

Universidad de Chile
Instituto de Comunicación e Imagen
Magíster en Comunicación Social
Semiótica General

Microculturas y Transformación de la Noción de Sujeto

Integrantes:

Sonia Fusco
Pedro Nolasco González
Macarena Orroño
Juan Enrique Ortega
Francisco Zabaleta
Vanessa Zúñiga

Santiago de Chile, Septiembre de 2003

INTRODUCCIÓN

Tal como lo han descrito varios autores, los macro procesos socio-culturales más influyentes en la postmodernidad lo constituyen los de globalización y diversificación cultural.

La globalización y la lógica de mercado se traducen concretamente en la segmentación del consumo bajo un criterio de producción a gran escala, donde un producto específico es consumido por públicos específicos de diversas regiones del planeta.

Una de las primeras constataciones la constituye el hecho de que la comunicación pública deja de importar tanto en la toma de decisiones como en los mensajes emanados y compartidos por la comunicación interpersonal. Es la comunicación en la vida privada la que se erige como el nuevo eje de referencias simbólico hegemónicas.

Junto a la caída de las macro-visiones totalitarias que en algún momento dividieron el mundo occidental del siglo XX, se produjo la emergencia de las nuevas tecnologías, que reforzaron de manera proporcional procesos de fragmentación del sujeto único y la hiper-segmentación del consumo de los medios de comunicación masivo, que rápidamente comenzaron a transformarse en medios de comunicación grupal o individual.

Los medios se multiplican, la oferta se diversifica, el impacto se reduce y el comportamiento se disgrega de los grandes modelos normados por los mensajes masivos.

El aumento en el acceso a nuevas tecnologías, producto del abaratamiento de su fabricación y los costos de producción y de sus arrolladoras estrategias de mercadeo, provoca una diversificación proporcional al número de aparatos encendidos o en línea. Estos beneficios y el consumo de nuevos y más variados discursos y formatos culturales implica procesos de hiperselección de contenidos e hipersegmentación de audiencias frente a la simultaneidad de los relatos mediales.

Surge de esta manera un nuevo protocolo de lectura, una nueva categoría epistémica de recepción de los mensajes en el sujeto post-moderno, una nueva competencia perceptiva. Ésta conlleva nuevas estructuras mentales incluso en la conformación psíquica del sujeto, y en los procesos de relaciones y negociaciones que el individuo realiza frente a su medio. La lectura se transforma en asociativa, “mezcla de fragmentos” de distinto origen y contenido, que se articulan bajo una lógica distinta a la clásica.

La respuesta perceptiva de las nuevas generaciones es la lectura asociativa y los argumentos paralelos. Estos nuevos protocolos de lectura se derivan de una lectura fragmental, o técnica del zapping. De esta forma, lo que

corresponde es tratar de contextualizar y dar cuenta de la interrogante de cómo este cuadro ha venido a conformar microculturas, y cómo éstas cambian la noción de sujeto.

El multiculturalismo, fenómeno validado por la ideología del capitalismo global, trata a cada cultura local como el colonizador trata al pueblo colonizado, es decir, como nativos, cuya mayoría debe ser estudiada y respetada cuidadosamente. Toma una distancia eurocentrista condescendiente y/o respetuosa para con las culturas locales, sin echar raíces en ninguna cultura particular.

Actualiza el cuadro del colonialismo imperialista tradicional, a través de la autocolonización capitalista global, a través del multiculturalismo. Esta vez con la suma de la paradoja de una colonización sin la metrópolis colonizante. Ello supone una lógica imperial cuyo principio constitutivo es no tener lógica salvo la de ser un capitalismo global.

Este que constituye una estructura dual caracterizado por un hiperliberalismo económico y ser un promotor de una ideología hegemónica, extrapola las alternativas de consumo hacia rangos no imaginados por las ciencias dedicadas al comportamiento humano. De esta forma, las relaciones conformadas entre el individuo y los flujos de consumo, son fieles a los modelos caóticos de adquisición de bienes, legitimando los hábitos de consumo como eje replicador del sistema en sintonía con sujetos de diversas culturas.

En el multiculturalismo y la fragmentación del sujeto, las tendencias del actual pensamiento político postmoderno, intentan legitimar la proliferación liberadora de las múltiples formas de la subjetividad, en desmedro del espectro del sujeto trascendental, abandonando la meta imposible de una transformación social global, para concentrar la atención en las diversas maneras de reafirmar las subjetividades particulares.

Presentación

El presente trabajo da cuenta de una serie de investigaciones realizadas por distintos autores acerca de la realidad multicultural, como pensamiento político post-moderno. Específicamente, cuatro expresiones culturales que se desarrollan en nuestro país: videoanimación, Hip Hop, Graffiti, televisión e internet .

Esta estructura proviene del capitalismo global y genera dos macro procesos de construcción de identidad, la globalización y la fragmentación. De esta forma, asistimos a un nuevo o paradigma semiótico que enfrenta dos formas de comprender la realidad: una monológica, binaria y opositiva; y otra polidialógica y contradictoria.

Ambas lógicas de análisis, no son más que partes de un mismo tablero: pretenden consolidar la hegemonía ideológica global, negando los nuevos procesos de construcción de sujetos sociales.

En este mismo punto y según los autores analizados, podemos dar cuenta de que el discurso monológico, binario, opositivo y narrativo, presenta desventajas frente al discurso polidialógico, múltiple y simultáneo, contradictorio y fragmental.

El texto coherente, con desarrollo discursivo - lineal, funciona sólo en la medida en que el receptor del mensaje esté dispuesto a exponerse al discurso el debido tiempo y sin otros argumentos paralelos. Frente a la mirada de caleidoscopio, ese tipo de discurso queda relegado a la obsolescencia.

Ante una nueva realidad de transformaciones de las formas de funcionamiento comunicacional y una creciente heterogeneidad cultural, que se manifiesta en una hipersegmentación de consumidores y la emergencia de subculturas, las lógicas hijas del sistema hegemónico tratan de reinstalar las nociones clásicas de sujeto, sin ver los “nuevos procesos de construcción de identidades” y las nuevas ideologías que de allí emergen.

Es en este mismo proceso donde podemos observar la conformación de una identidad de resistencia, entendida como aquella producida por los actores que se encuentran en posición de resistir y sobrevivir, insertándose en una barricada con principios extranjeros o ajenos a las instituciones de la sociedad, es una respuesta condicionada y estigmatizada por el modelo hegemónico global.

La posibilidad de emergencia de nuevos sujetos históricos asumiendo una identidad de proyecto, a partir de la identidad de resistencia, no es más que un ardid del sistema.

Ante este cuadro, clarificadoras son las palabras de Armand Mattelart, quien afirma que “La homogeneización de las sociedades es algo inherente a la

unificación del campo económico. Su fragmentación constituye su corolario. Esto se debe a que aumenta el desfase entre la razón mercantil y las culturas; entre un sistema tecnocientífico, que está generalizándose y el deseo de afirmación de la identidad. La distorsión hace que aparezca como un enigma el resultado de la marcha de la humanidad hacia la integración”.

El sistema colonizante, trata de restaurar al sujeto clásico como una forma de coherenciar los profundos cambios en los procesos de producción- circulación y consumo medial, reconstruyéndolos como una mera especulación deductiva, donde falta precisamente la lógica de la economía política para instaurarlo.

El desplazamiento de la comunicación pública a la comunicación en la vida cotidiana, como eje de referencia simbólico hegemónico, ha constituido una ruptura de funcionamiento de todo el edificio sociocultural. El paralelismo de este proceso con la irrupción de las nuevas tecnologías comunicacionales, multiplica la producción cultural y diversifica la local.

Es así, que la comunicación pública deja de importar tanto en la toma de decisiones como en los mensajes emanados y compartidos por la comunicación interpersonal. Es la comunicación en la vida privada la que se erige como el nuevo eje de referencias simbólico hegemónicas.

El equipamiento audiovisual ha generado el escenario para la emergencia de microculturas, en donde ya no hay un consumidor masivo. Lo que ha cambiado sustancialmente la oferta y el consumo cultural de medios, instalando nuevos procesos de identificación y lectura segmentada.

El multiculturalismo y la fragmentación han generado nuevos procesos de constitución de los sujetos sociales, lo que provoca un quiebre con las definiciones clásicas de los sujetos aportadas por los saberes acumulados. Dicho vacío o desfase disciplinario impone la apremiante tarea de generar nuevas estructuras de análisis, lo que implica interrelacionar y readecuar las categorías epistémicas aplicadas al estudio del sujeto por la sabiduría contemporánea.

Nuevas Nociones de Sujeto

La articulación de nuevos formatos de transmisión discursiva, y de distintos modelos de estructuración mediática, se refleja tanto a nivel de sujeto-individuo como de sujeto-colectivo, y es así que los actores sociales actuales posicionan su discurso en la esfera pública ya no basados en estructuras clásico-modernas, sino con lógicas que privilegian los formatos ya mencionados.

Un ejemplo claro de la fragmentación e hipertextualidad imperante en los temas del imaginario colectivo y en la comunicación de los actores sociales contemporáneos, es la articulación del discurso público mapuche, en cuanto complejo textual polisistémico producido para la prensa.

El discurso público mapuche actual se entiende como un complejo de discursos en que, por medio de sus agentes institucionales y/o representativos, el pueblo mapuche “apela a la sociedad mayoritaria en que está inserto con el fin de reafirmar sus principios y derechos, expresar su descontento, postular sus demandas y reivindicaciones y buscar, también, formas de acercamiento y encuentro interétnico e intercultural.

Existe una clara distinción entre la actividad comunicativo verbal de las personas e instituciones mapuches: el “discurso público” (marcados por una acción identitaria y reivindicativa) y el “discurso periodístico” creado desde los medios y con orientación de sociedad global. Esta diferencia está marcada por la disparidad de los objetivos y sólo comparten la temática y el espacio común en que se difunden.

La investigación de Hugo Carrasco, profesor de la Universidad de La Frontera sostiene que el discurso público mapuche está creado para la prensa, y existe también un discurso académico y político que no incide de manera prioritaria. Es así que el discurso público, muestra una tendencia a la pérdida de su carácter de pueblo originario, asimilándose a los tipos de discurso y a los usos de la cultura mayoritaria de la sociedad nacional, en especial del discurso para la prensa.

Este estudio arrojó luces sobre los diversos formatos utilizados: declaración pública, comunicados, cartas, manifiesto, convocatoria, documentos, propuestas, boletines, revistas, conclusiones de asambleas, entre otros.

Lo anterior hace referencia a una lectura hipertextual que realizan los medios de comunicación respecto del discurso reivindicativo mapuche, dispositivo que se traslada a las percepciones colectivas, sobre el tema. Esto es producto de la segmentación en la distribución y elección de discursos que los medios realizan arbitrariamente.

El discurso público mapuche definitorio y predominante es el discurso para la prensa, esto porque los textos destinados a darse a conocer son aquellos que se acoplan al engranaje periodístico; (prensa escrita, radio, TV), también se utilizan otros medios públicos que captan la atención noticiosa tales como Internet, marchas, actos multitudinarios y graffiti. Asimismo se utilizan medios privados que tienen que ver con redes de comunicación, en los que destacan correos privados y cartas personales.

Las conclusiones del análisis definen al discurso público mapuche como una acción comunicativa que no emplea los criterios tradicionales de la cultura originaria, sino que una postura cercana a la cultura de la sociedad global, por asumir formatos que rompen la tradición moderna-clásica y posicionarse en el espacio mediático mediante mecanismos basados en la lógicas de la fragmentación y reconstrucción discursiva.

A nivel del sujeto, estas lógicas comunicativas se repiten y se instalan produciendo transformaciones interesantes en las estructuras psíquicas establecidas hasta

ahora. El paulatino surgimiento de nuevas tecnologías provocaría irrevocablemente en el sujeto, nuevas maneras de percibir las. Al cambiar la técnica cambia la manera de operarla, obligatoriamente.

Se habla de una mirada caleidoscópica, o de la cultura del mosaico, situando como imagen de ello, al sujeto frente a la pantalla del computador percibiendo de manera simultánea varias ventanas abiertas con información discontinua entre ellas.

Surge de esta manera un nuevo protocolo de lectura, una nueva categoría epistémica de recepción de los mensajes en el sujeto post-moderno, una nueva competencia perceptiva. Estos nuevos protocolos interpretativos se basan en lógicas no argumentativas, tal como describe Rafael Del Villar, en “espacios fragmentados, oníricos, de conexiones pluri-dialógicas”.

Las relaciones establecidas con las nuevas tecnologías dan cuenta de un sujeto que, más allá de presenciar ciertos acontecimientos, tiene la posibilidad de intervenir en ellos modificando las estructuras preestablecidas, para acomodarlas a su propia realidad. El caso más ejemplificador es la producción y elaboración de medios digitales como la gran red de ordenadores conocida como Internet.

Para el investigador brasileño, Arlindo Machado, estas nuevas competencias generan individuos que interactúan en el espacio virtual. Sujetos que dialogan y se comunican con las imágenes de los programas y sostiene que si éste pierde imaginación dentro del universo virtual gana, paradójicamente, una serie de acontecimientos mucho más complejos. Es decir, un mundo de posibilidades que demandan del sujeto respuestas problematizadoras e imprevistas que pueden dar soluciones inéditas en la historia de la cultura.

Este sujeto, consumidor e interventor de la oferta, no opera bajo una estructura homogénea, sino a partir de las contradicciones, ya que no existe un solo principio constitutivo en su base. La estrecha relación con el hipertexto que mantiene el sujeto, convierte su cotidianeidad.

La supremacía del hipertexto como formato reproductor de contenidos culturales, ha direccionado las nuevas formulaciones identitarias hacia una fragmentación de alternativas para las nuevas generaciones, pudiendo elegir en el mosaico de textos y flujos informativos existentes los más apropiados para servir de tierra de cultivo a las definiciones de identidades colectivas y la visión del YO del individuo.

Para los autores Ricardo Casas y Luis Perillán, las principales características que definen al hipertexto manga/animé son la presencia de estructuras narrativas complejas, donde no existe estructura actancial fija; una sintaxis audiovisual no supeditada al texto narrativo; pérdida de noción figura y fondo, en reemplazo aparecería el concepto “presencia plena”, ligado a la multiplicidad perceptiva del sujeto. En el animé/videojuegos hay relaciones de interconexión entre códigos internos y externos a la animación: este hipertexto presupone una interconexión

entre los códigos del multimedia y de un cúmulo de objetos de consumo que constituyen “textos” que retroalimentan y complementan el consumo de animé. (noción de textos abiertos).

Indudablemente, en este sujeto hipertextual se evidencian nuevos trayectos entre los ejes de su mundo imaginario y su mundo real. El primero es el espacio donde él puede desarrollar las habilidades aprehendidas de los nuevos formatos y expresar y legitimar sus nuevas competencias lecto-perceptivas. Sin embargo, en el mundo real, la ley parental se transforma en un eje modelador que no valida estos nuevos protocolos y refuerza en el sujeto patrones clásicos de construcción de identidad y de inmersión en la sociedad.

La constante y necesaria legitimación del Yo en el sujeto sufre un quiebre, ya que debe elegir entre satisfacer la ley parental y aceptar las reglas, o desarrollar y asumir las nuevas capacidades perceptivas como forma de vida. De ahí la generación de procesos identitarios ligados a estructuras contradictorias y que no encajan en los modelos clásicos propuestos por el sociólogo Manuel Castells.

Tanto el hip-hop como el graffiti, son ejemplos de la instalación de las bases de nuevos procesos identificatorios psicoanalíticos. Ellos conforman las bases de nuevas cosmovisiones y relatos sociales. Es probable que los protagonistas de dichas microculturas no sean proclives a desarrollar identidades de resistencia ni identidades proyectos.

La identidad no funciona como cosmovisión, sino como una multiplicidad de espacios y roles unidos por vectores comunes. La nueva identidad cultural resulta, en resumen, del constante diálogo entre sub conjuntos simbólicos. Los jóvenes, por lo tanto construyen identidades fragmentadas. Por un lado, funcionales a su grupo de pares y por otro, identidades funcionales a su relación con padres y profesores, el deseo de ser aceptados se comparte entre dos fuentes de saber; la de los padres y la de los pares etéreos.

Este nuevo modelo de constante negociación simbólica, que a veces acepta y otras veces rechaza la ley parental, constituye un proceso de construcción de identidad un poco catastrófico ya que habiendo encontrado el equilibrio con su imaginario, por ejemplo a través del consumo del videojuego, debe ocultar sus gustos. Ello, origina la construcción del modelo transaccional, que se desplaza entre la satisfacción de ejes de significados diferentes, ya que para satisfacer el mundo imaginario recurre a su inmersión en flujos hipertextuales que le permiten “ser aquello que no le es permitido en el eje de ley parental-sistémica.

En términos de análisis psicológico, y de acuerdo al comportamiento del sujeto, estos nuevos procesos identitarios privilegian su gratificación simbólica e imaginaria por sobre un cumplimiento-rechazo del modelo parental.

Un ejemplo del manejo del sujeto “entrando y saliendo” de modelos simbólicos es el que identifica Francois Jost, respecto a la identidad en la televisión de grupo, es

el culto de lo fantástico. Elocuente es la frase final atribuida a un niño de la televisión que dice “yo prefiero mis ficciones a vuestra realidad”.

La realidad del mundo actual y los parámetros que la rigen no interesan y quizás lo mejor es asumir una actitud de negación. Sin motivaciones y sin preocupaciones globales, el telespectador fija sus intereses en la ficción. Ésta, en estrecha ligazón con lo real, expresa un mundo creíble y reconocible, pero inexistente. Un ejemplo de ello es la oficina de los Archivos X, tan solicitada por los visitantes de las dependencias del FBI en Washington.

La línea entre lo real y la ficción es difusa. Según el autor francés, los espectadores son incitados a establecer un lazo entre el mundo de la ficción y la realidad, ante la carencia de la información real. Por esta razón, se produce un escepticismo generalizado donde las imágenes ficciones parecen más verdaderas que las imágenes reales. La ficción se funda sobre comparaciones con nuestro mundo y, a veces, lo fantástico permite investigar la realidad no dicha o censurada por las instituciones.

En algunos sujetos, la japoanimación constituye el espacio de ensoñación necesario para la evasión de un mundo donde rige un modelo parental autoritario que no los legitima, negándose a resolver su problema de identificación. Para otros, es un espacio de catarsis.

Las posibilidades que demuestra el sujeto de modificar su relación con el mundo e instalarse en diferentes plataformas según la satisfacción de su Yo, se desprende de la apertura de éste a nuevos protocolos perceptivos que permiten la modificación del texto de forma simultánea a su lectura.

En el caso de Internet, el sujeto ha desarrollado capacidades de modificación concreta de los textos que consume, lo que ha permitido al sujeto acercarse a la figura de un ser activo que ante una multiplicidad de opciones, modifica a gusto su realidad.

Ejemplo de ello, es la implicación corporal que se evidencia en el espectador de animé y del jugador de videojuego: ya sea a través del joystick o de la recepción de los cromas y pulsiones audiovisuales de las series animadas, que muestra la producción de experiencias de placer y displacer alternadas, condensación y energía del cuerpo, motivadas y comandadas por el propio individuo

El autor brasileño Arlindo Machado, plantea la existencia de un nuevo fenómeno definido como la “hipérbole del sujeto”, que según Machado es una especie de narcisismo radical donde la única identificación posible es la del sujeto consigo mismo. El usuario, casi siempre se inserta en los ambientes virtuales como el actor principal, donde los acontecimientos suceden en función de él.

Es similar el caso del “modus vivendis” del joven hip hop, quien se hace por amor al hacer. El hip hop pretende enseñar vida, la que se manifiesta en la “acción”.

Más que a una ideología, el “hacer” le otorga un lugar en su mundo, con referencias, espacios y participación sin una estructura jerárquica. Respecto de la jerarquía, o el “poder” de cada miembro de la comunidad, es característica la falta de consenso sobre los parámetros que se aplican para establecer su validez.

Los nuevos elementos que se conjugan en la construcción de sujeto, han provocado la emergencia de las llamadas microculturas, como redes de articulación social, ya no sobre la base de las ideologías, sino a partir de los nuevos modos de consumo.

Microculturas: nuevos procesos de articulación social

Los recientes modelos de construcción de sujeto están fuertemente influenciados por el proceso de globalización que está experimentando la sociedad actual. A esto se suma el aumento en el acceso a nuevas tecnologías, lo que hace factible la ausencia de un núcleo simbólico global que ha creado las condiciones necesarias para la emergencia de microculturas, donde ya no existe un consumidor masivo.

Las microculturas no sólo constituyen discursos ventilados en la plaza pública, sino toda una red de interconexiones, comportamientos y símbolos. De alguna manera, abandonan las aspiraciones de cambio global y apuestan por la reafirmación de los rasgos identitarios del grupo para legitimar ante el panorama globalizado las propias particularidades de género, origen, comportamiento o pensamiento. Ya se ha dicho, en el horizonte cultural post-moderno importa más el reconocimiento multi-cultural en lugar de la lucha sistémica.

Las llamadas microculturas emergentes se insertan dentro de este panorama como una forma alternativa de articulación social. Desde el punto de vista psicológico, y de acuerdo al comportamiento del sujeto, estos nuevos procesos identitarios tratan de legitimarse ante sus pares y de paso equilibrar su estado psicoanalítico.

Estas sub-culturas se caracterizan por ser heterogéneas, aunque minoritarias y excluyentes. Además se materializan en centros geográficos bien determinados (lugares de encuentro o reunión social de estudio y convivencia y/o esparcimiento). No poseen redes de interacción comunes, sino que están cortadas por sub-conjuntos constituidos generacional o temáticamente, sin perder rasgos constitutivos que las distinguen de otras.

Revisemos esta forma de construcción social tomando nuevamente el caso de las microculturas de la japoanimación, el hip - hop, el graffiti, la televisión e Internet.

En la primera de ellas, por ejemplo, los nuevos patrones de consumo se ven reflejados en los consumidores de la videoanimación o del dibujo animado que interconectan los diversos formatos audiovisuales, convirtiéndose en amos y señores de los dispositivos narrativos hipertextuales, donde la interconexión de

múltiples soportes es necesaria: no son sólo consumidores de textos culturales hipertextuales, sino también constructores de redes de intercambio social, sobre las que se establecen las nuevas formas de relación humana. Todas ellas al margen de la cultura oficial, que no valida (de ahí el apelativo de culturas de resistencia de Manuel Castells) estos nuevos procesos, donde el sujeto busca su legitimación ante los pares, fuera del modelo parental, que prohíbe sus gustos.

Las redes de socialización generadas alrededor de los circuitos de consumo de japoanimación producen roles que reafirman nuevos modelos de identificación en el sujeto infanto-juvenil.

La investigación de Víctor Fajnzlyber realiza una exploración etnográfica al circuito de sociabilidad que rodea el gusto por la japoanimación, principalmente a través de tiendas especializadas y eventos específicos, que le permiten dar cuenta de nuevas formas de jerarquización del sujeto en el mundo, de acuerdo a cuotas de poder obtenidas por el grado de consumo que tenga del *animé*, lo que conlleva un grado de conocimiento mayor y una consiguiente valoración de sí mismo ante sus semejantes.

Fajnzlyber constata que las redes de consumo de la japoanimación se tornan marginales porque ocupan espacios apartados del modelo de una sociedad que condena los hipertextos culturales, al contrario de las redes de consumo del *merchandising* de la animación americana que ocupa un importante lugar en las grandes tiendas o comercio legitimado ante el sistema. Este rasgo de "outside" que ostenta el consumidor de manga/*animé* tiende a establecer estructuras reafirmadoras del sujeto, porque comprende organizaciones reforzantes del imaginario basadas en el manejo de saberes no inteligibles para los "otros".

El sujeto hipertextual, entonces territorializa su existencia como grupo, a través de redes excéntricas e inestables, donde los antecedentes, conocimientos, habilidades y bienes ligados al hipertexto son legitimados como modo de obtención de status, respeto e identidad: todas categorías que no encuentra en las estructuras ligadas al modelo parental clásico-moderno.

Desde la óptica de la psicología analítica, las microculturas del hip-hop y el graffiti son las base de nuevos procesos identificatorios psicoanalíticos, que no son sólo psíquicos, sino que constituyen los cimientos de nuevas cosmovisiones. Es probable que los partícipes de ambas subculturas no sean proclives a constituir identidades de resistencia ni de proyectos en el sentido de una ruptura con las construcciones clásicas de los sujetos sociales.

En el hip-hop, la definición de convertirse "hip-hopero" se desvincula de una construcción teórica y de un cuerpo discursivo central. El proyecto se estructura a través de la red de relaciones sociales, la que se explica mediante un esquema sistemático posmoderno fuertemente esquizofrénico y contradictorio respecto de las pautas culturales chilenas tradicionales.

El graffiti, en tanto y por su característica transgresora y alternativa, constituye un testimonio tangible de una perspectiva de cosmovisión que no tiene un lugar en los medios institucionales. Su mensaje tiene mayor relación con la identidad cultural y pretende indicar que el sujeto urbano no es un simple consumidor de productos en serie, sino un individuo que busca expresar sus diferencias sobre el resto.

En el caso de la televisión, los jóvenes, principalmente, construyen su propia identidad a través del consumo de este medio, puesto que le han levantado un verdadero culto. Ello, de acuerdo al análisis que hace el autor Francois Jost en su artículo "El culto de la televisión como vector de identidad".

En la actualidad, distintos grupos etéreos se enfrentan a la programación globalizada. De allí extraen comportamientos, valores e identidad. Las motivaciones de los telespectadores traspasan las fronteras territoriales transformándose así en uno más de los "tv o sounds groups".

Dentro de estas nuevas formas de consumo de medios que realiza el sujeto actual, es necesario incluir el auge que ha experimentado el acceso que existe a la red Internet; uno de los fenómenos tecnológicos más importantes de este período.

El autor brasileño Arlindo Machado, trata de explicar dos conceptos que se pueden distinguir en la interacción de un sujeto con programas computacionales y espacios virtuales. Estos son la inmersión y el agenciamiento, fenómenos en los cuales de una u otra forma, el sujeto se ve involucrado en este proceso de interacción.

El primero de ellos, hace referencia a que los nuevos ambientes de inmersión virtual reemplazaron a los antiguos sistemas donde sólo existía un narrador, en este caso el cibernauta. En la actualidad, los simuladores de hechos virtuales están compuestos por dos sujetos simultáneos: por un lado, un personaje físico (el usuario) y por el otro, un sujeto despersonalizado de funcionamiento automático (un programa computacional).

Mientras que el segundo, (el agenciamiento) es la sensación que experimenta un sujeto en cuanto a que la acción que ha realizado es el resultado de su decisión o elección. Este mismo fenómeno se aplica a los espacios virtuales, ya que el camino a seguir no está determinado a priori, a diferencia de los libros y las películas donde el espectador está imposibilitado de modificar la realidad y donde la sucesión de hechos no se ven alterados por la participación del sujeto, una participación en la cotidianidad que no existe.

Dentro de la capacidad de los sujetos para interactuar entre sí, existe un proceso que comienza a masificarse: las conversaciones Internet, más conocidas como chat, las que han sido objeto de entretención para niños y jóvenes, principalmente.

El autor Ismali Palma Neyra, sostiene que estas conversaciones virtuales, a través de la pantalla de un computador, se caracterizan por la combinación entre palabras y signos gráficos que muchas veces, superan a la cantidad de letras que pueden ser utilizadas en una conversación virtual.

Uno de los mejores ejemplos que puede graficar esta situación, por lo menos en nuestro país, es el auge del chat denominado *messenger*, un programa de conversación virtual de Hot mail y Yahoo, donde los iconos gestuales alcanzan un rol tan protagónico como lo son las palabras.

En el análisis de las microculturas que hemos revisado con anterioridad, es importante destacar que un factor predominante cruza transversalmente todas ellas: los jóvenes, construyen identidades fragmentadas, por un lado funcionales a su grupo de pares y por otro, identidades funcionales a su relación con padre y profesores, el deseo de ser aceptados se comparte entre dos fuentes de saber; la de los padres y la de los pares etéreos.

Conclusiones

El presente trabajo da cuenta de una concepción de mundo que necesita de nuevas categorías epistémicas para ser aprehendida y superar el desfase que existe entre este cuadro y las metodologías actuales.

Esta revisión que los autores plantean sobre el actual panorama, acerca de los procesos de construcción de identidad, caracterizados por replicar los actuales protocolos de lecturas, advierte que las políticas de cultura y educación de los grupos dirigentes, evidencian una patente discordancia entre las prácticas y usos que reciben los hipertextos en los procesos psicosociales del individuo.

Esta manera de funcionamiento que involucra toda una red de relaciones sociales asociadas al movimiento, deriva en una incapacidad para interpretarlo por parte del saber acumulado a la luz de los modelos analíticos clásicos, pues al igual que un collage se ha configurado de manera abstracta y contradictoria al irrumpir en el espacio público, como lo plantean las microculturas vistas anteriormente.

Ello deriva en que estas formas de agrupación entre sujetos, de alguna manera, abandonan las aspiraciones de cambio global y apuestan por la reafirmación de los rasgos identitarios del grupo.

Respecto del fenómeno de la hipertextualidad, tanto el texto de la videoanimación como la proyección audiovisual privilegian el predominio de estructuras energéticas por sobre las argumentativas.

Es notable el aumento de animación japonesa en las parrillas programáticas de los canales de nuestra televisión abierta, debido a la necesidad de nuevos formatos textuales que den cuenta de estos nuevos protocolos de lectura.

El auge del chat, que da la posibilidad al usuario de elegir entre distintas alternativas visuales y de esa forma expresa su estado de ánimo, es una manera de hipertexto con particular aumento, llegando incluso a ser incorporado a la pantalla de tv de manera simultánea con la proyección de programas en vivo.

Tales son los casos de los programas juveniles nacionales como Meko de Mega; ADN de UCTV; Tevenauta de UCV-TV, entre otros, donde el telespectador presencia simultáneamente el contenido narrativo de la imagen y del sonido, una franja de lectura electrónica que funciona como chat, haciendo público los mensajes generados por la propia teleaudiencia.

En la prensa escrita, en tanto, el hipertexto se puede apreciar en la nueva diagramación de periódicos, semanarios y revistas, que presentan en su contenido cuadros explicativos para complementar la información entregada.

Una mirada a futuro, a partir de los procesos experimentados en publicidad y cine, nos permite vislumbrar un cambio en el eje narrativo de los discursos periodísticos de los medios de comunicación, hacia un relato no lineal y la presentación de contenidos mediante argumentaciones paralelas. Proceso ya en desarrollo que se evidencia en nuestro país en programas tales como Pantalla Abierta, Tolerancia Cero y noticiarios televisivos que presentan múltiples narraciones (Teletrece, Telediario y Meganoticias).

Estos ejemplos nos remiten a la posibilidad que tiene el sujeto de modificar la realidad mediante sus gustos o preferencias particulares. Proceso que inauguró el medio radial hace un par de décadas cuando el auditor, a través de una llamada telefónica, participaba en la emisión del programa. Hoy en día, este proceso se ha actualizado con la presencia de internet para elegir temas musicales, opinar, votar, mandar saludos y programas especiales musicales. Ello, da cuenta de la interconexión hipermedial

La identidad resistencia, entendida como aquella producida por los actores que se encuentran en posición de resistir, establecen nuevas formas de relación humana. Ello, sin embargo, inserto en el cuadro o sistema institucionalizado que se autolegitima como un sistema global, pluralista y tolerante. Todas las manifestaciones o agrupaciones que se establecen al margen de la cultura oficial, que no las valida oficialmente, sufren la suerte de caer en la trampa de la sociedad de consumo, pues generan y sobreviven con circuitos aparentemente alternativos de consumo, transformándose en una respuesta condicionada y estigmatizada por el modelo hegemónico global.

Del apelativo de culturas de resistencia, como las definió Manuel Castells, frente a estos nuevos dispositivos, las evidencia como agrupaciones de individuos que buscan su legitimación de identidad excluyéndose del modelo parental para reafirmar el modelo ante sus pares.

Dichos procesos identificatorios, que conforman las bases de nuevas cosmovisiones y relatos sociales, implican una construcción esquizoide de la identidad, pues los protagonistas de dichos sub grupos no están en situación de elegir libremente si desarrollar una u otra identidad a partir de una identidad de proyecto, de acuerdo a las construcciones clásicas de concebir identidades de los sujetos sociales.

Por ejemplo, la rebeldía de pertenecer al movimiento hip hop, resulta funcional al sistema político nacional, y culturalmente también representa un todo compatible con la globalización.

Así también, no es poco factible proyectar, en un mediano plazo, la existencia de microculturas que se resistirán a este modelo multimedial. Sin embargo terminará integrando una más de las microculturas validadas por el sistema postmoderno que legitima a la diversidad hasta el infinito.

Así la emergencia de nuevos sujetos históricos que asumen una identidad de proyecto, a partir de la identidad de resistencia, no será más que un ardid del sistema.

Bibliografía Principal:

- ✍️ CARRASCO, H. (2002), "El discurso público mapuche", en Revista Comunicación y Medios, No 13, año 12, Ed. Universidad de Chile
- ✍️ CORREA, C; OLAVARRIA, J; HENRIQUEZ, C; HIDALGO, R: "Hip hop en Chile, Cultura al Margen", Universidad de Chile.
- ✍️ DEL VILLAR, R. (2000), "Videoculturas de la japoanimación", en Revista Comunicación y Medios, No 12, Año 12, Ed. Universidad de Chile, Santiago; (2001), "Videoculturas de fin de milenio: globalización, japoanimación y resemantización local". En Revista Opción, año 17, diciembre 2001, No 36, Ed. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela; -(2003), "Consumption de la vidéo- animation japonaise: redéfinition de la notion sémiotique et psychanalyse du sujet", en Revue Visio, Vol. 8; No 2-3; Ed. Université du Laval, Association Internationale de Sémiotique Visuel, Québec; -(2003), "Japoanimación, video juegos y vida cotidiana: una perspectiva sociosemiótica", en Libro Editado por FELS, Buenos Aires. "Multiculturalismo y Fragmentación: nuevos procesos de constitución de los sujetos sociales", "Nuevas Tecnologías, sistemas cognitivos y construcción de identidades", "Globalización, Fragmentación, Descentramiento y Construcción de Nuevas Identidades: presentación Dossier Revista Comunicación y Medios, N° 13, año 13.
- ✍️ FAJNZYLVER, V. (2001) "Videoanimación en Chile: audiovisual, relativismos, y construcción de nuevas identidades" en Revista Comunicación y Medios, No13, Año12, Ed. Departamento de Investigaciones Mediáticas y de la Comunicación, Universidad de Chile, Santiago.
- ✍️ GAGGERO, C; JIMENEZ, C; LÓPEZ, M; POBLETE, P: Graffiti, Espacio Social y Política. Universidad de Chile.
- ✍️ JOST, FRANCOIS: El culto de la Televisión como vector de identidad. Université de Paris III. Trad. Rafael del Villar.
- ✍️ MACHADO, ARLINDO: Modos de Agenciamento e Regimes de Inmersão no Ciberespaco.
- ✍️ PALMA NEYRA, ANDREA: Estudio de los signos gráficos en las conversaciones de Internet.
- ✍️ PERILLÁN, L.; CASAS, R. (2004), "La videoanimación y el videojuego en el proceso de construcción de identidades", en Revista de Signis No 6, Ed. Gedisa, Barcelona.

Bibliografía Referencial.

Althusser, Louis. 'Ideología Y Aparatos Ideológicos Del Estado'. Ediciones Quinto Sol, 1985.

Barbero, Jesús Martín. Revista 'Diálogos De La Comunicación'. Artículo 'Globalización Comunicacional Y Descentramiento Cultural'.

Calabrese, O., 'La Era Neobarroca', Madrid, Ediciones Cátedra. 1994.

Castells, M. (1998), "La Societé En Reseaux" Ed. Fayard, Paris. (1999), "Le

Pouvoir De L'identité", Ed. Fayard, Paris. (1999), "Fin De Millénaire", Ed. Fayard, Paris. (2001), "La Galaxie Internet", Ed. Fayard, París.

Consejo Nacional de Televisión (1999) "Informe Estadístico 1999, [Http://Www.Cntv.Cl](http://www.cntv.cl).

García Canclini, Néstor. 'Las Culturas Híbridas'. Editorial Grijalbo, 1990.

Hopenhayn, Martín. Revista 'Diálogos De La Comunicación'. Artículo 'Sobre La Permanencia Y La Mutabilidad Del Sujeto En Tiempos De Secularización Radical'.

Kristeva, J. (1970- 1983), "El Texto De La Novela", Ed. Lumen, Barcelona; (1974), "La Révolution Du Langage Poétique", Paris, Ed. Du Seuil. (1975), "La Traversée, Des Signes". Paris, Ed. Du Seuil. (1977), "Polylogue", Paris, Ed. Du Seuil. (1979), "Folle Vérité", Paris, Ed. Du Seuil. (1980), "Pouvoirs De L'horreur", Paris, Ed. Du Seuil. (1983), "Histoires D'amour", Paris, Ed. Denoël.

Labrín, J.; Poblete, P.; Letelier, L., Lechuga, L. (2000) "Semiótica Del Dragón Ball Z", En Revista Chilena De Semiótica No 4-5, Ed. ,Universidad De Chile. Internet: [Http://Bibliotecas.Uchile.Cl/Revistas/Semiotica/](http://Bibliotecas.Uchile.Cl/Revistas/Semiotica/)

Lacan, J., (1966) "Ecrits", Paris, Ed. Du Seuil; (1973), "Les Quatre Concepts Fondamentaux De La Psychanalyse". Paris, Ed. Du Seuil; (1981), "Les Psychoses", Paris, Ed. Du Seuil.

Mandelbrot, B. (1975), "Les Objets Fractals", Paris, Ed. Flammarion. (1997), "La Geometría Fractal De La Naturaleza", Barcelona, Ed. Tusquets.

Mattelart, Armand. Revista 'Diálogos De La Comunicación'. Artículo 'Utopía Y Realidades Del Vínculo Global. Para Una Crítica Del Tecnoglobalismo'.

Mattelart, Armand. La mundialización de la Comunicación. Editorial Paidós (1998), Barcelona.

Moles, Abraham. 'El Afiche En La Sociedad Urbana'. Bs.As, Editorial Paidos.

Ortiz, C. (1994), "La Noción De Persona En Los Diferentes Movimientos Ecologistas Chileno", Memoria De Título, Escuela De Periodismo, Universidad De Chile.

Petitot-Cocorda; (1979), "Sur Ce Qui Revient Á La Psychose", En "Folle Verité", Edit. Por Julia Kristeva, Paris, Ed, Du Seuil. (1985), "Morphogenèse Du Sens", Paris, Ed. Puf; (2000), "Physique Du Sens", Ed. CNRS, Paris.

Portelli, Hugues. 'Gramsci Y El Bloque Histórico'. México, Siglo XXI. Editores, 1997.

Protzel, Javier. Revista 'Diálogos De La Comunicación'. Artículo 'Auge De La Globalización Y Crisis De La Universalidad'.

Roncagliolo, Rafael. Revista 'Diálogos De La Comunicación'. Artículo 'Espacios Culturales Y Su Onomástica'. Thom, R. (1987), "Estabilidad Estructural Y Morfogénesis", Barcelona, Editorial Gedisa.

Zizek, S. (2001), "El Espinoso Sujeto", Ed. Paidós, Buenos Aires.