

Presentación del monográfico
Semiótica de las Edades de Vida

Rafael del Villar Muñoz

Instituto de la Comunicación e Imagen, Universidad de Chile
rdvillar@gmail.com

El desplazamiento de la comunicación pública como mito de referencia simbólico de la sociedad global a la emergencia de nuevos circuitos de comunicación ciudadana, en un dispositivo de hipersegmentación de los consumidores y multiculturalidad, hace que el análisis de la vida cotidiana se torne central para aprehender y describir estos nuevos procesos emergentes de constitución de las identidades sociales, y, dentro de ello, las edades de vida son claves para entender estos nuevos procesos, tanto a nivel de la reflexión sobre la cultura como de las comunicaciones, la antropología, las ciencias cognitivas, y el psicoanálisis. Existe un saber acumulado que avala una tematización como la propuesta, ya, el 2004, el Congreso de la Asociación Francesa de Semiótica (Université Lyon 2) fue precisamente sobre *Les âges de la vie* y ha sido una contribución importante a la necesidad de la acumulación del saber sobre esta nueva realidad emergente. Desde nuestro país, y del Cono Sur de nuestra América Latina surge la necesidad de, retomando dicha huella, hacerse cargo de problematizar y de saber el estado de las investigaciones sobre la materia. Es por ello que el objetivo del V Congreso Internacional Chileno de Semiótica fue contribuir a la problematización y descripción de las edades de vida y de los procesos de constitución de las identidades y multiculturalidad a ellas ligadas, desde un punto de vista transdisciplinario, más allá de la semiótica misma. Es en ése contexto, que se torna importante dar a conocer algunas de las comunicaciones de dicho congreso, donde nuestra institución, el Instituto de la Comunicación e Imagen de la Universidad de Chile, tuvo una participación activa.

Las edades de vida son hoy una problemática aglutinante de toda preocupación por la cultura, la educación, y las comunicaciones: en un mundo de hipersegmentación de los consumidores, la edad emerge como otra categoría analítica. Y la edad no es sólo la edad biológica, es también, y por sobre todo “una representación”: las edades de la vida “representan pertenencias distintivas y sucesivas constitutivas, en el hecho, de la identidad del sujeto en diferentes momentos de su existencia a la cual él se enfrenta” (Lamiset, 2004: 11), las edades biológicas, son, entonces, significadas. Pero, al mismo tiempo son productivas, implican rupturas y continuidades al interior de un modo de producción económico, y son, a su vez cognitivas y perceptivas, tienen algo que ver con las edades tecnológicas que a los sujetos les toca enfrentar desde los inicios de su vida

social: no perciben igual, ni funcionan las mismas operaciones cognitivas aquellos que nacen en una cultura digital (nativos) con aquellos que se insertan a posteriori a ella (inmigrantes digitales), o aquellos, como la tercera edad, que nacieron en una cultura lingüística, o los adultos de hoy que nacieron en una cultura audiovisual, edades tecnológicas que en el caso chileno están datadas por estadísticas existentes relativas al equipamiento tecnológico existente en el país en diferentes períodos temporales.

Las comunicaciones y los circuitos comunicacionales han variado radicalmente. Las nuevas generaciones prefieren ver dibujos animados o jugar video-juegos, "chatear" o navegar por *Facebook* o *Tiwtter* más que practicar deportes, hacer tareas o participar en juegos presenciales de grupo, lo que enmarca nuevas realidades de segmentación etaria: cinco a seis años (grandes consumidores de dibujos animados preferentemente japoneses); 11 a 12, edad de la pubertad, esto es de cambios en sus procesos de relaciones sociales y de cambios biológicos, y de un alto consumo de video-juegos y de dibujos animados (video-juegos, que por el nivel de su consumo y del equipamiento de consolas en la realidad chilena, lo hace transformarse hoy en un medio masivo); 15 a 18 años, edad en que deben enfrentar la entrada a la educación superior o a la actividad productiva, todos ellos directamente ligados a la nueva cultura digital, edad, al mismo tiempo, gran consumidora de *reality shows*.

En el segmento etario 23 a 24 años, los sujetos deben enfrentar el mundo laboral, si es que se insertaron a la educación superior, o ya están insertos, si pasaron directamente de la enseñanza media al mundo productivo, pero en ambos casos, la inserción a la cultura digital en el caso chileno no es homogénea, pues este grupo nace en la cultura de lo audiovisual, como centro hegemónico, y *a posteriori* se inserta en los video-juegos de simple estructura (*Pac Man*, consolas Atari, etc.) por lo que llevan una temporalidad tecnológica propia.

Si todos los segmentos anteriores vivieron plenamente una cultura de la imagen, implicando ello nuevos protocolos perceptivos y cognitivos, el segmento posterior, de 27 a 33 años, será de tránsito respecto de las nuevas tecnologías, al mismo tiempo que constituirá un grupo homogéneo de adultos-jóvenes con un alto nivel de consumo.

Entre los 40 y 55 años se constituye un grupo sin acceso directo a las nuevas tecnologías, desde el punto de vista cognitivo y perceptivo, por lo que su rasgo específicos, respecto a su edad tecnológica es ser inmigrantes digitales, inmigrantes visuales (pues nacen en una cultura lingüística), esto es, remiten a una realidad propia.

Finalmente, se encuentra el segmento de la tercera edad, proceso biológico pero al mismo tiempo proceso de significación, que puede pasar por darle una significación propia, o ignorar la edad, sustituyéndolo por un universo imaginario.

Todas estas segmentaciones etarias son, en definitiva, varios ejes de edades que se desarrollan y se interrelacionan: las edades biológicas, las edades de significación, identidad y pertenencia, las edades tecnológicas que implican miradas propias y procesos cognitivos propios, y las edades productivas que son los caminos del modo de producción económico para el desarrollo de sus unidades productivas, y todas ellas cristalizan procesos sociales, y tiempos de rupturas; de allí la necesidad de tomar como objeto de reflexión, también, las fases de tránsito.

Esta nueva realidad emergente de las "edades de vida" tiene una enorme importancia en publicidad, sobre todo en los dos primeros segmentos, pues, según estadísticas del Consejo Nacional de Televisión Chileno, son ellos quienes ejercen la acción de compra real de innumerables productos familiares, más allá que la adquisición de productos propiamente infantiles, lo cual cobra una enorme importancia en el diseño y en el periodismo, en un contexto de hipersegmentación de los consumidores, ya que los medios y el diseño deben enfrentar no sólo un público no masivo (solo el telediario acapara más de la mitad del *rating*) sino que desarrollar nuevas estrategias comunicacionales para estas nuevas realidades.

El cambio de la cultura medial y de la circulación de los objetos comunicativos toca a todo el edificio sociocultural, por lo que la temática de los números 22 y 23 de la revista *Comunicación y Medios* no sólo es de interés para las comunicaciones (Periodismo, publicidad, diseño, televisión) sino que para la Antropología Sociocultural y la Sociología de la Cultura: la vida cotidiana y los procesos de constitución de las identidades no son homogéneos, remitiendo a micro- culturas donde las nociones clásicas de sujeto histórico desarrollada por el pensamiento clásico no pueden sino que redefinirse.

Los nuevos procesos de constitución de las identidades remiten también a la Psicología y el Psicoanálisis, que necesitan nutrirse de la comprensión de los nuevos funcionamiento de la sociedad, donde la cultura simbólica tiende a no tener el poder explicativo y descriptivo de antaño, de allí la importancia que para ella tiene la temática del V Congreso, pues hay coexistencia de procesos de constitución de identidades propias de la hegemonía simbólica del siglo pasado, con la de las nuevas generaciones.

Las edades de vida como preocupación nutre también a las ciencias cognitivas, pues lo que ellas nos dicen es que las operaciones perceptivas y cognoscitivas son previas a la acción, y como lo señala F. Varela, son enactuadas; esto es, remiten en definitiva a una historia sociocultural y personal a la vez, donde el aprehender estas rupturas y estas ligazones de edades biológicas con edades tecnológicas y productivas nos permiten entender más profundamente las realidades emergentes de tratamiento paralelo de la información propias de la cultura audiovisual de las nuevas generaciones.

La preocupación por las edades de vida son una contribución también a la medicina, pues muchos problemas biológicos remiten a la significación: no solo existe lo psicossomático como una entidad abstracta, sino que las edades de vida biológicas se interconectan con la significación que hacen de ella los sujetos, lo que se liga con las edades productivas y con la edad tecnológica en la que nacieron, lo que se hace necesario enfrentar analíticamente con una perspectiva transdisciplinaria como la propuesta por nuestro V Congreso, tan urgente en casos como la tercera edad y la adolescencia.

La temática de Identidades, Edades de Vida y Multiculturalismo son importantes, también en la Educación y en la Literatura, esta última tiene hoy el desafío de tratar de explicar el *boom* de *Harry Potter* o *El Señor de los Anillos*, libros complejos apetecidos por niños y jóvenes, a pesar del contexto general de poco interés por la lectura, lo que remite a insertar la categoría de las edades de vida en los análisis; mientras que la educación tiene el problema no menor de inteligibilizar las

fallas atencionales, la poca preocupación por la lectura, las debilidades del saber, en un contexto de ser, de los educandos, grandes consumidores de objetos culturales complejos. También es de interés para la Estética, pues la producción y explotación de la obra artística necesita nutrirse, para ser eficiente, del estudio de su público. Las Edades de Vida, reclaman, entonces, un punto de vista integral, que corte transversalmente los saberes estancos, y bajo el puente de la Semiótica poder aprehender estas nuevas realidades.

De allí que éste número, para poder desarrollar esta transversalidad, se ordenarán, no por subconjuntos disciplinarios, sino que por segmentos etarios (rupturas) y pasajes de tránsito, a los cuales pertenecen sus objetos reales y/ o sus consumidores, lo cual permitirá un diálogo que, esperamos, pueda contribuir a la intelegibilización de un fenómeno que preocupa crecientemente a nuestra sociedad.

Por otra parte, desde el punto de vista de la temática global del significado sociocultural que las edades de vida hoy plantea a los analistas, cabe destacar la ruptura que el concepto implica si analizamos sus manifestaciones. El concepto de Rousseau de las etapas de vida estaba en función de la inmersión progresiva del sujeto en lo racional: desde el niño, dedicado eminentemente a jugar, se planteaban fases progresivas que van desde el Kinder al Colegio y a posteriori la Universidad, donde la edad madura estaba en correlación a la Edad Productiva. Sin embargo, como lo señala Deschavanne y Tavoillot (2007) hoy parece ocurrir un proceso más complejo: los jóvenes pretender ser grandes, terminar su dependencia de los padres, y ser grandes, pero en ello, parece no estar implicado, el ser maduro, entendiéndose por ello el concepto de Rousseau de racionales, ellos quieren seguir siendo jóvenes, y curiosamente, los adultos parecen querer ser jóvenes, y la categoría de madurez racional parece ser una categoría vacía, ausente. Esto en un contexto de prolongamiento de la edad de vida y condiciones tecnológicas de salud que prolongan las etapas que eran las constituyentes de las edades demográficas establecidas con anterioridad.

Son estas, también las problemáticas de estos números de *Comunicación y Medios*, dedicados a las Edades de Vida.

Referencias

- Deschavanne, E.; Tavoillot, P.-H. (2007) *Philosophie des âges de la vie*. Paris: Grasset.
Lamiset, B. (2004) *Les âges de la vie. Livre résumés Congrès de l'Association Française de Sémiotique*. Lyon: Université Lyon 2.