hijos cada vez que salen de casa, ni monitorear cada llamada telefónica, revisar cada panfleto o libro, escudriñar cada canal de televisión o computadora en la casa. Todavía en 2002 la mitad de los padres no habían hablado con sus hijos acerca de hábitos seguros cuando están en línea.

Las discusiones a la hora de la cena son un increíble y valioso medio para colaborar con soluciones de problemas y planeación del futuro. Y generalmente, las interacciones familiares positivas tienen un significativo impacto en el bienestar de los niños.

Cuando ellos viajen, va a ser más fácil estar en contacto con la familia. “Después de un largo día de trayecto, no hay nada como encender mi computadora y entrar en iChat con mis hijos y esposa”.

### **SIETE GUÍAS DE CRIANZA DE LOS JÓVENES QUE HAN CRECIDO DIGITALES**

1. **Mantenga una visión de familia:** cree una familia abierta basada en una comunicación multidireccional, confianza mutua, y respeto por una fluida noción de autoridad.
2. **Interactúe:** manténgase involucrado más allá de la vida diaria de su familia; priorice invertir en la valiosa compañía de uno con el otro.



3. **Adapte su paternidad:** distinga las oportunidades disponibles para tratar las necesidades individuales de los niños.
4. **Diseñe conscientemente su familia para balancear el trabajo y la vida familiar:** reconozca las negociaciones que usted espera hacer y atiéndalas una por una.
5. **Colabore en la paternidad:** valore la diversidad y construya una comunidad en la crianza de sus hijos, sus vidas van a ser más ricas por ello.
6. **Déjelos que sean niños:** capte las señales de los niños, y adopte la motivación de aprender de lo que disfrutan en descubrir.
7. **Juegue:** tírese al piso con sus niños y ría con ellos.