
Hacia una “comunicación *slow*”: el hábito de la desconexión digital periódica como elemento de alfabetización mediática

Towards a “Slow Communication”: The Habit of Regular Digital Disconnection as Component of Media Literacy

Javier Serrano-Puche
Universidad de Navarra

The increasing use of information and communications technology along with the spread of mobile devices with internet access seems to have contributed to the idea that the ‘permanent connectivity’ is a state not only technically feasible but also desirable. According to this “digital maximalism”, the connectivity through screens is good and the more is one connected the better. However a growing list of authors alert for the damages that may result from permanent digital connection, either social, emotional or neurological. Far from advocating a technophobic attitude, the aim of this paper is to explain the proposal of a “slow communication”. This proposal is based on the setting of periodical unplugged moments with the purpose of cultivating face to face communications and also for making those online connectivity moments more productive and enriching. This paper proposes some interesting habits for successful media consumption and concludes that regular practice of digi-

*El incremento en el uso de las tecnologías de la información y la comunicación, unido a la generalización entre los ciudadanos de los dispositivos móviles con acceso a internet, parece haber extendido la idea de que la “conectividad permanente” es un estado, no sólo técnicamente realizable, sino incluso deseable. Según este “maximalismo digital”, la conectividad a través de las pantallas es siempre buena y cuanto más esté uno conectado, mejor. Frente a ello existe una corriente creciente de autores que alerta de los posibles perjuicios que la conexión digital permanente puede acarrear, ya sean de orden social, afectivo o neurológico. Lejos de defender una actitud tecnofóbica, el objetivo de este artículo es proponer el desarrollo de una “comunicación *slow*”, esto es, establecer el hábito periódico de la desconexión digital, para cultivar la comunicación cara a cara y para que los momentos de conectividad online sean a su vez más productivos y enriquecedores. Se exponen aquí algunas recomendaciones para*

tal disconnection is a necessary element of digital literacy.

Key words: *media literacy, media consumption, information overload, slow communication, digital communication.*

alcanzar un buen consumo mediático y se concluye que la práctica periódica de la desconexión digital constituye un elemento recomendable de la alfabetización mediática.

Palabras clave: *alfabetización digital, consumo mediático, saturación informativa, comunicación slow, comunicación digital.*

A lo largo de la historia de la humanidad, la tecnología siempre ha sido uno de los factores que transforman los hábitos de vida del hombre y marcan los avances de una época a otra (McNeil, 1996; Volti, 2009). Hoy en día, sin embargo, ha adquirido un protagonismo sin precedentes, ya que ninguna tecnología había ocupado un lugar tan influyente ni había tenido una dimensión global tan patente como la tecnología digital. En todos los órdenes de la vida (economía, política, cultura, educación, sociedad...) cabe constatar el papel destacado que tienen las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), esto es, los “dispositivos tecnológicos (*hardware* y *software*) que permiten editar, producir, almacenar, intercambiar y transmitir datos entre diferentes sistemas de información que cuentan con protocolos comunes, (...) [que] posibilitan tanto la comunicación y colaboración interpersonal (persona a persona) como la multidireccional (uno a muchos o muchos a muchos) (...) [y] desempeñan un papel sustantivo en la generación, intercambio, difusión, gestión y acceso al conocimiento” (Cobo, 2009: 312). La extensión en el uso de las TIC ha propiciado el surgimiento de una nueva forma de organización social, comúnmente denominada “Sociedad de la Información”, en la que “la generación, el procesamiento y la transmisión de la información se convierten en las fuentes fundamentales de la productividad y el poder, debido a las nuevas condiciones tecnológicas que surgen en este período histórico” (Castells, 1997: 47).

Desde el punto de vista de las posibilidades relacionales y comunicativas para las personas, el desarrollo de esta era informacional tiene en internet su principal escenario, y en los dispositivos móviles (teléfonos, *smartphones*, *tablets*...), la vía de acceso más representativa en la actualidad.¹ El dispositivo móvil se ha constituido tanto en una plataforma de consumo cultural como en una tecnología de relación (Castells *et al.*, 2006). Por un lado, sirve como medio para la producción,

distribución y consumo de datos y contenidos, ya que es un metadispositivo tecnológico con múltiples funciones (cámara, agenda, videoconsola, reproductor de audio y vídeo, GPS...). En él se advierte una progresiva mediatización, en el sentido de que el dispositivo móvil está experimentando un proceso de convergencia con los formatos y modelos del ecosistema mediático (Aguado y Martínez, 2009). Por otro lado, es un objeto cultural que por su conectividad ubicua, su capacidad de personalización y su omnipresencia está estrechamente vinculado a la vida cotidiana y a la identidad e interacciones sociales de sus usuarios (Katz y Satomi, 2005). Todo ello lo convierte en una "cuarta pantalla" de creciente importancia, heredera y al mismo tiempo transformadora de las pantallas precedentes: cine, TV y PC (Aguado y Martínez, 2010).

Así pues, gracias a las continuas mejoras técnicas y a la generalización del acceso a las redes, hoy en día ya es posible alcanzar una situación de "conectividad permanente", lo cual está configurando un nuevo marco de relación entre internet y las personas, pues para muchos —especialmente jóvenes y hombres y mujeres de negocios— permanecer en línea a través de dispositivos móviles y otras plataformas ha llegado a convertirse en una necesidad social y laboral. Nuestra hipótesis es que este potencial relacional de internet, auspiciado por las tecnologías móviles y su conectividad constante, no está exento de riesgos desde el punto de vista del desarrollo integral de la comunicación humana. Desde el marco de la alfabetización mediática y del aprendizaje en el uso de las tecnologías digitales, el objetivo de este trabajo es exponer, por un lado, las implicaciones cognitivas y emocionales que tiene internet por su condición tecnológica, y por otro, explicar cómo, debido a lo anterior, internet puede provocar en el usuario un consumo mediático excesivo y un afán por estar permanente conectado a las pantallas. Eso nos llevará, en último lugar, a proponer la desconexión digital periódica como un hábito recomendable para recuperar el equilibrio necesario entre las interacciones digitales y las presenciales, enriqueciendo y humanizando ambos contextos de la comunicación.

INTERNET COMO TECNOLOGÍA INTELECTUAL

Como ya se ha dicho, la tecnología envuelve y dinamiza con una influencia creciente la vida contemporánea. Hoy en día es indiscutible que internet se ha consolidado como ámbito comunicativo cotidiano y que las interacciones que se producen en el medio digital (con frecuencia mal llamadas virtuales) son igualmente reales que las que se producen en el mundo presencial, a excepción de que en ellas no hay la corporeidad que sí acompaña las relaciones en el mundo físico. La diferencia no radica, por tanto, en la realidad o virtualidad de cada contexto, sino en si existe o no la mediación de las tecnologías digitales. La red se ha erigido en un nuevo espacio para la socialización y el desarrollo de la persona, que se suma al entorno natural y al urbano, y se ha constituido como un "tercer entorno", con particularidades propias derivadas de su condición electrónica (Echeverría, 1999). Así pues, las relaciones mediadas por la tecnología pueden complementar y en ocasiones sustituir de hecho la comunicación interpersonal

y cara a cara. Las consecuencias que de ahí se derivan son variadas y complejas, por lo que no se debe adoptar una postura acrítica o ingenua sobre las implicaciones de las tecnologías digitales, pero tampoco enarbolar un discurso ludita o tecnofóbico que demonice su papel en la vida de las personas.

El nacimiento de cada nuevo medio informativo siempre ha suscitado al principio un debate entre entusiastas y escépticos, e internet no es una excepción (Baym, 2010: 22-49). Pero es necesario superar esa polarización y conocer realmente y valorar de modo crítico y matizado el impacto de las tecnologías digitales, de sus oportunidades, retos y riesgos, para poder hacer un buen uso de ellas. Siguiendo a Area y Ribeiro (2012: 14), hay seis grandes ámbitos o dimensiones de aprendizaje respecto a la web 2.0, pues “es, simultáneamente, una biblioteca universal, un mercado global, un gigantesco puzzle de piezas informativas conectadas hipertextualmente, una plaza pública de encuentro y comunicación de personas que forman comunidades sociales, es un territorio donde prima la comunicación multimedia y audiovisual, así como la diversidad de entornos virtuales interactivos”. Frente al “leer y escribir” de la alfabetización clásica, esta cultura digital reclama ahora el desarrollo de diferentes competencias y habilidades, tanto instrumentales como cognitivo-intelectuales, socioculturales, axiológicas y emocionales. Conviene para ello tomar conciencia de dos peligros posibles, a saber, “reducir la educación mediática al desarrollo de la competencia digital y reducir la competencia digital a su dimensión más tecnológica e instrumental: centrarse en los conocimientos técnicos, en los procedimientos de uso y manejo de dispositivos y programas, olvidando las actitudes y los valores” (Gutiérrez y Tyner, 2012: 31). En último término, la alfabetización digital debe priorizar el aprendizaje ético y crítico ante las pantallas, antes que el tecnológico (Ambròs y Breu, 2011). Esto es especialmente importante entre los jóvenes, pues éstos “no pueden aprender a participar plenamente en la sociedad como ciudadanos y consumidores, ni pueden tener una valoración global de las funciones de los medios de comunicación en sus vidas, sin haber reflexionado acerca de su propia dieta comunicativa” (Moeller, Powers y Roberts, 2012: 46).

En este sentido, es muy ilustrativo el experimento denominado *The World Unplugged* (Moeller, Powers y Roberts, 2012), que dirigió el International Center for Media & the Public Affairs (ICMPA) de la Universidad de Maryland en 2010. Con el objetivo de promover un uso más deliberado y comprensivo de las tecnologías digitales, se pidió a cerca de 1.000 estudiantes de doce universidades de todo el mundo (Argentina, Chile, China, Hong Kong, Líbano, México, Eslovaquia, Estados Unidos, Reino Unido y Uganda) que se abstuvieran durante un día completo de usar internet y todas las tecnologías móviles y escribieran un pequeño diario de esa jornada. Se pretendía así que, a través de su propia experiencia personal y no de modo especulativo, tomaran conciencia de cómo era su consumo mediático y su nivel de dependencia de la conectividad digital. Algunas de las conclusiones más relevantes de esas 24 horas de abstinencia, según lo escrito por los participantes del estudio, son las siguientes:

- Los estudiantes de todos los países, en repetidas ocasiones, emplearon los términos *adicción* y *dependencia* para referirse a sus hábitos frente a las tecnologías digitales.

- Una mayoría de jóvenes de todos los países admitió su incapacidad y fracaso para desconectarse. Los estudiantes concluyeron que los dispositivos para comunicarse, especialmente sus teléfonos móviles, se han convertido literalmente en una extensión de sí mismos y forman parte de su identidad personal. Para muchos de ellos, el experimento de desconexión les reveló la situación de soledad en que se encuentran.

- Los jóvenes afirmaron que la conectividad tecnológica-digital las 24 horas del día y a la semana (24/7) no sólo es un hábito, sino que es esencial en el modo en que construyen y manejan sus amistades y su vida social.

- Algunos jóvenes reflejaron las diferencias cualitativas positivas, incluso en sus relaciones cercanas, que experimentaron durante el período de desconexión. Muchos estudiantes señalaron como beneficios de la desconexión digital temporal la sensación de liberación, de paz, una mejor comunicación con sus familiares y amigos cercanos, y la posibilidad de tener más tiempo para hacer cosas que habían descuidado.

En estas conclusiones están apuntadas muchas de las peculiaridades que caracterizan los patrones de consumo digital de los jóvenes, y más aún, las razones que aconsejan un uso consciente y crítico de internet, dada su idiosincrasia como plataforma comunicativa. Sin caer en el determinismo tecnológico, nos parece importante que una aproximación crítica a internet como nuevo medio atienda tanto al contenido que ofrece como al medio en sí mismo, pues "como sugería McLuhan, los medios no son sólo canales de información. Proporcionan la materia del pensamiento, pero también modelan el proceso de pensamiento (...) Por muy revolucionaria que parezca, la red se comprende mejor considerada como la última de una larga serie de herramientas que han ayudado a moldear la mente humana" (Carr, 2011: 18-143).

Como toda tecnología, internet es una herramienta por medio de la cual el hombre intenta complementar o ampliar algunas de sus capacidades innatas, y que le permite en este caso apoyar y ampliar su capacidad mental. Pertenece, por tanto, a la categoría de tecnologías intelectuales y, como tal, tiene asociada una determinada ética intelectual, es decir, un conjunto de supuestos acerca de cómo funciona o debería funcionar la mente humana. La ética de la red es una ética industrial, de la velocidad y la eficiencia, que se deriva y al mismo tiempo contribuye a configurar la "cultura de la velocidad" distintiva de la sociedad contemporánea (Tomlinson, 2007; Poscente, 2008). En ésta, el mundo del libro está siendo progresivamente sustituido por el mundo de las pantallas, lo cual no está exento de consecuencias en el modo de funcionar del cerebro humano, algunas de carácter nocivo (Rosen, 2012; Aboujaoude, 2011). Así como el libro impreso servía para centrar nuestra atención, fomentando el pensamiento profundo y creativo, internet fomenta el consumo rápido y distraído de pequeños fragmentos de información de muchas fuentes. Esto explicaría, entre otros factores, esa "adicción" que confesaban los estudiantes que participaron en el experimento de *The World Unplugged*, ya que la red ofrece un tipo de estímulos sensoriales y cognoscitivos que son intensos, repetitivos, adictivos. Por otra parte y cada vez de manera más sólida, las investigaciones de psicólogos, neurobiólogos y educadores apuntan a

la misma conclusión: internet es un entorno que por sus propias características fomenta más bien una lectura somera, un pensamiento apresurado, distraído, superficial (Niada, 2010; Carr, 2011).

EL ANSIA POR ESTAR SIEMPRE CONECTADO: UN DIAGNÓSTICO

No sólo en el plano de las consecuencias cognitivas derivadas del uso intensivo de la web, sino también en el ámbito de las relaciones sociales y afectivas cabe dar razón de la dependencia, especialmente entre los jóvenes, que puede provocar internet. Como ya se ha señalado en las conclusiones del estudio de Moeller y compañía, muchos de los universitarios reconocían en sus diarios que el período de desconexión les reveló la situación de soledad en que se encuentran. Esto se debe, en primer lugar, a la propia dinámica de la vida contemporánea, marcada por “una sociedad de ‘todo comunicación’, conectada en permanencia, en la que se redefine la relación individual con el mundo, con los demás, y la manera de consumir o producir información; sociedad en la que la información circula prioritariamente a través de círculos sociales” (Berlangua, 2011: 987). No hay duda, como afirma Lipovetsky (2006: 271), de que “la red de las pantallas ha transformado nuestra forma de vivir, nuestra relación con la información, con el espacio-tiempo, con el consumo”. Más concretamente, la propia articulación de la web 2.0, y especialmente de las redes sociales, fomenta un tipo de sociabilidad que fácilmente puede derivar, por decirlo con palabras de Sibilia (2008), en “la intimidad como espectáculo”. Una intimidad convertida en “extimidad” por medio de la exposición permanente de un “yo” que busca en la mirada de los otros la confirmación de la propia existencia. Es el reflejo de una tendencia que se manifiesta en que “la introspección pierde peso a favor de la extroversión y la conexión permanente. La soledad, la búsqueda y el desarrollo de un espacio propio, de una interioridad rica y frondosa, es un proyecto en proceso de abandono (...) De ahí que la falta de conexión con los otros devenga en problema: no hay una interioridad valiosa en la que refugiarse” (Caro Castaño, 2012: 63).

Paralelamente, en buena medida debido al factor disruptivo de la movilidad (McGuire, 2007; Vacas, 2009), que introduce a través de los soportes móviles nuevos escenarios en el consumo cultural y mediático, las tecnologías digitales adquieren un carácter ubicuo, permitiendo la conexión también durante los desplazamientos o en los tiempos de espera y posibilitando el desarrollo de una “privacidad nómada” en espacios públicos de interacción (Fortunati, 2002). Más aún, los propios dispositivos móviles suscitan el afecto de sus propietarios, generando en ellos una dependencia emocional respecto a sus teléfonos (Vincent, 2005; Lasén, 2010).

Por otra parte, las tecnologías digitales favorecen una flexibilidad cada vez mayor en las relaciones entre individuos y grupos y el desarrollo de un “individualismo reticular” (Wellmann *et al.*, 2003); de tal manera que, “aunque no renunciemos a las relaciones de pertenencia, tendemos a multiplicar las relacio-

nes reticulares transitorias de alcance limitado, menos rígidas y más dinámicas" (Pisani y Pietet, 2009: 63). En efecto, la comunicación mediada por la tecnología tiene esa peculiaridad, que al mismo tiempo es una ventaja y un riesgo. Puesto que no se produce un encuentro cara a cara ni tampoco necesariamente la persona se ve interpelada por la simultaneidad temporal que sí existe en las interacciones del mundo físico, aquélla tiene la capacidad de "controlar, en todo momento, el grado de implicación y eludir el conflicto inherente a las relaciones humanas, salvar la soledad sin estar con el otro, compartir sin comprometerse ni vincularse afectivamente" (Cáceres, Ruiz San Román y Brändle, 2009: 219). Le permite, en definitiva, estar en compañía pero preservando la individualidad (Turkle, 2011), porque, como señala Vicente Verdú, "la red nos enlaza. Nos enlaza pero no nos ata. Y menos para siempre". Aunque en buena medida dependerá de la actitud de cada persona; de por sí las interacciones digitales, por sus propias características, no tienden a proporcionar "una comunicación a la vieja usanza, en la que se comprometía mucho el yo, sino una comunicación efímera y fragmentaria, cambiante y removible a la manera en que la cultura de consumo ha enseñado a adquirir" (Verdú, 2012). En definitiva, un modo "saneado" de relacionarse, propio de un mundo líquido en el que las identidades son fluidas (Bauman, 2005: 150).

No obstante, las interacciones a través de las pantallas también comprometen a la persona en el sentido de que, como apuntaba Sibilia, el "yo" se expone a la mirada de los demás y su posición social siempre está en juego. De ahí que la conectividad permanente para los jóvenes no sea sólo un hábito, sino un componente esencial en su manera de construir y manejar las amistades y la vida social. Sin embargo, esto puede provocar tensiones, derivadas de la capacidad de los medios digitales para desdoblarse la presencia de la persona, que puede así estar al mismo tiempo en dos lugares: el contexto en que físicamente se encuentra y el ámbito tecnológicamente mediado al que accede a través de las pantallas. Con frecuencia, pues, la proximidad física no va acompañada de una presencia consciente o total de la persona en su entorno inmediato, sino que se sitúa en una "presencia ausente" (Gergen, 2002) y dificulta así las posibles interacciones cara a cara que pudiera desarrollar simultáneamente con otros. De ahí el quiasmo según el cual "la tecnología acerca a los que están lejos y aleja a los que están cerca", que es, sin embargo, una conclusión simple y determinista, pues olvida que las interacciones digitales en buena medida ayudan a mantener y reforzar los lazos sociales previamente creados en el mundo presencial (Lampe, Ellison y Steinfield, 2006; Ellison, Steinfield y Lampe, 2007; Hampton *et al.*, 2011).

Es cierto que un uso intensivo de las tecnologías digitales puede provocar en los usuarios una tensión entre querer estar unidos a través de la tecnología y sentirse atrapados por ella (Baron, 2011; Hall y Baym, 2012). De hecho, las investigaciones señalan que los jóvenes muestran un gran interés por saber de los demás y cómo algunos sienten que si dejan de enviar mensajes corren el riesgo de volverse invisibles frente a sus contactos. El resultado es el llamado síndrome FOMO (*Fear Of Missing Out*): se vuelven incapaces de abstenerse de internet por miedo a estar perdiéndose algo (Vaughn, 2012). En el origen de este miedo está, por otra parte, la saturación informativa que inunda la red (Bawden y Robinson,

2009; Tolido, 2012) y que puede conducir a sobrevalorar lo que ocurre a cada instante y a estar deseoso de lo nuevo, de lo inmediato, aun cuando sepamos que suele tener más de trivial que de esencial.

Afrontar la sobreabundancia informativa es uno de los grandes retos de la alfabetización digital. En la actualidad tenemos acceso a multitud de datos, pero con frecuencia nos falta el contexto y la capacidad de interpretación. Una de las paradojas de la comunicación digital radica en que el incremento de la cantidad de información *per se* no lleva consigo una mayor calidad en los conocimientos (Pérez Latre, 2011). La extraordinaria abundancia de información, por una parte, es una ventaja para los ciudadanos —que así tienen más contenidos a su alcance, a menudo gratuitos e instantáneos, y con ello pueden aumentar sus posibilidades de acceso a la información— pero, por otra parte, exige de aquellos el discernimiento necesario para seleccionar la información más provechosa y poder dedicarle el tiempo pertinente. De lo contrario, el consumo mediático puede derivar en “obesidad informativa” (Whitworth, 2009), cuando no se consigue convertir dicha información en conocimiento. Al igual que la obesidad física no es simplemente el resultado del exceso de comida, la obesidad informativa no sólo se debe a la sobrecarga de información, sino también a problemas de “fitness” mental en el consumo informativo (falta de habilidad o criterio), a la escasa calidad de la información que se recibe y al hábito, más propenso entre quienes más tiempo están conectados, de consumir acríticamente la información antes de haber juzgado correctamente su valor.

Para hacer frente a esta patología conviene emprender una “dieta informativa” (Johnson, 2012) o “dieta digital” (Sieberg, 2011), que, de igual modo que las dietas alimenticias, ha de ser personalizada, pues su concreción dependerá en cada caso de los hábitos digitales y de la situación profesional y personal de cada usuario. No obstante, nos parece que un elemento central en dicha dieta ha de ser siempre el establecimiento de un período de desconexión: inicial, que permita repensar la relación con la tecnología para reencauzarla del mejor modo posible, y también periódico, para atenuar los perjuicios ya señalados que provienen de la conectividad permanente.

DESCONECTAR PARA CONECTAR MEJOR: LA “COMUNICACIÓN SLOW”

Nuestra propuesta de la “desconexión digital” puede encuadrarse dentro de una corriente más amplia —el movimiento *slow*— que, en respuesta a la cultura de la velocidad imperante, aboga por un estilo de vida más pausado y que tiene ramificaciones diversas: desde la comida, el trabajo y la investigación científica, hasta el ocio o la vida en las ciudades (Honoré, 2004). El movimiento *slow* denuncia la cultura de la prisa y sus consecuencias —la falta de paciencia, la hiperestimulación, la superficialidad y la multitarea—, frente a lo cual reivindica una forma alternativa de vida que cuestiona cualquier aceleración que no incorpore calidad a las diferentes actividades cotidianas. Su premisa no es la defensa de la lentitud por la lentitud, sino la necesidad de encontrar el ritmo temporal ade-

cuado² a las características de las acciones y a las necesidades humanas, siendo conscientes de cómo invertir el tiempo y de qué ha de ser realmente merecedor de la atención.

Por lo que respecta al uso de las tecnologías digitales, también comienza a teorizarse, aunque sin gran desarrollo conceptual hasta ahora (Freeman, 2009; Victoria, Gómez y Arjona, 2012), sobre la conveniencia de desarrollar una "comunicación *slow*". Ésta ha de basarse en una revalorización del mundo físico y sus atributos frente al entorno *online*, con el objetivo de poner a la tecnología al servicio del hombre, para que éste gane control sobre su vida y pueda aprovechar mejor los mensajes y contenidos tanto de sus comunicaciones digitales como presenciales. Por ello, el eje de la "comunicación *slow*" ha de ser el establecimiento de períodos regulares de desconexión digital para cultivar la comunicación cara a cara, abogando por el desarrollo de un ocio que prescindiera de las tecnologías digitales y por una recuperación de las fronteras entre los ámbitos laboral, familiar y de ocio, que con la conectividad permanente quedan desdibujadas (Wajcman, Bittman y Brown, 2009; Hanson, 2007). Con ello se conseguiría, por otra parte, que los momentos de conexión *online* sean a su vez más enriquecedores, pues estar atado al flujo incesante de la información, paradójicamente, reduce la productividad y la eficacia (Pérez Latre, 2011).

La defensa de la desconexión digital se apoya además en los beneficios que comporta para la recuperación de la capacidad de atención, pues navegar por internet exige una forma particularmente intensiva de multitarea mental, dado que la red es, por su mismo diseño, un sistema de interrupción y de fragmentación de la atención. Como se ha demostrado, la capacidad multitarea va en detrimento de la capacidad de pensar profunda y creativamente (Jackson, 2008; Jantz, 2012).

El hábito de la desconexión digital ha de articularse en un doble plano, práctico y teórico (Brown, 2012). Práctico, por un lado, porque ha de plasmarse en un repertorio de acciones concretas encaminadas a facilitar y conseguir la abstinencia periódica y regular de las tecnologías, especialmente en el tiempo dedicado al entretenimiento. Es preciso recuperar la concepción clásica del ocio, entendido como una actividad necesaria que no es la mera contraposición del negocio ni se reduce al consumo, sino que tiene su fin en sí misma, es placentera y se escoge de manera autónoma. Un ocio que no es superficial ni consiste en un "navegar" sin rumbo, sino que es contemplativo y al mismo tiempo activo y creativo, con una dimensión social y perfeccionadora del hombre (Berlanga, 2012). Y que englobe, por otra parte, actividades denostadas por la cultura de la velocidad tales como la conversación pausada, la escritura y otras prácticas artísticas, el paseo, el recogimiento interior o el deleite gastronómico (Sansot, 1999). Como ya se ha dicho, la profundidad y el alcance de estas medidas dependerá en cada caso de los hábitos digitales de la persona, en función de lo que permitan o aconsejen sus necesidades laborales o sociales.³ Por otro lado, la dimensión teórica de la desconexión digital atañe a las razones que la aconsejan y que dan sentido a su práctica: recuperar el señorío y la libertad frente a las tecnologías, alcanzando la "autonomía mediática" (Gozálvez y Aguaded, 2012) y una correlación armónica entre las interacciones digitales y cara a cara, poniendo el acento en el valor humanizador de la comunicación (Harper, 2011; Hardey y Atkinson, 2012).

Una fórmula bien articulada de ambas dimensiones consiste en trazar una “dieta digital” en cuatro pasos (Sieberg, 2011), comenzando por repensar el tiempo diario que se le dedica a navegar en internet más allá de lo imprescindible por razón de trabajo, y de qué modo ese tiempo se ha perdido en detrimento de las relaciones familiares y sociales, de actividad física o de horas de sueño. El segundo paso atañe propiamente a la fase de “desintoxicación” y abstinencia del uso de la tecnología, de manera progresiva (empezando quizá por algún día del fin de semana, después el fin de semana completo y retomando paralelamente tareas como la lectura, el deporte o las conversaciones cara a cara). La tercera etapa es la de reconectarse digitalmente, pero partiendo ya de una serie de hábitos saludables —entre otros, fijar de manera estable y periódica los momentos de desconexión— y reasignando a la tecnología el lugar que le ha de corresponder dentro del conjunto de actividades diarias. Todo ello, por último, conduce al desarrollo de una concepción de la comunicación y de la vida digital desde una actitud *slow*, de modo que la relación con la tecnología y la relación presencial con las personas fluyan de manera natural y equilibrada.

CONCLUSIONES

El desarrollo de las TIC y su creciente aplicación en la vida cotidiana, así como la generalización de los dispositivos móviles con acceso a internet, han propiciado que ya no vivamos *con* los medios de comunicación, sino más bien *en* los medios (Deuze, 2012). En este sentido, la conectividad digital permanente es una práctica creciente y distintiva de un tipo peculiar de consumo mediático, sobre todo entre los jóvenes. En ella subyace la idea del “maximalismo digital”, es decir, la convicción de que “la conectividad a través de las pantallas es siempre buena y cuanto más esté uno conectado, mejor” (Powers, 2010). Sin embargo, cada vez son más patentes los perjuicios, tanto en el ámbito cognitivo como afectivo y social, que pueden derivarse de estar permanente conectados.

Todo ello resulta de especial interés de cara al necesario aprendizaje que requiere internet, pues ni siquiera para los nativos digitales tal condición es sinónimo de ser alfabetos digitales. En concreto, junto con las destrezas instrumentales imprescindibles para un correcto uso de la web, ésta reclama también el desarrollo de competencias axiológicas, intelectuales y emocionales que han de ir encaminadas a educar en hábitos saludables en las relaciones con los medios digitales. Para una gran parte de los usuarios, reordenar sus costumbres digitales resultará *a priori* difícil, pues “nos ha tocado vivir una época en la que estamos más pendientes de hacer *check-in* en FourSquare que en observar el lugar al que llegamos; nos preocupa más sacar una foto y subirla a Facebook o Instagram que disfrutar el instante que estamos captando; estamos más pendientes de *tuitear* lo que alguien dice que de escuchar atentamente lo que quiere comunicar; nos afanamos más en agregar amigos y contactos a Facebook y LinkedIn que en profundizar nuestros lazos con las personas que tenemos más cerca y con las que convivimos diariamente” (Muñoz, 2011).

En ese sentido, la práctica de la desconexión periódica —horas o días prefijados para la abstinencia de la tecnología— es un componente recomendable en el

aprendizaje crítico del uso de las tecnologías digitales. Constituye el núcleo de la "comunicación *slow*", una actitud hacia dichas tecnologías que busca conciliar un ritmo de vida adecuado para el hombre con el dinamismo propio de la era de la información. Por eso, el hábito de la desconexión digital no ha de concebirse con carácter privativo, sino como un modo de recuperar el equilibrio necesario entre las interacciones digitales y las interacciones cara a cara, que enriquezca y humanice ambos contextos de la comunicación de un modo integral.

Javier Serrano-Puche es Profesor Contratado Doctor en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra e investigador del Center for Internet Studies and Digital Life de dicha universidad. Es Visiting Fellow en la London School of Economics (LSE). Su investigación actual se centra en comprender cómo la tecnología digital –especialmente los

teléfonos móviles– influye en el modo de comunicarnos y en la configuración de nuestra identidad. Sus publicaciones más recientes han aparecido en revistas como *Fonseca Journal of Communication*, *Historia y Comunicación Social*, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, *El profesional de la información*, *Análisi y Comunicación y Sociedad*.

Notas

¹ En 2011 se contabilizaban cerca de 2.400 millones de usuarios de internet en todo el mundo (lo que representa un incremento del 18,2% frente a los 2.030 millones de 2010). Por su parte, en 2011 había ya más de 5.700 millones de suscriptores de líneas de telefonía móvil (suponen 83,7 líneas por cada 100 habitantes y un crecimiento del 8,4% respecto al año anterior). Frente a ello, se constata una tendencia decreciente en el número de líneas de telefonía fija, que en 2011 era de 1.142 millones, esto es, 16,5 líneas por cada 100 habitantes (ONTSI, 2012). Es clara la propensión entre los usuarios, además, a privilegiar el acceso a internet a través de los dispositivos móviles, en detrimento del PC tradicional (Nielsen, 2012).

² Aunque ha ido variando la noción que tienen las sociedades sobre el tiempo, desde la Antigua Grecia cabe distinguir entre dos concepciones básicas y contrapuestas: lo que ellos denominaban *Kairós* (el tiempo de los acontecimientos: el momento oportuno, interior, de maduración) y el *Cronos* (el tiempo que mide los

acontecimientos: el tiempo que pasa, secuencial, inexorable) (Domènech, 2009: 29-44). El movimiento *slow* como filosofía vital reclama que la gente pueda reapropiarse del tiempo, viviéndolo como *Kairós*.

³ La dificultad será mayor para los profesionales que utilizan los dispositivos móviles como instrumento de trabajo y se ven por ello prácticamente obligados a estar siempre disponibles. En ese sentido, las ventajas (y riesgos) del teléfono móvil son claras, pues en el ámbito laboral es "una herramienta para la productividad y eficiencia, que añade capacidad de localización y flexibilidad a la labor diaria y rompe las reglas convencionales de exigencia de la presencia física. Además, permite alargar la jornada laboral y hacer ubicua y permanente la capacidad de tomar decisiones. En este ámbito, el móvil aglutina tres formas de virtualización del puesto de trabajo: de la capacidad de comunicación (voz, e-mail, mensajería), de acceso a información (internet y bases de datos) y de gestión de información (ofimática móvil)" (Aguado y Martínez, 2010).

Bibliografía

- Aboujaoude, E. (2011). *Virtually You: The Dangerous Powers of the e-Personality*. Nueva York: W.W. Norton & Company.
- Aguado-Terrón, J.M.; Martínez-Martínez, I.J. (2009). "Construyendo la cuarta pantalla. Percepciones de los actores productivos del sector de las comunicaciones móviles". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, núm. 83, p. 62-71.
- . (2010). "De la Web social al Móvil 2.0: el paradigma 2.0 en el proceso de convergencia mediática de la comunicación móvil". *El Profesional de la Información*. Vol. 18, núm. 2, p. 155-161.
- Ambròs, A.; Breu, R. (2011). *10 ideas clave. Educar en medios de comunicación*. Barcelona: Graó.
- Area, M.; Ribeiro Pessoa, M.T. (2012). "De lo sólido a lo líquido: Las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la Web 2.0". *Comunicar*, 38, p. 13-20.
- Baron, N.S. (2011). "Concerns about Mobile Phones: A Cross-National Study". *First Monday*. Vol. 16, n. 8, 1 August. Disponible en: <<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/3335/3032>>.
- Bauman, Z. (2005). *Identidad: conversaciones con Benedetto Vecchi*. Madrid: Losada.
- Baym, N.K. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Cambridge: Polity Press.
- Bawden, D.; Robinson, L. (2009). "The Dark Side of Information: Overload, Anxiety and Other Paradoxes and Pathologies". *Journal of Information Science*, 35 (2), p. 180-191.
- Berlanga, I. (2011). "Redes sociales y entretenimiento. Una apuesta hacia el verdadero ocio peligroso". En: García García, F. (dir.). *Actas del II Congreso Internacional La sociedad digital. Espacios para la interactividad y la inmersión. Icono 14*, núm. 8, p. 984-995.
- . (2012). "Visión clásica y filosofía Slow". En: Victoria Mas, J.S.; Gómez Tinoco, A.; Arjona Martín, J.B. *Comunicación "Slow" (y la publicidad como excusa)*. Madrid: Fragua, p. 95-118.
- Brown, S. (2012). "Coping with Information Obesity: A Diet for Information Professionals". *Business Information Review*, 29 (3), p. 168-173.
- Cáceres, M.; Ruiz San Román, J.; Brändle, G. (2009). "Comunicación interpersonal y vida cotidiana. La presentación de la identidad de los jóvenes en internet". *CIC, Cuadernos de Información y Comunicación*. Vol. 14, p. 213-231.
- Caro Castaño, L. (2012). "Identidad mosaico. La encarnación del yo en las redes sociales digitales". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, núm. 91, p. 59-68.
- Carr, N. (2011). *Superficiales: ¿qué está haciendo internet con nuestras mentes?* Madrid: Taurus.
- Castells, M. (1997). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Vol. 1: *La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Castells, M. [et al.]. (2006). *Comunicación móvil y sociedad. Una perspectiva global*. Barcelona: Ariel.
- Cobo, J.C. (2009). "El concepto de tecnologías de la información. Benchmarking sobre las definiciones de las TIC en la sociedad del conocimiento". *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*. Vol. 14, núm. 27, p. 295-318.
- Deuze, M. (2012). *Media Life*. Cambridge: Polity Press.
- Domènech, J. (2009). *Elogio de la educación lenta*. Barcelona: Grao.
- Echeverría, J. (1999). *Los Señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. Barcelona: Destino.
- Ellison, N.; Steinfield, C.; Lampe, C. (2007). "The Benefits of Facebook 'Friends': Exploring the Relationship between College Students' Use of Online Social Networks and Social Capital". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12 (4), article 1. Disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html>>.
- Fortunati, L. (2002). "The Mobile Phone: Towards New Categories and Social Rela-

- tions". *Information, Communication & Society*, 5 (4), p. 513-528.
- Freeman, J. (2009). *The Tyranny of E-mail: The Four-Thousand-Year Journey to Your Inbox*. Nueva York: Scribner.
- Gergen, K.J. (2002). "The Challenge of Absent Presence". En: Katz, J.E.; Aakhus M.A. (eds.). *Perpetual contact: mobile communication, private talk, public performance*. Cambridge: Cambridge University Press, p. 227-241.
- Gozálvez, V.; Aguaded, J.I. (2012). "Educa- ción para la autonomía en las sociedades me- diáticas". *Anàlisi*, 45, p. 1-14.
- Gutiérrez, A.; Tyner, K. (2012). "Educa- ción para los medios, alfabetización mediá- tica y competencia digital". *Comunicar*, 38, p. 31-39.
- Hall, J.A.; Baym, N.K. (2012). "Calling and Texting (too much): Mobile Maintenance Ex- pectations, (over) Dependence, Entrapment, and Friendship Satisfaction". *New Media & So- ciety*, 14 (2), p. 316-331.
- Hampton, K.N. [et al.]. (2011). *Social Net- working Sites and Our Lives: How People's Trust, Personal Relationships, and Civic and Political In- volvement are Connected to Their Use of Social Net- working Sites and Other Technologies*. Washington, D.C: Pew Research.
- Hanson, J. (2007). *24/7: How Cell Pho- nes and the Internet Change the Way We Live, Work and Play*. Westport, USA: Praeger Pu- blishers.
- Hardey, M.; Atkinson, R. (2012). "Dis- connected? Staying outside the Rush of the Information Age". Comunicación presentada en *Internet Research 13.0 Technologies Conference*, Association of Internet Researchers (AoIr). Universidad de Salford (Greater Manchester), 18-21 de octubre de 2012.
- Harper, R. (2011). *Texture: Human Expres- sion in the Age of Communications Overload*. Cambridge: MA: MIT Press.
- Honoré, C. (2004). *In Praise of Slowness*. Nueva York: Harper Collins. Citamos la edi- ción española (2006): *Elogio de la lentitud*. Bar- celona: RBA Libros.
- Jackson, M. (2008). *Distracted: The Erosion of Attention and the Coming Dark Age*. Nueva York: Prometheus.
- Jantz, G.L. (2012). *#Hooked: The Pitfalls of Media, Technology and Social Networking*. Flori- da: Siloam Press.
- Johnson, C.A. (2012). *The Information Diet: A Case for Conscious Consumption*. Beijing; Cambridge: O'Reilly Media.
- Katz, J.E.; Satomi, S. (2005). "Mobile Pho- nes as Fashion Statements: The Co-creation of Mobile Communication's Public Meaning". En: Ling, R.; Pedersen, P. (eds.). *Mobile Com- munications: Re-negotiation of the Social Sphere*. Surrey, UK: Springer, p. 63-81.
- Lampe, C.; Ellison, N.; Steinfield, C. (2006). "A Face(book) in the Crowd: Social Searching vs. Social Browsing". En: VV AA. *CSCW '06: Proceedings of the 2006 20th Anniversary Confe- rence on Computer Supported Cooperative Work*. Nueva York: ACM Press, p. 167-170.
- Lasén, A. (2010). "Mobile Media and Affectivity: Some Thoughts about the notion of Affective Bandwidth". En: Höflich, J.R. [et al.] (eds.). *Mobile Media and the Change of Everyday Life*. Frankfurt am Main: Peter Lang, p. 131-154.
- Lipovetsky, G. (2006). *Los tiempos hipermo- dernos*. Barcelona: Anagrama.
- McGuire, R. (2007). *The Power of Mobility*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- McNeil, I. (1996). *An Encyclopedia of the History of Technology*. Londres-Nueva York: Routledge.
- Moeller, S.; Powers, E.; Roberts, J. (2012). "'El mundo desconectado' y '24 horas sin medios': alfabetización mediática para la conciencia crítica de los jóvenes". *Comunicar*, núm. 39, p. 45-52.
- Muñoz, J.A. (2011). "Vivimos para contar- lo, pero no contamos con que hay que vivirlo". *Allendegui. Anacrónicas electrónicas*, 1 de agosto. Disponible en: <<http://gentedigital.es/comunidad/allendegui/2011/08/01/vivimos-para-contarlo-pero-no-contamos-con-que-hay-que-vivirlo/>>.

- Niada, M. (2010). *Il tempo breve. Nell'era della frenesia: la fine della memoria e la morte dell'attenzione*. Milán: Garzanti.
- Nielsen (2012). *State of the Media: The Social Media Report 2012*. Disponible en: <<http://blog.nielsen.com/nielsenwire/social/2012/>>.
- ONTSI (Observatorio Nacional de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información) (2012). *La sociedad en red. Informe anual 2011*. Madrid: Ministerio de Industria, Energía y Turismo.
- Pérez Latre, FJ. (2011). "Paradojas de la comunicación digital". *Acepresa*, 29 julio 2011. Disponible en: <<http://www.acepresa.com/articulos/paradojas-de-la-comunicacion-digital/>>.
- Pisani, F.; Piotet, D. (2009). *La alquimia de las multitudes: cómo la web está cambiando el mundo*. Barcelona: Paidós.
- Poscente, V. (2008). *The Age of Speed: Learning to Thrive in a More-Faster-Now World*. Nueva York: Ballantine.
- Powers, W. (2010). *Hamlet's Blackberry. A Practical Philosophy for Building a Good Life in the Digital Age*. Nueva York: Harper Collins.
- Rosen, L. (2012). *iDisorder: Understanding Our Obsession with Technology and Overcoming Its Hold on Us*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Sansot, P. (1999). *Del buen uso de la lentitud*. Barcelona: Tusquets.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.
- Sieberg, D. (2011). *Digital Diet: The 4-Step Plan to Break Your Addiction and Regain Balance in Your Life*. Nueva York: Three River Press.
- Tolido, R. (2012). "Cómo apaciguar la Tormenta de Información. El impacto de la abundancia de información y las posibilidades que ofrece la tecnología de la información al tratar esta cuestión". En: Victoria Mas, J.S.; Gómez Tinoco, A.; Arjona Martín, J. B. *Comunicación "Slow" (y la publicidad como excusa)*. Madrid: Fragua, p. 277-314.
- Tomlinson, J. (2007). *The Culture of Speed: the Coming of Immediacy*. Los Angeles: SAGE.
- Turkle, S. (2011). *Alone Together. Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Nueva York: Basic Books.
- Vacas, F. (2009). "El poder de la movilidad. De medios de masas a medios personales". *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, núm. 83, p. 72-83.
- Vaughn, V. (2012). *Fear of Missing Out (FOMO). A Report from JWTIntelligence*. March 2012 Update. Nueva York: J. Walter Thompson Company.
- Verdú, V. (2012). "El personismo". *El País*, 28 de abril de 2012.
- Victoria Mas, J.S.; Gómez Tinoco, A.; Arjona Martín, J.B. (2012). *Comunicación "Slow" (y la publicidad como excusa)*. Madrid: Fragua.
- Vincent J. (2005). "Emotional Attachment to Mobile Phones: An Extraordinary Relationship". En: Hamill, L.; Lasen, A. (eds). *Mobile World: Past Present and Future*. Londres: Springer, p. 95-104.
- Volti, R. (2009). *Society and Technological Change*. Nueva York: Worth Publishers (6th edition).
- Wajcman, J.; Bittman, M.; Brown, J. (2009). "Intimate Connections: The Impact of the Mobile Phone on Work/Life Boundaries". En: Goggin, G.; Hjorth, L. (eds.). *Mobile Technologies: From Telecommunications to Media*. Nueva York: Routledge, p. 9-22.
- Wellman, B. [et al.]. (2003). "The Social Affordances of the Internet for Networked Individualism". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 8 (3). Disponible en: <<http://jcmc.indiana.edu/vol8/issue3/wellman.html>>.
- Whitworth, A. (2009). *Information Obesity*. Oxford: Chandos Publishing.