

ZAPPING, NAVEGACIÓN, NOMADISMO Y CULTURA DIGITAL

Roberto Balaguer Prestes¹

Resumen

El zapping, elemento cultural de las últimas décadas, es visto desde la cultura libresca, como una forma de manejo superficial de la información, con poca profundidad o carencia de ella en su visión crítica más extrema. En la lógica de las nuevas generaciones, la única manera de manejarse exitosamente en la incertidumbre y el diluvio informacional es a través del deslizamiento, el escaneo y ésa parece ser la postura juvenil inconsciente, no aprendida, intuitiva. La figura del zapping, discontinua, pero de flujo, de conexión, muestra cómo es el transitar juvenil por los medios digitales. A lo largo del presente trabajo abordaremos características del zapping, clasificaciones y el análisis de sus posibles sentidos en la Sociedad de la Información. Sobre el final nos preguntamos si... ¿serán entonces el zapping y sus subtipos sólo un modo de consumir televisión y cultura digital o más bien nuevas formas de acercamiento a la realidad?

Palabras clave

Zapping, cultura digital, jóvenes, alfabetización mediática

Abstract

The act of Zapping, cultural element of the last decades, is seen from the textual culture as a superficial handle of information, with low deepness or lack of it in the most critical vision. In the logic of new generations, the only way to succeed in the uncertainty and informational flood is across the flowing and scanning and that seems to be the unconscious, not learned and intuitive youngsters' position. The figure of Zapping, with discontinuity and flows, shows how the juvenile transit is across digital media. In this work, we present the characteristics of this zapping, its classifications and the analysis of its possible meanings in the Knowledge Society

Keywords

Zapping, digital culture, youngsters, media literacy

En cualquier caso, ¿qué nos queda? ¿Un arrenal de ambigüedad, una melange de imágenes artificiales y fluctuantes en las pantallas de televisión, o una saludable liberación de las definiciones impuestas de realidad?

Lyon, D. (1994)

A pesar de la importancia que hoy tiene el zapping, bastante poco interés ha mostrado la academia en relación a este tema. Hace ya un tiempo que el término zapping se ha incorporado desde el lenguaje tecnológico al coloquial de la lengua castellana. Todo el mundo hace acuerdo en relación al significado del término, y en general, es una noción que presenta cierta connotación negativa en cuanto a la filosofía que parece esconderse detrás de su uso. Conceptos como el de “video-niño” de Sartori (1997) son paradigmáticos de esa crítica a la cultura del zapping y de la imagen por parte de autores preocupados por el futuro de la cultura del libro (Bell, 1973; Birkerts, 1994).

Por zapping generalmente se entiende una sucesión de saltos sin un rumbo aparente o predeterminado, una modalidad de consumo de la televisión, de inicio a finales del siglo XX. Los cambios propios del zappear han sido posibilitados por la tecnología del control remoto y por la profusión de ofertas de canales tanto por vía cable como por aire.

Gilles Lipovetsky (1983) ha planteado la era actual como la era de los deportes de deslizamiento sobre las superficies (alas delta, surfing, ski, skate, etc.). El zapping se insertaría entonces, imaginariamente, dentro de ese esquema de manejo superficial, lo que lleva implícita cierta idea de no profundidad o carencia de ella en su visión crítica más extrema.

Sin embargo, para los jóvenes, el navegar, el surfear, el deslizamiento en superficies implica un adecuado manejo frente al caudal inabarcable e inasimilable de conocimientos, cambios, información y actualización de la misma.

En la lógica de las nuevas generaciones, en su modo de manejarse en distintos contextos, el zapping se encuentra más que presente. Para estas nuevas generaciones el sentido del término se acerca mucho más al de libertad de elección, que a la negatividad atribuida por

los defensores de la cultura del libro. La única manera de manejarse exitosamente en la incertidumbre y el diluvio informacional es a través del deslizamiento, el zapping, el escaneo y esa parece ser la postura juvenil inconsciente, no aprendida, intuitiva.

La dimensión negativa atribuida al zapping –desde la cultura libresca– cambia cuando comenzamos a pensar esta temática desde otros lugares: el de las categorías antagónicas de pasividad-actividad y el de un nuevo modo de abordar la realidad.

Mayor actividad frente a los medios

La incorporación del control remoto fue un hito en el comienzo del cambio de la TV. El control devolvió poder al espectador que pudo comenzar a interponer su voluntad frente al trasiego de imágenes presentadas y, sobre todo, frente a la publicidad.

Tanto para Lafrance (Levis, 1997) como para Trejo (2006), el dispositivo del control remoto marca un cambio en el nivel de interactividad hombre-máquina.

El mando a distancia conjuntamente con los videojuegos –de aparición en la década de los setenta– sirvió para comenzar a sacar al usuario del no-control de los medios masivos e introducir cierto grado de interactividad. Allí entonces, la dimensión negativa que señalábamos al comienzo, se transforma en una mayor libertad de elección, característica también de estos tiempos de identidades por consumo.

El zapping resulta demoledor de la estructura vertical, paternalista, jerárquica. Este modo de consumo permite eludir la obligatoriedad de la atención a una sola voz ofreciendo alternativas, diferentes opciones. O como dice Lyon en la cita del comienzo: “una saludable liberación de las definiciones impuestas de realidad”.

Desde otra línea, pero también con el énfasis puesto en la mayor actividad, Tropea (2000: 123) señala al zapping como una “tentativa del usuario de casualizar la propuesta de la pantalla, aportando así cierto suspense del encuentro casual, del descubrimiento”.

Televisión y navegación: sus diferencias

Si bien el zapping y la navegación tienen elementos en común, no se trata de la misma cuestión definitivamente.

La receptividad “pasiva” de las imágenes se corresponde más con la TV que con la navegación, sobre todo en la llamada Web 2.0, mucho más interactiva, participativa y social. De cualquier modo, en determinados contextos, ambas actividades, zapping y navegación, pueden tornarse actividades vacías, de búsqueda sin encuentro.

En líneas generales, la televisión no permite la asimilación, el pensar acerca de, generando cierto cortocircuito del pensamiento que desaparece absorbido por el ver. La TV no invita a pensar, invita a ver. Mientras tanto, la navegación en la Red invita a avanzar, a explorar, conquistar. Esa diferencia resulta sustancial para entender este medio y diferenciarlo de Internet, aunque ambos medios inciten cada vez más a participar activamente.

Como ha señalado De Kerckhove (1995) la televisión no permite el tiempo suficiente para la reflexión, actúa sobre el cuerpo, tornando la narrativa un imposible. En una investigación a la que se somete el propio De Kerckhove (1995) éste siente cómo el flujo de imágenes que le son presentadas no le permite poner en palabras lo que ve, pudiendo apenas responder al caudal de imágenes vistas.

McLuhan trae a colación un estudio de Herbert Krugman comparando las respuestas de los sujetos expuestos a la lectura de un texto y a la televisión, donde se concluye que es predominantemente el hemisferio derecho el que responde a la televisión:

“Como resultado de una serie de experimentos de este tipo, Krugman sostiene que este esencial estado alfa es característico de cómo responden las personas a la televisión, cualquier televisión” (McLuhan (1989: 73).

El estado de los sujetos que describe Krugman, es un “estado predominantemente alfa: relajado, pacífico, desconcentrado”. La fascinación que ejerce la TV, sus cualidades hipnóticas, atrapantes de la mirada y dislocantes del diálogo, muchas veces sólo pueden ser

percibidas en su ausencia. Una falla eléctrica nos permite reencontrarnos con el otro cercano ante la falta de ese aparato que prodiga esa voz constante, esa energía que no para de fluir y esos programas que se suceden unos a otros sin interrupción.

La TV golpea al cuerpo, lo hace vibrar y no le brinda tiempo a la mente para la elaboración porque lo que presenta, de alguna manera ya es (Lynch, 2000).

La televisión muestra la realidad a la vez que construye un imaginario realista a ser imitado por la realidad, en una espiral de retroalimentación permanente.

Esta es una de las grandes cuestiones de finales del siglo XX. El show y la realidad confundidos en uno, lo verdadero y lo actuado con fronteras tenues.

Todo lo que a la modernidad le llevó años dispersar, disecar, analizar, compartimentar, la televisión se ha encargado de mezclar con desparpajo y sin culpa alguna.

Control y metabolización

El psicoanalista Bion (1980) denominó *función alfa* a la capacidad materna para metabolizar los estímulos que le llegan al infante provenientes de la realidad. Este autor pensaba que sólo la metabolización de lo recibido desde el exterior permitía un adecuado procesamiento del material psíquico por parte de esa pequeña mente en formación.

Romano (2000) equipara las fallas en la *función alfa* descrita por Bion –en relación a la tramitación de las percepciones, sensaciones, que no logran ser pensadas, traspuestas en pensamientos– con lo que sucede con las imágenes multimedia. El zapping sería, visto así, un intento fallido de calmar la voracidad que, tras fracasar, termina sumiendo al sujeto en el vacío.

Se podría afirmar que cuando se hace zapping se está a la búsqueda de algo que pareciera no encontrarse. Al mismo tiempo se participa de un sinnúmero de contextos que fragmentan la atención que pasa a ser entonces flotante, distribuida y lábil. Este elemento

resulta muy importante al tener en cuenta las posibles transformaciones a nivel cognitivo que podrían generar el uso de estas tecnologías por parte de las nuevas generaciones.

El zapping es la búsqueda de control por sobre un medio que de alguna manera lo sentimos nos controla y nos deja perplejos frente a él. Es la revancha frente a un medio atrapante por excelencia. Es intento de control sobre el control que ejerce la TV sobre la mente, con sus introyecciones masivas, imposibles de ser metabolizadas. Una defensa frente a la percepción de una disminuida capacidad de pensar, dado el ritmo cambiante de las imágenes cada pocos segundos, el cual se ha acelerado notablemente en las últimas décadas.

La gente pareciera encontrar serias dificultades en abandonar el haz de luz de la caja de imágenes, a pesar de las sensaciones de vacío que suele dejar la misma. En la interactividad de Internet esto cambia. Se es mucho más activo en la producción, a diferencia del espectador de la TV. Se da un corrimiento del lugar del medio masivo (ya en parte abandonado precisamente gracias al zapping) para ubicarse como actor-editor dentro de la red, especialmente en algunos ámbitos de la misma. El influjo de la Web 2.0 ha tenido especial importancia en la dimensión “prosumidor” del usuario.

En el ámbito de Internet los contenidos son controlables, dominables en alguna medida. La Web 2.0 se ha encargado de llevar esto a límites inimaginables, con las folksonomías y el llamado “cloud computing”. En la TV no sucede lo mismo. El zapping es un intento de dominio sobre el dominio de la TV sobre nosotros. Intento de control sobre lo que sentimos nos controla, sobre lo que sentimos nos ubica en un determinado lugar receptivo pasivo, digestivo y no elaborativo. En términos 2.0: no hay *del.icio.us* para la televisión.

Taxonomía del zapping

Si bien hemos elegido hablar de zapping en forma genérica, lo cierto es que dentro del zapping hay también matices importantes que vale la pena destacar.

Obiols y Segni de Obiols (2000: 22) en su trabajo sobre la escuela secundaria en la posmodernidad, describen cuatro tipos de zapping claramente diferenciables, que a su vez llevan distintos nombres en el idioma inglés: *zapping*, *zipping*, *flipping*, *grazing*.

El cambio de canal al llegar la tanda publicitaria es lo que habitualmente entendemos por *zapping*.

En segundo lugar, hallamos el *zipping* que es una acción similar a la anterior, pero en el contexto de un programa ya grabado.

En estos dos primeros casos, de lo que se trata es de eludir el corte artificial impuesto por la tanda, darle continuidad a la programación, eludiendo la publicidad.

Se define como *flipping* el cambio de programa sin que medie relación entre el salto y la tanda y por último, como *grazing*, el fluir constante entre dos o más programas con la finalidad de verlos todos simultáneamente.

Creemos que cada una de estas modalidades de zapping da cuenta de diferentes elementos constitutivos y constituyentes de la era actual, por lo que abordaremos someramente los cuatro tipos mencionados.

El zapping

El hecho de que el zapping sirva para cambiar de canal al llegar la tanda publicitaria, no ha sido un tema menor en la rediagramación de la TV y la publicidad.

Cómo eludir ese quiebre con la continuidad introducido por el control remoto, ha resultado una pregunta de difícil respuesta para los hacedores de imagen.

Del lado del espectador, se ha transformado en un instrumento para interponer algo de su voluntad en el encuentro con la TV. De ahí que se destaque ese carácter libertario del

zapping que pudo comenzar a sacar al telespectador de la pasividad a la que estuviera sometido durante años.

Por otro lado, esa ruptura de la continuidad del programa que genera el zapping, introduce la fragmentación como un modelo de consumo nuevo y válido, algo que Fischer (citado por Trejo, 2006) denomina multidimensionalidad.

El zipping

Si bien el zipping es similar al zapping en su modo de operar, lo hace en un tiempo distinto: el tiempo de la reproducción de lo ya acontecido. El zipping se efectúa sobre una grabación. El videograbador programable fue capaz de alterar la simultaneidad del espectáculo. Los programas y sus horarios pudieron empezar a ser intercambiables, modificables, aún a costa de perder ese sentimiento de co-presencia con los otros espectadores.

La publicidad –sobre todo aquella de baja calidad– fue la más perjudicada ya que pasó a ser obvia en caso de no lograr sobrepasar determinado umbral atencional, por lo que debió recurrir a otras estrategias para lograr ser vista.

El flipping

El flipping agrega al supuesto aspecto libertario al menos dos elementos más: la ansiedad y el borramiento de los límites.

El flipping se ancla, creemos, en la ansiedad como compañera del espectáculo, en la búsqueda insaciable de satisfacciones y nuevos encantos seductores.

La fidelidad y el compromiso parecieran no ser compañeros del desasosiego propio del flipping.

Como señaláramos antes, el flipping en cierta forma es el cambio por el cambio mismo, sin atarse a una lógica de comienzos y finales. El flipping puede insertarse en cualquier momento del programa de acuerdo al nivel de in/satisfacción que el programa brinde.

Las imágenes a ser consumidas deben alcanzar para el sujeto determinado umbral de satisfacción, so pena de correr el riesgo de ser eliminadas de la pantalla.

La atención flotante, distribuida, es la que predomina y poco o nada importa el contenido a ser focalizado. Los contenidos, las imágenes, las voces varían, cambian y se suceden unas a otras en un intercambio azaroso, dependiendo de los caprichos del telespectador. La búsqueda de gratificación es elocuente en esta modalidad de uso del control remoto que no se ata a los límites de un programa o canal, encontrándose bastante distante del otrora “fiel” espectador. La infidelidad, el flirting, no se da solo en los vínculos posmodernos, sino en relación a los programas televisivos también.

El grazing

El último de los nombrados, el grazing, es paradigmático de la búsqueda incesante de multiparticipación, de la fragmentación de la atención.

Es el "picture in picture", esa vivencia del hipercuerpo (Balaguer, 2005) capaz de rebasar los límites humanos y permitir a los sujetos participar de varios contextos simultáneamente. Si en el flipping aparecía la ansiedad, aquí ésta desborda su caudal y se transforma en desasosiego.

En el grazing se busca estar allí y aquí en forma incesante, participar simultáneamente de variados contextos, dejar atrás los límites, intentar no perderse de nada.

El grazing pone de manifiesto a la TV como *objeto transitorio* tal como lo concibiera Mc Dougall (1995): un objeto buscado para colmar un vacío interno. Sin embargo, el vacío muchas veces resulta vencedor y no abandona al televidente a pesar de su afán de multipresencia.

El sujeto del grazing nos recuerda al “zappingántropus” de Castoriadis, “un ser que va saltando de experiencia en experiencia, de lazo en lazo, de diversión, en una actividad de distracción constante, como quien cambia de canal televisivo” (citado por Franco, 2005).

El proceso de saturación social y la multifrenia descritos por Gergen (1991) se ponen en escena en este tipo de manejo del zapping pautado por la saturación de estímulos y la coexistencia de diferentes escenas.

Abordando la realidad

“Veo una imagen en el zapping y no sé qué es, qué refiere, qué significa; pasa instantáneamente y viene otra, y otra... No importa. Veo la imagen y no el tema o el contenido de la imagen. La imagen llega como percepto pero no como mensaje, no como signo; la imagen se percibe como estímulo, no se recibe como una unidad de la conciencia. Se entiende cuán absurda resulta esa idea de algunos intelectuales y comunicadores, Lanata, Sarlo y otros- de que la tele tiene que servir para pensar”.

Cristina Corea

¿Serán entonces el zapping y sus subtipos sólo un modo de consumir TV o más bien nuevas formas de acercamiento y anclaje en la realidad?

Quizás nos encontremos frente a nuevas maneras de abordar la televisión, las imágenes y por sobre todas las cosas, de aprehender el mundo que nos rodea.

Yendo más lejos aún quizás también sean modos preparatorios de nuevos estilos futuros de estar en el mundo, nuevas subjetividades en construcción a punto de partida de la interacción con la tecnología.

Ha señalado Baggiolini (1998):

“El zapping es el modo "normal", habitual de consumir televisión, recorriendo una y mil veces todas las alternativas que el cable ofrezca, cortando y rompiendo la lógica imágenes en movimiento, escogiendo por trozos los textos audiovisuales que el azar o el deseo pongan ante nuestros ojos. Los videoclips o los spots publicitarios, como se ha dicho hasta el cansancio, son un buen ejemplo de esto. Aparecen como una condensación de esta forma de producir-ver televisión, son la síntesis de este hábito hecho”.

Imágenes y diálogos fragmentados, relatos por la mitad, recorte de las ideas que las mentes modernas buscan afanosamente cerrar en una gestalt que dé cierto marco, cierto orden. A diferencia del libro, el zapping brinda fragmentos de realidad, “multidimensionalidad”. Todo aquello que contenía, enmarcaba, se deshilacha y surgen los fragmentos por sobre las viejas totalidades.

Videoclips que marean a una generación, a la vez generan fascinación en otra nueva acostumbrada a la fragmentación. No hay comienzos, desarrollos y finales claramente delineados, sino que hay una suerte de continuidad que desconcierta a los mayores. Una experiencia de flujo con continuidad entre la programación y la tanda. La tanda se inserta en la programación que simplemente opera como relleno necesario para la publicidad (Rico, 1992).

Dice Jesús Martín Barbero (2002) a este respecto:

“Quizá ninguna otra figura como la del *flujo* televisivo⁷ para asomarnos a las rupturas y las formas de *enganche* que presenta la nueva experiencia cultural de los jóvenes. La programación televisiva se halla fuertemente marcada, a la vez, por la *discontinuidad* que introduce la permanente fragmentación –cuyos modelos en términos estéticos y de rentabilidad se hallan en el videoclip publicitario y el musical– y por la fluida mezcolanza que posibilita el *zapping*, el control remoto, al televidente, especialmente al televidente joven ante la frecuente mirada molesta del adulto, para armar “su programa” con fragmentos o “restos” de deportes, noticieros, concursos, conciertos o films”.

Martín Barbero trae la figura del “flujo televisivo” para dar cuenta de esa continuidad a la que nos referíamos. Esta figura discontinua, pero de flujo, de conexión, muestra cómo es el transitar juvenil por los medios. El joven arma programas nuevos con lo existente, arma su propio programa a medida, discontinuo, pero en conexión permanente. No se limita a tomar lo que hay, sino que construye con retazos nuevas formas, “crea”, produce un programa a medida, adecuado a sus caprichos. No cuesta mucho darse cuenta cuánto dista esto de la Historia Oficial, de la rigidez de la Verdad Única, del texto a memorizar, por sagrado.

La era de la unicidad del material y la era de la verdad única ya están pasadas de moda. Hay muchas verdades, muchas opiniones, distintas aristas, distintas visiones. Muchas,

demasiadas quizás para el espíritu modernista mareado, saturado. Es más, es tanto lo que hay para leer en la actualidad que la atención por tanto se centra en aquello que sobresale, lo que no necesariamente tiene que ver ni con lo verdadero, ni con lo importante. Es uno de los riesgos de las folksonomías. El mundo en titulares. El libro en fotocopias. La Web en etiquetas. Menéame y Digg. El zapping con su modo fragmentado, ha sido transportado a los medios escritos y los modos de lectura actual difieren sustancialmente de los usuales de la modernidad. La saturación de información, la “sobremodernidad” al decir de Augé, (2000) contribuye a ello.

Escanando el mundo

“Pero ahora, por una suerte de venganza rencorosa, no bien aquello que estamos viendo comienza a exigir una atención que no tenemos en absoluto ganas de darle, apretamos un botón y reducimos al silencio a quien sea, borramos las imágenes que no nos interesan, somos los amos:

¡qué aburrido este Bergman!”

Finkelkraut & Soriano, 2004

Las categorías o las propias taxonomías se ven en aprietos cuando la información es digerida con intermitencia y el manejo inteligente comienza a desplazarse desde la capacidad de asimilar, interiorizar, digerir, a la de ordenar, clasificar y re-utilizar oportunamente la información disponible.

En la navegación por Internet se privilegia el escaneo, la búsqueda de palabras claves que den cierta cuenta de los contenidos. En ese tipo de mirada, lectura, predomina lo sintético y clasificatorio que Mc Govern (2003) denomina “metadata”, es decir información acerca de la información, algo a lo cual la Web 2.0 nos viene acostumbrando cada vez más.

Las páginas se recorren en búsqueda de titulares, frases, que guíen y promuevan el mantenerse allí y no abandonar el sitio al que se ha accedido. El contenido de las páginas en Internet es casi tan importante como su edición. Los lectores van en busca de información y esperan esas pautas que los hagan bien permanecer, bien pasar a otro vínculo. Muchas

veces es una cuestión de segundos y de rápidas decisiones. En este sentido, la navegación sí es equiparable al zapping. Si la página no amerita permanecer en ella, rápidamente será sustituida por otra que resulte más atractiva.

Por eso, como bien señala De Kerckhove: “La televisión debe hacer zapping a la audiencia antes de que ésta le haga zapping a ella” (1995: 39).

Las primeras impresiones, la velocidad perceptiva resultan elementos definitorios de la permanencia. La fidelidad se ata a la satisfacción, de otro modo, sólo queda la retirada.

Las exigencias perceptivas son cada vez mayores y las imágenes no escapan a la lógica del consumo, de la satisfacción inmediata de los sentidos.

Las lógicas del zapping son lógicas de fidelidad de uno consigo mismo y sus deseos y ansiedades. El zapping no es piadoso ni compañero. Esta forma de consumo elude el compromiso, no se esclaviza, huye de las sortijas.

¿Nomadismo u otra cosa?

Slow down
you move too fast
You've got to make
the moment last...
Paul Simon

Una vez más apelamos a Martín Barbero (2002) quien señala:

“Más allá de la aparente democratización que introduce la tecnología, la metáfora del *zappar* ilumina la escena social: hay una cierta y eficaz travesía que liga los modos de ver desde los que el televidente explora y atraviesa el palimpsesto de los géneros y los discursos, con los modos nómadas de habitar la ciudad –los del emigrante al que le toca seguir indefinidamente emigrando dentro de la ciudad a medida que se van urbanizando las invasiones y valorizándose los terrenos, y sobre todo con el trazado que liga los desplazamientos de la banda juvenil que constantemente cambia sus lugares de encuentro a lo largo y ancho de la ciudad”.

Bauman (2002) plantea que para el turista el límite es el tiempo, mientras que para el vagabundo el límite es el espacio, que presenta barreras, muros que traban su movimiento y asentamiento. Son dos dinámicas de movimiento distintas.

Si bien a primera vista la figura del nómade –figura que usará seguidamente Maffesoli (2000) – resulta atractiva, no pareciera ser del todo abarcativa para definir la subjetividad propia de esta Sociedad Informativa.

Nómades, vagabundos, turistas, clientes, navegantes, son todas situaciones a las que se apela para describir al hombre del siglo XXI. Todas esas figuras están marcadas y atravesadas por el *movimiento*. El desplazamiento es la clave. El zapping, la navegación y la exploración ya sea por necesidad o por gusto, son las formas de estar en el mundo en la actualidad. El espacio no sólo ha dejado de estar libre, para ser colonizado, sino que se nos ha pegado a la piel, como una suerte de *sobrepel* que llevamos a todos lados.

El nómade habita un espacio temporariamente y lo agota en sus recursos, en sus reservas. Ahí es cuando decide cambiar, porque necesita mudarse para poder sobrevivir. El traslado es por necesidad, no por placer, no por deseo, ni ansiedad. En el zapping lo que determina el movimiento, el cambio, no es necesariamente el agotamiento de los recursos.

El habitante de la ciudad moderna, no está movido sólo por la necesidad (como sí es el caso del inmigrante y el vagabundo) sino por la ansiedad, la búsqueda de placer y en todo caso, la necesidad de movimiento (turista, cliente, navegante).

Su nomadismo no se basa en la supervivencia física, en la búsqueda de recursos, sino en todo caso en la supervivencia psicológica en un mundo saturado.

Es el ADD en movimiento constante, inquieto, en desasosiego permanente, sin paz consigo mismo, hiperkinético. Estar en movimiento, conocer, recorrer, hacer, consumir, es lo que lo

mueve y lo obliga una y otra vez a cambiar. Detenerse resulta peligroso para este habitante del siglo XXI.

La obsolescencia, lo poco estable, seguro y duradero del mundo es un disparador del movimiento. Como todo dura tan poco, el sujeto está expuesto al constante cambio, a la constante movilidad, a reinventarse una y otra vez como sugieren y pregonan los gurúes de los planes de gerencia posmodernos, hoy venidos a menos por la crisis financiera global.

Entonces más que un nómade, el sujeto actual es un ADD con hiperactividad, incapaz de mantenerse quieto en un lado, muy poco capaz de tener la paciencia y el estado mental para sentarse a leer y dialogar con el otro.

Pero de lo que se trata es de un nomadismo virtual, ya que el sujeto queda absorto frente a la pantalla que no se mueve al igual que su cuerpo. Es un nomadismo particular, estático, conectado, inmóvil.

El zapping nos recuerda también a la figura del cliente de shopping, visitador permanente, turista, visitante de museo, que no llega a permanecer. Siempre de visita, recorre como en un shopping. Sólo se queda si le interesa, mientras deambula, compra cada tanto.

Es un paseante por los canales, las páginas, un errante, vagabundo de los medios, solitario y desvinculado que solo se detiene cuando algo llama su lábil atención.

El nómade llega a habitar un espacio mientras el deambulante huye de la posibilidad de ser encontrado en un lugar. Sus movimientos pudieran ser a primera vista similares, pero en esencia son bien diferentes; sus razones para moverse difieren.

Sin llegar al extremo del autismo, el propio ADD es un sujeto en movimiento también, con un desasosiego que lo compele a moverse continuamente.

Vivimos un tiempo en el cual la territorialidad fija, el asentamiento en el terreno ha dejado paso a una nueva forma de habitar en esta cultura. El territorio no ata ni a las identidades, ni

a los aprendizajes, ni a las comunicaciones. Los flujos prevalecen por sobre lo fijo y eso marca un cambio sustancial con respecto al siglo pasado. Los sujetos se vuelven ellos mismos líquidos, flujos mimetizados con el contexto.

Congelar el tiempo y la liquidez

El control remoto, el mouse y el móvil operan como las nuevas armas contra la liquidez y los flujos. Introducen pausas, cortes, cambian el tiempo, lo alteran, lo detienen imaginariamente.

Mientras el personaje Mafalda de Quino decía décadas atrás: “paren el mundo que me quiero bajar”, hoy los controles funcionan como extensiones virtuales que ejecutan en parte ese deseo. Lo material no es capaz de detener los flujos; el muro de Berlín es testigo de ello. A los flujos no se los detiene en el espacio; sólo se los puede desviar en el tiempo.

La represa sólida, espacial, no es capaz de detener un *tsunami* posmoderno, plagado de información e imágenes. Congelar el tiempo, enfriarlo, volver sólido lo líquido es una forma de detener el paso del tiempo. Congelar imágenes, introducir pausas, cambios como en el zapping, introduciendo la repetición, resultan formas eficaces de detener los flujos.

La hollywoodense producción “Click” muestra ese deseo de detener los flujos, de ejercer el control sobre los sucesos. La pantalla grande ha sabido leer ese afán posmoderno de introducir una pausa en los flujos, solidificar, al menos por un instante, lo líquido.

Todos tenemos un botón con el cual podemos hacer desaparecer de nuestra vista aquello que no deseamos ver. Así hace el bebé en sus comienzos, cierra los ojos y el mundo: ya desaparece. Más adelante el niño introduce en el lenguaje el *no* delante de una frase que a la vez que niega, admite (Freud, 1925). El hombre de la modernidad líquida cambia de canal, va a otro vínculo, a otro flujo, se desplaza. Se vuelve nómada de los lugares y de los no-lugares. Se desplaza antes de ser desplazado y arrastrado por los flujos. Se transforma él mismo en flujo y en una fotografía se desplaza por las redes. Hace zapping.

Bibliografía

Augé, M. (2000) "Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana" Disponible en: <http://www.memoria.com.mx/129/auge.htm>

Baggiolini, L. (1998) "Sobre las redes y los usuarios: nuevas prácticas, nuevas identidades" Disponible en: <http://www.unr.edu.ar/seminariovirtual/1998/Svexposicion1.htm>

Balaguer, R. (2003) *Internet: un nuevo espacio psicosocial*, Montevideo: Ed. Trilce

Balaguer, R. (2005) *vidasconnect@das.com. La Pantalla, lugar de encuentro, juego y educación en el siglo XXI*, Montevideo: Ed. Frontera

Bauman, Z. (2002) *La sociedad sitiada*, México: Fondo de Cultura Económica, 2004

Bell, D. (1973) *El advenimiento de la sociedad postindustrial*, Madrid: Alianza Editorial, 1991

Bion, W. (1962) *Aprendiendo de la experiencia*, Buenos Aires: Paidós, 1980

Birkerts, S. (1994) *The Gutenberg Elegies: The Fate of Reading in an Electronic Age*. Winchester, MA: Faber and Faber

Carson, Butcher, Coleman, (1988) *Abnormal Psychology and Modern Life*, Illinois: Scott, Foresman and Company

De Kerckhove, D. (1995) *La piel de la Cultura*, Barcelona: Gedisa, 1999

Fischer, H. (2000) "Elogio al zapping" en *Liberation* de Paris, 8 de febrero de 2000, Disponible en: www.hervefischer.net

Franco, Y. (2005) "Avances de la insignificancia en la sociedad capitalista. El "zappingántropus" está entre nosotros", *Página 12*, 16 de junio de 2005: Bs. As.

Freud, S. (1925) "La Negación" Tomo XIX Obras Completas Buenos Aires Amorrortu Ed.

Gergen, K. (1991) *El yo saturado*, Buenos Aires: Paidós, 1997

Levis, D. (1997) *Los videojuegos, un fenómeno de masas* Buenos Aires: Paidós

Lipovetsky, G. (1983) *La era del vacío*, Barcelona: Editorial Anagrama

Lynch, E. (2000) *La Televisión: el espejo del reino*, Barcelona: Plaza y Janés

Lyon, D. (1994) *Postmodernidad*, Madrid, Alianza Ed., 1996

Maffesoli, M. (2000) *El instante eterno. El retorno de lo trágico en las sociedades posmodernas*, Buenos Aires: Ed. Paidós, 2001

Martin-Barbero, J. (2002) *Jóvenes: comunicación e identidad*” Núm 0 febrero 2002 en *Pensar Iberoamérica* Disponible en: <http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric00a03.htm>

Mc Dougall, Joyce: *Teatros del Cuerpo*, Madrid, Editorial J. Yebennes, 1995.

McLuhan, M y B.R. Powers (1989) *La Aldea Global*, Barcelona: Editorial Gedisa,

Obiols, G.; Di Seni de Obiols, S. (2000) *Adolescencia, posmodernidad y escuela secundaria La crisis de la enseñanza media*, Buenos Aires: Ed. Kapelusz

Prensky, M. (2001) “Digital Natives, Digital Immigrants” From *On the Horizon* (MCB University Press, Vol. 9 No. 5, October 2001)

Rico, L (1992) *TV fábrica de mentiras La manipulación de nuestros hijos*, Madrid: Espasa Hoy

Romano, E. (2000) *La cultura digital*, Buenos Aires: Lugar Editorial

Sartori, G. (1997) *Homo Videns La sociedad teledirigida*, Buenos Aires : Taurus

Trejo Delarbre, R. (2006) *Viviendo en el Aleph. La sociedad de la información y sus laberintos*, Barcelona: Gedisa

Tropea, F. (2000) “Círculos, Flechas y Redes” en *Teoría y prácticas de la comunicación* Disponible en: http://www.com-elisava.com/files/docs/DC_Tropea_Circulos.pdf

¹ Psicólogo clínico y educacional (UDELAR, Univ. Minnesota). Docente universitario (UDELAR, CLAEH), Investigador y consultor, ha participado en la capacitación del PLAN CEIBAL (OLPC). *Autor de los libros: “Internet: un nuevo espacio psicosocial”* (Trilce, 2003); *“Vidasconect@das, La pantalla, lugar de encuentro, juego y educación en el sigloXXI”* (Frontera, 2005); *“PLAN CEIBAL: los ojos del mundo en el Primer Modelo OLPC a escala nacional”*, Montevideo: Prentice Hall, 2009; *“Hiperconectados. Guía para la educación de los nativos digitales”*. Santillana, 2010. Página web: www.robertobalaguer.com