

## Los nuevos Ulises, navegantes digitales

**JOSÉ JOAQUÍN GÓMEZ PALACIOS**

Director de Salesianos San Juan Bosco (Valencia).

Miembro del Consejo de Redacción de Misión Joven.

### Síntesis del artículo

El autor compara la navegación en internet con los itinerarios de Ulises en La Odisea de Homero. Describe las islas del mar digital y los aparejos de navegación. Es bueno que niños y adolescentes tengan una visión conjunta y global de los medios. Invita a los educadores a conocer las estructuras de las nuevas tecnologías de la comunicación para hacer de ellas oportunidad educativa y de crecimiento y para poner los medios al servicio de las personas.

**#PALABRAS CLAVE:** Ulises, odisea, navegar, internet, nuevas tecnologías, jóvenes, adolescentes, educación.

### Abstract

The author compares internet browsing with Ulysses' itineraries in Homer's Odyssey. Describes the digital sea islands and navigational gear. It is good that children and adolescents have a joint and global vision of the media. He invites educators to learn about the structures of new communication technologies in order to make them an educational and growth opportunity and to put the media at the service of people..

**#KEYWORDS:** Ulysses, odyssey, browsing, internet, new technologies, youth, adolescents, education.

El diccionario de la Real Academia define la expresión “navegar” como la acción de “desplazarse por el agua en un buque o en otra embarcación”. En su sexta acepción le confiere un nuevo sentido, nacido de los medios de comunicación: acción de “desplazarse a través de una red o sistema informático”.

El internauta digital navega a través de la red. Lo que hasta hace unos pocos años eran simples senderos, se han convertido en modernas autopistas de comunicación que ofrecen: ofertas múltiples, comunicación instantánea, mayor

velocidad, comodidad y placer, propuestas que fascinan... La red informática, a través de la cual navegamos, puede ser comparada con un mar por el que se aventura el navegante digital.

### 1 Ulises, metáfora del itinerario existencial

Konstantin Kavafis, poeta griego (1863-1933), equiparó la travesía de Ulises, narrada magistralmente por Homero, con el itinerario existencial que recorre cada ser humano. Lo

pudo hacer así porque la Odisea es una obra que, trascendiendo tiempo y espacio, se ha convertido en una narración universal susceptible de ser transferida a distintas épocas y situaciones.

El héroe griego, tras vencer en la guerra de Troya, se dispone a regresar a Ítaca, la pequeña isla de donde partió. Arribar nuevamente a Ítaca es el motivo que da sentido a un recorrido que le llevará de isla en isla. En cada lugar donde atraca la embarcación de Ulises aparecen dificultades sin término que deberá superar. Algunas de estas islas son las siguientes:

- *La isla de los que comen “la flor del olvido”*. Ulises procura que sus hombres no prueben este alimento. Comerlo les hubiera abocado a desentenderse del motivo que orientaba su navegar.
- *La isla de los Cyclopes*. En ella hallarán al gigante Polifemo, referente de las dificultades que superarán gracias al fecundo ingenio, creatividad y astucia de Ulises.
- *La isla de Eolo*, ser mitológico que gobierna los vientos. Esta divinidad les regalará un odre conteniendo todos los vientos adversos. Los compañeros de Ulises, vencidos por la curiosidad, abrirán el recipiente en el que se hallan los vendavales desfavorables. Se desencadenará una terrible tempestad que les alejará de la tierra hacia donde se dirigen.
- *La isla de las sirenas*, seres femeninos con cuerpo de ave y canto irresistiblemente sugerente... Ulises taponó con cera los oídos de sus marineros y logra que no sucumban a esa tentación letal. Él escuchará el cautivador canto atado al mástil del barco.
- *La isla de Ogigia* es el lugar apacible donde le aguarda la seducción de la ninfa Calipso, que desea retenerle para siempre junto a ella. Le ofrecerá la inmortalidad y la juventud eterna; pero Ulises, fiel a Penélope, seguirá rumbo hacia Ítaca.

La isla de Ítaca es el horizonte existencial que otorga sentido unitario a las etapas recorridas por el héroe griego. Sin este humilde lugar geográfico de destino, su historia carece de significado.

Son significativos los momentos en los que Ulises narra su historia. En el capítulo VII, ante el rey de los feacios, Ulises comenzará a hacer memoria, expresada verbalmente, de las experiencias vividas en su peregrinar de isla en isla. Tomar conciencia de los lugares por donde ha navegado, y tomar conciencia de las dificultades sufridas y los logros conseguidos, le darán el impulso necesario para no sucumbir al ciego destino, sino para erigirse en vencedor de la fatalidad.

El filósofo Alasdair MacIntyre otorga gran importancia a la narración de la propia historia. Para este pensador del siglo XX, narrar nuestra vida es esencial para comprendernos y reconocernos como personas. Narramos lo que somos, los valores que tenemos y el sentido de lo que hacemos.

Para el navegante Ulises todo cobra significado cuando su nave atraca en Ítaca, aunque en un primer momento tan sólo le reconozca Argos... su antiguo perro. Progresivamente le descubrirá: su hijo Telémaco, la nodriza Euriclea y, tras momentos de duda, su fiel esposa Penélope.

## 2 Ulises, metáfora del navegante digital

El navegante digital puede ser comparado también con Ulises. Se adentra en la inmensidad de un océano constituido por múltiples elementos. Deberá navegar a través de ellos, pilotar su nave, esquivar escollos, aprovechar cada oportunidad, ignorar los cantos de sirena, derrotar a las fuerzas negativas, aprender una sabiduría de la vida que le lleve a narrar aquello que ha experimentado sin fragmentaciones que le priven del hilo conductor que aglutina todo lo vivido.

Por este motivo, junto a algunos procedimientos concretos, se debe tener en cuenta una consideración previa: el educador procura que niños y adolescentes tengan una visión conjunta y global de los medios. No es tarea fácil. Los componentes que conforman el mar por el que navegan los *ulises digitales* son múltiples y variados. Pero esta visión unitaria es imprescindible para que niños, adolescentes (y también adultos) sepan posicionarse ante los medios.

Se debe evitar la postura conformista de quien se abandona y queda a merced de los vientos digitales, incapaz de hacerles frente, ahorrado a un deambular de isla en isla sin atinar a comprender el sentido del viaje.

La educación para el uso de las nuevas tecnologías digitales debe sustentarse en un enfoque humanista: corresponde a la persona erigirse ante los medios que, aun siendo herramientas de profunda e intensa incidencia, no dejan de ser... *medios*.

Alguno de los elementos que, cual aparejos del navío, acompañarán a los *ulises digitales*:

- El cine y la televisión, tanto en su versión clásica y como on-line.
- Los spots publicitarios, que intentan asaltar el inconsciente del espectador proponiéndole placeres fáciles al alcance de la mano. Propuestas de consumo rozando la frontera de lo subliminal.
- Los videoclips: breves cortometrajes que ilustran canciones y ostentan con orgullo miles de millones de visualizaciones.
- La telefonía móvil que facilita comunicaciones desde cualquier lugar y a cualquier hora.
- El smartphone, que aun perteneciendo a la familia del teléfono móvil, dispone de un hardware y un sistema operativo capaz de realizar tareas y funciones similares a las operadas por los ordenadores.

- Los videojuegos, esos espacios lúdicos que ofrecen entretenimiento desde sus múltiples modalidades. Actualmente se están adentrando por una realidad virtual que compite con los escenarios reales.
- Internet, instrumento digital que propone una nueva forma de aprehender la realidad, pensarla y comprenderla. Instrumento capaz de vehicular multitud de funciones: desde encontrar información y consultar los más variados temas, hasta entablar nuevas relaciones personales, pasando por la descarga de contenidos audiovisuales, el acceso a espacios de ocio y entretenimiento, la música, los video juegos, las compras...

Los navegantes digitales, al igual que ocurriera antaño, no pueden decidir la fuerza y la dirección de los vientos que soplan sobre las velas de su nave. Tal poder está fuera de su alcance y capacidad. Sin embargo, deben realizar una tarea ineludible si desean recorrer la travesía con éxito: conocer la naturaleza, fuerza y dirección del viento para saber manejarlo y utilizarlo en su provecho.

El mar digital se extiende colosal, unas veces encalmado y otras proceloso, como aquel por el que navegara Ulises. Una decisión sabia: conocer los entresijos y estructuras de las nuevas tecnologías de la comunicación para hacer de ellas oportunidad educativa y de crecimiento.

### 3 Las islas del mar de los medios

La navegación de Ulises es narrada por Homero en veinticuatro capítulos. A partir del capítulo séptimo se inicia la descripción de las dificultades que le sobrevienen en las islas a las que llega. De todos los obstáculos saldrá victorioso el protagonista del poema épico. Ulises vence porque personifica la audacia, la astucia y la paciencia. Domina el

lenguaje y la palabra. Es creativo y rápido en inventar historias. En otras palabras: domina el entorno en el que se halla.

### 3.1 La isla de los sentidos

La primera isla que se presenta ante el navegante digital es la *isla de los sentidos*. Los nuevos medios de comunicación social afectan directamente a la vista, al oído y al tacto. Les caracteriza su fuerza para estimular directamente a los sentidos.

- En la Galaxia de Gutenberg, es decir, en el lenguaje escrito, los elementos a descifrar (significantes) son abstractos. Para captar su significado hay que realizar una ardua tarea. Porque las letras impresas son pequeñas manchas a las que hay que unir ordenadamente para formar palabras. Posteriormente hay que construir las frases. El cerebro organiza estos elementos abstractos... y les otorga sentido. Se trata de un largo camino.
- El lenguaje alfabético (escrito) está sometido a unas reglas concretas. Los ojos deben seguir ordenadamente cada línea donde se hallan ubicados los símbolos a descifrar. Exige un notable desarrollo conceptual.
- A título de excepción, cabe citar el Beato de Liébana, códice elaborado durante el siglo VIII en el monasterio de Santo Toribio de Liébana, cuyo año jubilar se celebra actualmente. Este “Comentario al Apocalipsis” compagina texto escrito con más de 98 ilustraciones miniadas de gran belleza y colorido. Su autor intentó complementar el lenguaje alfabético con sugerentes imágenes.
- Una de las características de los actuales medios de comunicación es la utilización de signos concretos. Inciden en la mente sin necesi-

dad de largos procesos: tienen interés por sí mismos. Fascinan con un solo golpe de vista, envuelven con la música que penetra a través del oído. El movimiento de la cámara actúa en el espectador como estimulación del tacto.

- Por este motivo el lenguaje de las imágenes que circulan por las pantallas es fascinante y seductor; un encanto que se torna más atractivo a medida que aumenta la definición y nitidez de la iconografía presentada.
- La realidad 3D crea en el espectador la ilusión de superar las barreras del espacio y el tiempo, generando una sensación de omnipotencia. Muchos productos audiovisuales realizados en 3D presentan contenidos de escasa calidad, pero son rentables por el atractivo que ejerce su visualización.



Junto con las inmensas posibilidades que abre este tipo de lenguaje, con soporte y fundamento de los medios audiovisuales, surgen cuestiones a las que el navegante digital deberá hacer frente. Las características del medio audiovisual son como vientos de los que se deberá conocer su dirección e intensidad para aprovechar su impacto sobre el velamen de la nave. La constante estimulación de los sentidos, hace aflorar algunas cuestiones:

- ¿Qué ocurre cuando el nivel de estimulación de los sentidos se satura? ¿Tiene límite la gratificación primaria que produce un lenguaje conformado por imágenes, sensaciones, músicas, ritmos...?
- ¿Se genera apatía y falta de interés en el espectador cuando éste no recibe el nivel de estimulación sensorial al que está habituado?
- ¿Es cierto, como afirman algunos neurobiólogos como D. Goleman, que en muchos medios se da un “secuestro emocional” porque el exceso de emociones bloquea los procesos reflexivos y críticos?

### 3.2 La isla de la narración

La segunda isla que aparece en el horizonte del navegante digital es la isla de la narración. No es un territorio nuevo. Mitos y leyendas se hallan en el sustrato de todas las culturas. Las narraciones conservan los valores que sustentan a los pueblos y formulan utopías que anticipan simbólicamente el futuro.

En el siglo XX antes de Cristo apareció en Mesopotamia el Poema de Gilgamesh, anti-quísimo relato que describe el viaje del príncipe Gilgamesh en busca de la inmortalidad, apenado por la muerte prematura de su amigo Enkidu. No hay pueblo sin su correspondiente tradición narrativa.

- En la cultura de la imagen apenas si existen discursos. Cualquier reflexión es convertida en narración. Esta tendencia afecta incluso

a telediaros e informativos... Incluso la crónica meteorológica se sustenta en un despliegue narrativo reforzado por un soporte iconográfico. Una reflexión sobre esta tendencia se puede encontrar en el libro de Antonio Núñez López “*¿Será mejor que lo cuenten!*”. En él explica la técnica del *storytelling*. Afirma que el éxito personal depende de cómo se narre la propia realidad.

- Esta corriente narrativa invade hasta los anuncios publicitarios, de los que McLuhan ya afirmaba “que son los modernos cuentos de hadas”.

No obstante, quienes arriban con su nave a la isla de la narración, deben ser precavidos, estar en guardia y procurar descubrir quién habita en este territorio. Conviene partir de varias cuestiones que favorecen una visión crítica y selectiva de la realidad.

- ¿Es cierto que en cada narración subyace un discurso agazapado entre los pliegues de la historia contada? ¿Cómo hacer para descubrirlo?
- ¿Vale la pena intentar desentrañar la ideología implícita existente en cada narración que nos subyuga con su acción y emoción?
- Las pautas de comportamiento ¿se comunican de forma implícita en las narraciones, sin que apenas sean percibidas por el espectador? ¿Se interiorizan de forma inconsciente...?

### 3.3 La isla del movimiento que no cesa

La tercera isla que se dibuja en el horizonte del navegante digital es la isla del movimiento. En ella todo se mueve. Lo dinámico es la forma habitual de ser y estar en este nuevo territorio.

- El paso del texto escrito a la fotografía supuso transitar desde lo abstracto a lo concreto. Las primitivas fotografías, denominadas “daguerrotipos” (inventadas por Louis

Daguerre en 1839), permitían mostrar la realidad sin recurrir a la narración escrita.

- La invención del cinematógrafo (Hermanos Lumiere, 1895) supuso un nuevo avance: pasar de lo estático a lo dinámico. Al movimiento de los objetos captados en la filmación se suma el movimiento de la cámara, el cambio de planos, la concatenación de secuencias... En algunos videoclips muy visionados hay concatenaciones frenéticas de secuencias cuya duración media apenas si llega al segundo. A ello hay que añadir la banda sonora formada por voces, música y una extensa variedad de efectos.
- La incorporación de la realidad virtual, generada mediante tecnología informática, provoca en el usuario la sensación de estar inmerso en el entorno proyectado. Dicho entorno es contemplado a través de gafas especiales o cascos de realidad virtual.
- Los espectadores se han adaptado progresivamente a la lectura de iconografías. A principios del siglo XX una persona común precisaba unos 20 segundos para leer una imagen. Hacia 1960 este tiempo se había acortado a 8 segundos. Actualmente son suficientes 3 segundos.

Las nuevas generaciones están más preparadas para captar la realidad audiovisual. El espectador que ha vivido en un mundo audiovisual está acostumbrado a relacionar, comparar y a seguir una acción que se presenta de forma fragmentada.

- Esta nueva forma de captar la realidad, ¿puede desembocar en el cambio por el cambio? ¿Puede hacer decrecer el interés por las formas estáticas, por la serenidad interior...?
- ¿Todo lo que no se mueve es aburrido?

### 3.4 La isla de las emociones

En el largo viaje digital aparece una nueva isla. Es amplia y extensa y recibe el nombre de *la*

*isla de las emociones*. En ella florecen emociones primarias que, penetrando por los sentidos, se instalan fácilmente en lo profundo de la persona.

- Las emociones no son un componente exclusivo de los medios. La emoción acompaña al ser humano desde sus orígenes porque es un elemento psicológico constitutivo de la persona.
- Pero hay una diferencia entre la emoción recibida a través de la literatura escrita y la que irrumpe desde los medios audiovisuales. La primera debe pagar un “peaje” para introducirse en la persona. Leer, aunque sea un proceso automatizado, requiere esfuerzo: descifrar letras, formar palabras, construir frases, comprender..., enviar la información al cerebro y esperar a que él estimule la emoción. En la cultura digital, por el contrario, las emociones son primarias; acceden de golpe y a borbotones. Habitualmente son emociones primarias, previas a la reflexión e inevitables.
- Conscientes de la fuerza de la emoción, multitud de propuestas nos llegan envueltas en emociones. Baste recordar determinados spots publicitarios, visualizados cientos de millones de veces, cuya técnica de marketing consiste en asociar un determinado producto comercial con una historia que provoca la emoción e incluso la lágrima.
- Los medios pueden crear personas denominadas: “consumidoras de emociones”. Es decir, seres humanos que cuando no encuentran una elevada dosis de estimulación sensorial y emotiva, caen en el tedio y el aburrimiento.

La isla de las emociones es uno de los grandes pilares en los que se apoyan los productos mediáticos. Para adentrarnos con garantías en este territorio, conviene mantener un punto de vista crítico.



- El consumo compulsivo de emociones ¿puede llegar a atrofiar la razón y la reflexión?
- La neurociencia afirma que a medida que crece el impacto emocional, disminuye la capacidad crítica. ¿Cómo nos situamos ante determinados programas, películas, spots publicitarios, series... cuya oferta se fundamenta en ofrecer tan sólo emociones primarias?

### 3.5 La isla del sensacionalismo

Quienes navegan por los mares audiovisuales y digitales, suelen atracar frecuentemente en el puerto del sensacionalismo. Los modernos medios de comunicación utilizan este recurso para que su voz se escuche sobre otras voces de la competencia.

- Hay que partir de un hecho constatable: todo comunicador, desde tiempos inmemoriales, ha buscado captar la atención, sorprender al auditorio, despertar el interés y fascinar... Y lo hace así porque desea que su mensaje sea escuchado y llegue en las mejores condiciones.
- En la era de la comunicación se produce tal cantidad de mensajes, que la información suministrada por los medios sobrepasa la capacidad de escucha del espectador, que termina por no prestar atención.
- Lo sensacional ha adquirido gran peso en los medios. Todos ellos, de una u otra forma,

añaden dosis de sensacionalismo. Mediante esta técnica, intentan sacar a los destinatarios de la rutina; disfrazan los mensajes de novedad, tunean la realidad...

Para recorrer esta nueva isla con una cierta seguridad, es necesario poner atención al envoltorio bajo el que se presentan noticias, historias, informaciones... Discernir qué subyace en el fondo de los mensajes recibidos.

- La sensibilidad del espectador se acostumbra a los niveles de sensacionalismo suministrados, de tal manera que lo que parecía sorprendente deja de serlo con el tiempo.
- Quien emite mensajes, conocedor de esta dificultad, añade progresivamente nuevas dosis de sensacionalismo. ¿Llega un momento en el que ya nada causa sorpresa ni capta la atención del espectador habituado al sensacionalismo?
- El emisor elige hechos de apariencia extraordinaria, aunque sean irrelevantes. Lo importante es que lleguen a convertirse en “virales”. Los acontecimientos extraños o curiosos, aunque sean de escaso valor ético, priman sobre los cotidianos.
- Cuando no hay nada excepcional que comunicar, se disfrazo lo mediocre para que resulte atractivo.



## 4 Aparejos de la nave para la travesía

Una vez conocidos las islas donde puede atracar el barco del navegante digital, conviene prestar atención a los aparejos. Una nave bien equipada facilita el éxito de las singladuras que recorrerá cada jornada deslizándose sobre las olas.

Los nuevos Ulises deben revisar el conjunto de palos, mástiles, jarcias y velas del buque, así como las provisiones guardadas en la bodega y los instrumentos que facilitan la orientación.

El educador debe mirar con detenimiento y conocer las nuevas tecnologías: internet, televisión, redes sociales, videojuegos, smartphone... Cada una de ellas ofrece nuevas posibilidades, aunque también pueden entrañar riesgos.

### 4.1 La televisión

Es el medio de comunicación más extendido. La práctica totalidad de hogares y viviendas poseen un televisor. Las nuevas tecnologías han puesto en el mercado televisores de plasma y alta definición: mayores dimensiones, óptima definición, perfecta gestión del color, mejor sonido...

Sin embargo, el mundo televisivo no es estático: se halla en constante cambio. Algunos indicadores de las transformaciones que sufre el medio televisivo:

– *Lucha por la cuota de pantalla.* La pugna que mantienen las cadenas por conseguir mayor 'share' ha llevado a una notable disminución de programas infantiles y juveniles. Las grandes cadenas optan por emitir programaciones para un público adulto en un intento de conseguir mayor audiencia. La incorporación de la TDT ha traído algunos canales temáticos para niños y adolescentes.

- *Visualizaciones más individuales.* La televisión, desde hace años, ya no es el objeto en torno al que se reúne a la familia. No es extraño que en un hogar coexistan varios televisores. En sus pantallas se visualizan programas diversos para otros tantos miembros de la familia. Asistimos a una fragmentación familiar a la hora de sentarse ante el televisor.
- *La televisión se ha olvidado del televisor.* Aunque parezca un sin sentido, el aparato de televisión ya no es el medio primordial donde contemplar los programas emitidos por las cadenas televisivas. El ordenador conectado a internet, la tablet, la telefonía móvil... compiten con el clásico aparato de televisión por mostrar sus programas específicos.
- *Nuevos medios.* Actualmente existen las páginas web de las cadenas, donde se pueden visionar programas en directo o descargarlos en diferido (podcast). La plataforma Youtube, y algunas páginas que conectan con las cadenas, han conseguido que el televisor ceda protagonismo.
- *Nuevos formatos.* La programación se transforma. Los informativos se presentan con un mayor despliegue de medios... Las noticias se presentan bajo el envoltorio de historias narradas. Los reality shows se metamorfosean, buscando impactar en una sociedad donde todo puede ser exhibido sin recato... y todo puede ser observado.

Algunas consideraciones a tener en cuenta respecto a la televisión:

- Dada la situación descrita, conviene no perder la costumbre de consensuar normas para el uso y aprovechamiento de la televisión en familia. Hay que evitar el consumo de la televisión para paliar el tedio, convirtiéndonos en "couch potatoes" (patatas de sofá), según expresión americana.



- Cambiar de canal es una buena costumbre, sobre todo cuando los contenidos de una película o serie no están en sintonía con los valores de la familia. En este caso hay que dialogar y explicar los motivos del cambio.
- Siempre que sea posible, es sano ver programas o películas en familia. Conviene no promover en exceso la costumbre de contemplar programas vía internet y en soledad.

#### 4.2 Telefonía móvil

Atrás quedaron aquellos teléfonos móviles cuya funcionalidad exclusiva era la de recibir y enviar llamadas y sencillos mensajes de texto.

- *Pluralidad de funciones.* Las nuevas generaciones, y también los adultos, han convertido el Smartphone en una herramienta de comunicación abierta: enviar sencillos mensajes de texto; captar imágenes y compartirlas instantáneamente con grupos de amigos y familiares; descargar y visionar vídeos; escuchar música almacenada previamente; jugar... En la telefonía móvil de última generación confluyen: la televisión, los vídeos, la conexión a internet, los videojuegos...
- *Producto joven.* La telefonía móvil, aunque utilizada masivamente por el mundo adulto, halla entre adolescentes y jóvenes su espacio natural. Es un “producto joven”. Lo es así porque satisface la necesidad que tiene todo adolescente de relacionarse con sus iguales para posicionarse socialmente. También lo es porque facilita la elección de elementos con los que afianzar la personalidad. Y porque otorga autonomía más allá del control familiar.
- *Excelente herramienta.* Es un medio de grandes posibilidades para entrar en contacto, mantener comunicaciones, gestionar la información instantáneamente, entretenerse... Algunas de sus posibilidades todavía se hallan en germen. Tal vez por ello, muchas personas, cuando salen de casa,

pueden prescindir de cualquier objeto olvidado. Pero si se trata del teléfono móvil... algo les impulsa a regresar para recuperarlo. Su ausencia genera inseguridad...

Familias y educadores deben ser conscientes de que la principal vía de educación es el ejemplo. Antes de proponer elementos educativos relacionados con la telefonía móvil, conviene hacer un chequeo al modo propio de utilización de este medio. Hay que prevenir también de algunos riesgos:

- *Disgregación de la atención requerida.* El uso y abuso de la telefonía móvil en el entorno escolar o laboral distrae de las actividades habituales.
- *Pésima educación.* Personas del mundo adulto hacen gala de escasa sensibilidad para con sus semejantes cuando dejan que se escuche en lugares públicos: una llamativa y estridente “melodía”; el aviso insistente de las entradas de wasap (What’sApp); la conversación telefónica estentórea y sin recato en el autobús, metro o tren...
- *Incidencia en el acoso escolar.* Los smartphones son una plataforma donde se apoya gran parte del acoso escolar. Si el acoso físico dura unas horas al día, el acoso a través del smartphone es continuo: mañana, tarde y noche. Hay que tomar conciencia de la gravedad del envío de mensajes anónimos que van en detrimento de compañeros y compañeras.
- *Tiempos y espacios.* Es conveniente pactar con los adolescentes los tiempos y espacios de uso. Es aconsejable la no conexión, o el modo silencio, durante el tiempo de estudio, las comidas con la familia, el descanso nocturno...
- *Privacidad.* Hacer ver el error que supone, y el riesgo que conlleva, distribuir imágenes propias, de familiares o compañeros a través del móvil, perdiendo instantáneamente el control de las mismas.

### 4.3 Internet

Internet forma parte de nuestra vida. Niños y adolescentes no han conocido cómo era el mundo sin él. Esta tecnología forma parte de sus vidas.

El desarrollo de internet ha sido vertiginoso. Lo que comenzó siendo una herramienta para el intercambio de información y el envío de mensajes, ha llenado todos los aspectos de la vida: mantener comunicaciones, relacionarse, obtener información, realizar compras, descargar vídeos, músicas y textos, ocupar el tiempo de ocio, jugar individualmente o en grupo...

- Niños y adolescentes consideran a internet como algo consustancial a sus vidas. No han tenido que realizar ningún cambio para incorporarse a esta tecnología. Son “nativos digitales”.
- En internet encuentran facilidad y rapidez para las relaciones sociales. Ofrece una forma de comunicación sencilla, rápida, intuitiva, cómoda... Y, en muchas ocasiones, anónima y alejada del control de los adultos. Aparece ante ellos y ellas como una posibilidad para afrontar miedos, inseguridades. El anonimato de internet les permite “disfrazarse” de aquellas identidades que les gustaría poseer, aunque no concuerden con su identidad real.
- El horizonte de internet es muy variado. Una mirada rápida nos lleva a descubrir alguna de sus múltiples posibilidades:
  - Buscadores que permiten el acceso a todo tipo de información.
  - Descargas de películas, músicas, textos... e incluso trabajos escolares.
  - Correo electrónico y mensajes instantáneos.
  - Chats, foros y espacios para intercambiar conversaciones y relaciones interpersonales.



- Blogs que propugnan variadas opiniones sobre los más diversos temas.
- La plataforma youtube, que permite el intercambio gratuito de vídeos. En este entorno algunos jóvenes aparecen como *youtubers*, expresando opiniones que son seguidas por una audiencia muy considerable.
- Redes sociales, que aglutinan un gran número de usuarios conectados entre sí. A mitad del mes de julio de 2017, Facebook era la más seguida, con unos 1.860 millones de usuarios en el mundo. Youtube ocupaba el segundo lugar, aunque perdiendo fuerza. Instagram experimentaba el mayor crecimiento: 200 millones de usuarios en un año, llegando a los 600 millones. Twitter no sólo no aumenta sino que disminuye y es seguido por 317 millones. Se perfila una nueva red, Snapchat, caracterizada por tener publicaciones efímeras que desaparecen después de un día o el tiempo que programa el emisor.

Algunas consideraciones para tener en cuenta en la navegación por el mundo de internet en sus múltiples facetas:

- Para gestionar adecuadamente los buscadores hay que valorar y contrastar la información recibida de ellos. Estos potentes motores de búsqueda seleccionan páginas relacionadas con la palabra propuesta, pero sin ningún tipo de filtro crítico. Ello puede llevar al usuario a encontrarse con contenidos poco adecuados o nada veraces ni exactos.
- Es nefasta la costumbre de realizar trabajos escolares mediante estos pasos: buscar en internet, seleccionar, copiar y pegar... Esta forma de proceder no favorece los procesos de aprendizaje.
- Foros, chats... permiten participar mediante "alias" o "seudónimo" (*nicks*, en inglés). En este tipo de mesas virtuales hay menores que se hacen pasar por adultos y adultos que participan bajo la apariencia de menores. Conllevan un riesgo tanto en sus contenidos como en las relaciones entabladas.
- La plataforma *Youtube* prohíbe la exhibición de vídeos pornográficos. Pero pueden aparecer contenidos poco educativos y nada convenientes.
- Hay que educar a los menores para que cuiden su privacidad y seguridad personal. Cuando se pone en la red una imagen, se pierde todo control sobre ella. Así mismo, nunca hay que plasmar datos personales o aceptar encuentros con personas conocidas mediante intercambios digitales.

#### 4.4 Videojuegos

Los videojuegos ocupan un importante lugar en el entretenimiento de niños, adolescentes y adultos. Estos programas informáticos presentan un sinfín de posibilidades: aventuras, desafíos, deportes...

- La estética de los videojuegos mejora a grandes pasos: recrea espacios físicos con precisión y realismo, presenta un vestuario sugerente... Los gestos de los personajes se asemejan, cada vez más, a los movimientos reales. Los creadores españoles de videojuegos son muy valorados. Existen ligas de jugadores profesionales, que pueden llegar a ganar unos 5.000 euros al mes.
- Pueden ser utilizados mediante videoconsolas (Playstation, Xbox, Nintendo, Game Boy). Existe también la modalidad de juego a través de internet, posibilitando interactuar con otros jugadores.
- En contra de la opinión generalizada, los videojuegos no son entretenimientos infantiles... Gran cantidad de estos productos son exclusivamente para mayores de 18 años.

- Se pueden clasificar por géneros:
  - *Deportes*: el jugador compite en un determinado deporte.
  - *Aventuras*: los personajes deben plantear estrategias, decidir, conseguir la meta.
  - *De rol*: denominados RPG (role-playing game: “juego de interpretación de papeles”). Son una adaptación digital de los tradicionales juegos de rol.
  - *Lucha*: hay que vencer al enemigo mediante diferentes combates.
  - *Dificultades*: el protagonista debe superar numerosas dificultades. A medida que avanza el juego, las dificultades se tornan más complejas, etc.
- Los videojuegos presentan importantes ventajas: favorecen habilidades y la coordinación espacio-temporal; preparan para la resolución de problemas; desarrollan los reflejos; cuando son practicados por varios jugadores, facilitan las relaciones sociales...

Familias y educadores deben tener en cuenta:

- *Elegir adecuadamente*. Es muy importante elegir bien el videojuego. Los educadores tendrán en cuenta las características que figuran en la caja del videojuego. En ella suele aconsejarse la edad a la que va dirigido. Y también una escueta información sobre: drogas, sexo, violencia, lenguaje, discriminaciones... Es bueno comprobar si la información corresponde a la realidad.
- *Tiempos y espacios*. Hay que pactar las horas que se dedicarán al videojuego. No conviene que el videojuego llene todo el tiempo libre, privando a niños y adolescentes de otras posibilidades de entretenimiento.
- *Evitar daños físicos*. La acción trepidante de muchos videojuegos hace que los jugadores se sumerjan tanto en la acción que olvi-

den dedicar tiempos al descanso, mantener la vista a una distancia prudencial de la pantalla y sentarse de forma conveniente.

## 5 Conclusión

Konstantin Kavafis, el poeta griego que canta al itinerario existencial de Ulises, concluye su poema así:

“Ten siempre en tu mente a la Isla de Ítaca. Llegar a ella es tu destino...”

Sin ella, nunca hubieras emprendido el viaje.”

Los navegantes digitales nos hallamos sumergidos en un mundo nuevo y cambiante. Sabemos que el paisaje no termina con el horizonte que ahora vemos. A los actuales medios de comunicación les sucederán otros más avanzados y capaces de ofrecernos nuevas experiencias. Debemos habituarnos a vencer los desafíos, a inventar palabras desconocidas y a desarrollar creativas propuestas. Incluso llegaremos a experimentar que nuestras vidas se transforman, porque si nueva es la forma de captar la realidad y las relaciones, nueva será la forma de pensar y de actuar.

Pero hay un eje transversal fundamental que debe permanecer. Es el eje que recorrió la vida de Ulises, y el que debe estar presente en la existencia de los actuales navegantes digitales y futuros: los medios están al servicio de las personas.

Nuestra persona (nuestro yo) es quien navega a través de las actuales “circunstancias mediáticas”... Si nuestro yo es fuerte y está bien cimentado, las circunstancias se empequeñecerán. Pero si nuestro yo es débil y no está asentado sobre firmes cimientos, siempre quedará a merced de las circunstancias... también de las mediáticas.