Un viaje artístico-mediático

POR **CUAUHTÉMOC ESQUIVEL**

Editorial Plaza Mayor. Eliseo Colón. *Medios mixtos*
San Juan Puerto Rico, 2003

Este texto, como todo ensayo, constituye una reflexión abierta sobre distintos tópicos de interrelación entre los medios de comunicación y los procesos culturales. Un viaje discursivo sobre las causalidades de la multiculturalidad mediática posibilita al lector pensar atrevida y fundamentadamente sobre las estructuras de distintos géneros comunicativos como la música (salsa, rock), la telenovela, la cultura corporativa, la producción mediática, hasta llegar a la sexualidad.

Pero quizá el mayor mérito del texto de Eliseo Colón sea la fecunda reflexión sobre cómo «los medios construyen un sujeto nacional a partir de los usos y apropiaciones que de los textos hace el público». Los ejemplos de análisis citados en el texto tienen sus propias dimensiones temporales y geográficas, y aunque parezcan dispersos, también refieren una lógica prospectiva a lo largo del ensayo.

El primer capítulo hace referencia a las rutinas informativas pasadas y presentes del espectro de la comunicación. Colón narra el caso del Fraile Ramón Pané (al que considera el ?primer periodista? por escribir, hace 500 años, una noticia de ?interés humano? sobre el Caribe), y demuestra cómo cambia el punto de vista de la enunciación al reinterpretar las cosas desde el lugar del otro/a. La escritura se convierte así, en un controlador contextual y permite documentar la memoria del pasado.

Formaciones textuales y ?saber hacer?

Los tres siguientes capítulos se refieren a diferentes problemáticas de las formaciones textuales en distintos apartados del mundo de la comunicación y la cultura. Por ejemplo, en el segundo capítulo, el autor hace un estudio sobre las formas de recepción y consumo de la comedia televisiva desde los ámbitos nacionales (ejemplificando con Puerto Rico). Lo más

Fundación Telefónica
Telefónica

interesante de esta temática es comprender cómo se produce una especie de ?interdependencia cultural? generada por la comedia y sus efectos en aspectos que van desde la identidad hasta la corporalidad de la modernidad puertorriqueña.

Por su lado, el tercer capítulo plantea fundamentos de tipo teórico para constituir una pragmática de la imagen publicitaria. Entonces, el autor propone enterrar las técnicas tradicionales del análisis de contenido (como la norteamericana), para llevar a cabo un estudio sobre la publicidad que parta de una lectura global de la misma. También resulta muy interesante una reflexión en la que se destaca cómo se ha adaptado el discurso patriarcal literario (eclesiástico y monárquico) al discurso publicitario para hacer uso del Poder.

En el cuarto capítulo Eliseo Colón retoma el tema de la comedia, el cual le lleva hacia la telenovela para explicar su efecto de transnacionalización, tratando temas etnográficos y ejemplificando también la crisis de este género en el modelo puertorriqueño. Por otro lado, se hace referencia al ?saber hacer? de esta industria cultural (considerada como un termómetro del estado de la comunicación en la América Latina actual): «las telenovelas continuarán con su uso de lo nacional, ya que es el recurso que permite dar sentido a la ficción textual; lo que cambiará será la forma de representación textual de lo nacional en la medida en que se incorporen nuevos formatos y nuevas gramáticas de producción al género telenovelesco».

En su quinto capítulo el autor destaca la labor del investigador en comunicación como consumidor y partícipe de los procesos culturales. Pedagógicamente éste es uno de los apartados más interesantes porque indaga en la importancia del ?saber hacer? en el mundo de la comunicación y la cultura.

Varios ejemplos, como un programa de televisión (en el que la tradición textual se incorpora a las nuevas formas de producción simbólica del siglo XX), un grupo musical (Mecano), la Expo?92 de Sevilla, un compositor de salsa (Rubén Blades) y diferentes formas festivas de los jóvenes puertorriqueños permiten a Colón ?en una suerte de viaje mediático y artístico? destacar varias observaciones estéticas con las que se demuestra que es posible y también necesaria la elaboración de discursos comunicativos talentosos.

El sexto capítulo nos traslada al aspecto representacional con el que conformamos nuestras construcciones identitarias de género y sexualidad. Aquí es destacable la reflexión sobre el goce y el dolor como una dualidad que debe aprender a compartirse (por diferentes vías, como el *performance*) pensando en sus diferentes contradicciones y posibilidades para producir sentido.

La domesticación cultural

Por último, en el séptimo capítulo, el autor esboza una disertación sobre la reorganización política y económica del proyecto neoliberal. Quizá la mejor respuesta se encuentra en el análisis de diferentes propuestas corporativas referidas al mundo de la productividad y la competitividad.

Fundación Telefónica

Queden aquí unas cuantas reflexiones de este capítulo final para motivar la lectura de *Medios mixtos* de Eliseo Colón: «El eslogan de la oficialidad globalizadora, permite y promueve la variedad pero no la diversidad»; «Podríamos tener telenovelas cuyos personajes se muevan en sociedades autorreguladas»; «Las corporaciones se han lanzado a la producción de simulacros de credibilidad»; «El incremento del poder, y su autolegitimación, pasa ahora por la producción, la memorización, la accesibilidad y la operacionalidad de las informaciones»; «La reorganización política y económica del proyecto neoliberal de nuestro fin de milenio no puede darse sin la domesticación cultural de sus actores sociales».

Es así como cobran sentido las temáticas de este ensayo, al evidenciar que debemos reconsiderar las estructuras éticas y artísticas para comprender y configurar la relación entre la comunicación y la cultura del pasado hasta la de nuestro tiempo.

Fundación Telefónica