

Cultura y medios entre dos imperios: el caso Puerto Rico.
Casos y cosas de la historiografía de los medios de comunicación

Eliseo R. Colón Zayas, Ph.D.
Catedrático
Universidad de Puerto Rico
Escuela de Comunicación

Jornadas Doctorales de Investigación en Comunicación
Universidad de Málaga
Facultad de Ciencias de la Comunicación
Septiembre 2014

Pensar el estudio de la comunicación y el análisis de los medios masivos desde la metodología del estudio de caso y la historiografía como propone el título de esta charla, permite que nos insertemos en la temática central de la investigación, eje de estas Jornadas Doctorales de Investigación en Comunicación, a la vez que nos da paso para presentar unos ejemplos a partir del caso de Puerto Rico, su cultura y medios entre dos imperios. Para llevar a cabo este cometido, lo que haré será pensar el concepto metodológico estudio de caso no sólo en su especificidad particular y concreta, sino desde la amplitud que desde el campo de la historiografía de los medios de comunicación la categoría estudio de caso provee como herramienta para elaborar y trabajar unas investigaciones que abordan cambios y transformaciones sociales. Esta argumentación me lleva a dividir esta presentación en tres partes.

Una primera instancia me conduce a colocar la categoría estudio de caso dentro de algunos debates metodológicos. En un segundo momento, es el cuerpo teórico-metodológico de la historiografía de los medios de comunicación el que ubico en el debate de la investigación en comunicación para avanzar hacia el ámbito de dos investigaciones que servirán de ejemplos de mis estudios e investigaciones historiográficas de la comunicación y los medios masivos en Puerto Rico. Tercero, compartiré desde el nivel micro dos estudios de caso que sirven para reforzar las hipótesis de trabajo de dos investigaciones historiográficas que llevo en progreso en estos momentos. Intentaré mostrar que el estudio de caso puede ser relevante para la investigación de diversidad de temas amplios y variados ya que ofrece el soporte para el desarrollo de muchas investigaciones, y en el caso que me atañe, el de la investigación historiográfica.

A. Estudio de Caso – Algunos debates metodológicos

La categoría "estudio de caso", como muestra la literatura en torno al tema, se utiliza para muchos y variados propósitos en el campo de la investigación social. En un trabajo titulado "Redefining Case Study" publicado en 2007 en el *International Journal of Qualitative Methods*, Rob VanWynsberghe y Samia Khanes analizan las definiciones que ofrecen los más importantes exponentes del estudio de caso y concluyen que, en general, es visto como un método, una metodología o como el diseño de una investigación (Bassey, 1999; Merriam, 1988; Orum, Feagin, y Sjoberg, 1991; Yin, 1994).

Van Wynsberghe y Khan (2007) se preocupan por el hecho de que las definiciones clásicas del estudio de caso le hayan restado validez dentro de algunos circuitos científicos al convertirlo en un cajón de sastre para una variedad de métodos, metodologías y diseños de investigación (VanWynsberghe, Khan, 2007, p.2). El estudio de estos dos científicos sociales del University of British Columbia en Canadá aborda la indecisión que hay en los circuitos académicos al momento de definir la categoría estudio de caso en la investigación. Exponen que las definiciones tradicionales presentan a la metodología del estudio de caso como una heurística, es decir, como un enfoque que centra su atención en el aprendizaje, la construcción, el descubrimiento, o la resolución de problemas de manera transparadigmática, por su utilidad en diversos paradigmas científicos y de investigación, y transdisciplinaria, en la medida en que se nutre y sirve a varias disciplinas.

Por otro lado, Helen Simons llega a una conclusión muy parecida a la de VanWynsberghe y Khan en su libro de 2009 *Case Study Research in Practice*. Simons concluye que: "Se pueden estudiar muchos fenómenos diversos mediante la estrategia de investigación que llamamos estudio de caso. El estudio de caso tiene su lugar en la galería

de las estrategias de las ciencias sociales. Se fundamenta, al igual que otras estrategias, sobre la base de un marco metodológico. Sin embargo, no está claro el posicionamiento del estudio de caso entre las demás estrategias metodológicas. Esto es a consecuencia del complejo origen del estudio de caso, cuyas raíces provienen de varias tradiciones disciplinarias” (Simons 2009 p. 22).

No cabe duda que hay diversidad de posturas en torno a la metodología del estudio de caso. Desde la perspectiva del tema de esta presentación, pensar la cultura y la comunicación en Puerto Rico desde el entramado político, económico y socio cultural de dos imperios, España y Estados Unidos, una reflexión completa sobre el estudio de caso en la investigación implica una pluralidad de objetos de estudio y de abordajes que desbordarían las posibilidades no sólo temáticas sino también de espacio y tiempo de estas jornadas. Sin embargo, en lo que se refiere a la utilización del estudio de caso en la historiografía y a lo que la tradición sajona llama *Media History Studies*, Alexander L. George y Andrew Bennett en su libro de 2004, *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*, resaltan que un solo estudio no puede abordar todos los aspectos interesantes de un acontecimiento histórico. Es importante reconocer que un solo evento puede ser relevante para la investigación de una variedad de temas teóricos. Por ejemplo, George y Bennett observan en su libro que la crisis de los misiles de Cuba ofreció material útil para el desarrollo de muchas investigaciones diferentes. Como estudio de caso, ha sido considerado y utilizado como una instancia de la persuasión disuasiva, de la diplomacia coercitiva, de la gestión de crisis, de la negociación, de la influencia nacional sobre la política exterior, de la participación de la personalidad del político en la toma de decisiones y de muchos otros temas de investigación. Cada uno de estos intereses temáticos exige al investigador o investigadores adoptar un enfoque en particular, y a desarrollar y utilizar un

marco teórico apropiado para identificar el conjunto de datos necesarios, conforme a su objetivo u objetivos (George, Bennett 2005 p. 70).

Otro trabajo que acerca la metodología de estudio de caso a la historiografía es el de Aeron Davis. En su ensayo “Investigating Cultural Producers”, publicado en 2008 en libro editado por Michael Pickering *Research Methods for Cultural Studies*, Davis comenta que al trabajar un estudio de caso el investigador puede usar cualquier combinación de enfoques. Cada enfoque tendrá sus fortalezas y debilidades en términos de lo que supone aproximarse a la producción cultural desde un nivel macro a un nivel micro. Ambos niveles representan instancias de un fenómeno social. Algunos enfoque se emplean mejor para explorar nuevas ideas y cambios sociales, y otros se emplean mejor para probar las hipótesis existentes. Todas estas cuestiones deben tenerse en cuenta al planificar y operacionalizar la investigación.

B. Para pensar las transformaciones sociales y la historiografía de los medios masivos

A pesar de su larga tradición, la investigación historiográfica de los medios de comunicación se renovó y tomó un nuevo aire con la publicación en 2002 del ensayo de James Curran “Media and the Making of British Society, 1700-2000”. Este trabajo está lleno de ideas para repensar y replantear la investigación historiográfica en el campo de los medios de comunicación.

Curran comienza enfatizando que las investigaciones acerca de la historia de los medios de comunicación se ven acosada por tres problemas (Curran 2002 p. 135). El primer problema radica en que gran parte de la historia de los medios de comunicación es en realidad la historia de algún medio masivo de comunicación. Toma la forma de relatos históricos de un medio individual como la prensa, el cine, la televisión, la radio y la

telefonía (Curran 2002 p.135). El segundo problema es que la mayoría de las historias de los medios son medio-céntricas y no estudian las conexiones de estos medios con las transformaciones sociales. Por ejemplo, una gran tradición proveniente de los estudios de literatura lleva a que la historia del cine se enfoque sólo en sus contenidos. En lo que respecta a la historia de la prensa y la transmisión de radio y televisión, se preocupan por su desarrollo institucional, organizacional y sus contenidos (Curran 2002 p.135). El tercer problema según Curran proviene de la corriente actual de estudios de medios de comunicación que presta mayor atención a las historias de las tecnologías de la comunicación basadas en un determinismo tecnológico y muestran poco interés a los procesos y a los contenidos (Curran 2002 p.135).

Curran coloca dentro de la corriente tradicional de la historiografía de los medios de comunicación los siguientes trabajos: *The Newspaper: An International History*, publicado en 1978 por Anthony Smith; *Mass Communication and the Modern World*, de Ken Ward, publicado en 1989. Otras versiones estándares son: el ensayo de Michael Schudson “Historical Approaches to Communication Studies”, publicado en 1991 en el compendio *A Handbook of Qualitative Methods for Mass Communication Research*; y, “The Pursuit of Media History” publicado por Hans Fredrik Dahl en 1994 en *Media, Culture and Society* (16 [4] 1994 p. 551-553). Otros dos libros que ejemplifican la visión estándar de la historiografía de los medios de comunicación son: *Television, an International History* de 1995 y vuelto a editar en 1998 por Anthony Smith y Richard Patterson; y, *Emancipation, The Media and Modernity* de Nicholas Garham y publicado en el año 2000.

En contraposición a los trabajos que acabo de enumerar, Curran propone una historiografía mediática que analice primero las transformaciones a largo plazo de la sociedad para luego estudiar cómo el desarrollo de los medios de comunicación se ha

conectado a estos cambios. Su reflexión identifica seis narrativas historiográficas que no son las que conforman las versiones estándares de la historia de los medios de comunicación. En 2009 Curran relabora su trabajo de 2002 para incluirlo como introducción al libro que edita Michael Bailey, *Narrating Media History*. Al igual que el artículo original, aborda las seis narrativas de su proyecto historiográfico a la vez que abre a nuevas perspectivas de investigación. Las narrativas que según Curran proveen a la historiografía de los medios de comunicación una salida del impasse de la estrechez de abordar la historia de los medios mediante un discurso medio-céntrico y anclado en el determinismo tecnológico son: 1) la narrativa liberal, presentada por Curran como la de mayor tradición e importancia, y que estudia el desarrollo de los medios de comunicación desde las perspectiva de las procesos de democratización; 2) las narrativas que interrogan la historia de los medios de comunicación desde las teorías feministas y de género; 3) las narrativas de postura radical frente al poder de las élites; 4) las narrativas de cosmovisión populista de la democracia y consumo cultural; 5) las narrativas basadas en las transformaciones y pugnas entre sistemas culturales; y, 6) las narrativas en torno a la construcción de identidades nacionales e interpretaciones antropológicas.

Como muestra Curran, cada narrativa tiene sus fortalezas y debilidades en términos de lo que supone aproximarse a los medios de comunicación. Sin embargo, todas abordan instancias que vinculan el desarrollo de los medios de comunicación a procesos sociales amplios. Desde esta perspectiva, el trabajo de investigación que abre Curran fomenta nuevos derroteros de investigación para estudiar los cambios y transformaciones sociales de nuestra contemporaneidad de forma comparativa y que trascienda las fronteras de la territorialidad.

C. Historiografía, Estudio de Caso, Medios de Comunicación: El caso Puerto Rico

Desde la perspectiva abierta por James Curran, las investigaciones que comparto con ustedes analizan los objetos de estudio utilizando varias narrativas de su modelo historiográfico. En la medida en que se van complejizando los objetos de estudio, las narrativas van hilvanando un entramado variado y de gran espesor. A través de varios estudios de caso, espacios donde se trabaja a nivel micro las especificidades concretas, se van develando los objetos bajo investigación y análisis a través de las narrativas historiográficas. Recordemos como han señalado George y Bennett, que un solo estudio no puede abordar todos los aspectos interesantes de los acontecimientos históricos.

C.1. Primera Investigación – Construcción Simbólica de Identidades Nacionales en la Prensa Ilustrada Española de finales del siglo XIX

A nivel macro, la primera investigación que comparto con ustedes es el estudio de las narraciones visuales en la prensa ilustrada española de la segunda mitad del siglo diecinueve. Según mi hipótesis de trabajo los dispositivos discursivos de estas narrativas visuales sirvieron para la construcción simbólica de aquellas identidades nacionales que compitieron por su hegemonía en la España de esos años. La investigación se aproxima a la retórica visual de una prensa ilustrada que se distribuyó masivamente en una sociedad cuya población al comienzo del siglo veinte tenía una tasa de analfabetismo neto de 56% (Viñao 2009 p. 9). Liébana Collado habla de “una población en 1900 de 18,6 millones de habitantes, en los que el número de analfabetos totales es de casi 12 millones” (Liébana Collado 2009 p. 5). Frente a una sociedad con una tasa tan alta de analfabetismo se encuentra una poderosa industria gráfica provista de una retórica visual contradictoria, pero vigorosa y extremadamente influyente, que funcionó durante un periodo de agitación

política y económica después de la desintegración de la estructura imperial española y en el momento en que se intentan poner en marcha unas políticas económicas y gobiernos liberales.

El proyecto de investigación se propone examinar las representaciones visuales de progreso, poder económico y militar, y la cultura religiosa como construcciones simbólicas de identidades nacionales y en relación al conglomerado de temas afines y contestatarios de propuestas de identidad nacional de lo español. Como objeto de estudio se trabajará con las revistas ilustradas en España entre 1849 y 1898. Los dieciocho revistas ilustradas son: *La Ilustración* (semanal, Madrid, 1849-1857), *El Museo Universal* (semanal, Madrid, 1857-1869), *La Ilustración Española y Americana*, (semanal, 1870-1921), *La Ilustración Popular Económica*, *La Ilustración universal*, *Crónica universal Ilustrada*, *El Mundo Ilustrado* (semanal, Barcelona, 1879-1983), *La Ilustración Popular Económica de Valencia* (Valencia, 1880-1882), *Revista Ilustrada* (Madrid, 1881), *La Ilustración* (semanal, Barcelona, 1880-1883), *Las Noticias Ilustradas* (semanal, 1883, Madrid), *La Ilustración Militar* (quincenal, Madrid, 1883-1884) *La Ilustración Nacional*, *La Ilustración Ibérica* (Barcelona, 1883-1898), *La Ilustración de España* (Madrid, 1884-1887), *La Ilustración Burocrática* (Madrid, 1887), *Semanario Ilustrado* (Zaragoza, 1893) *España Ilustrada* (mensual, 1894, Zaragoza).

Mi interés por estudiar las narrativas visuales de la prensa ilustrada española y su construcción de discursos de identidad nacional durante el siglo diecinueve surgió luego de un exhaustivo estudio de caso a nivel micro donde investigué los imaginarios y la construcción simbólica con que *La Ilustración Española y Americana* visibilizó a la Provincia de Puerto Rico a sus lectores en cuarenta y dos grabados publicados entre 1874 y 1898, en momentos en que Puerto Rico y Cuba eran provincias de Ultramar de una España

en plena decadencia. La mirada crítica a estos grabados permitió hacer acopio de diversos imaginarios y formas de construcción simbólica propuestos por las narrativas visuales. Sin embargo, como estudio de caso, me concentré en la manera en que los grabados construían los escenarios del poder imperial español en una época de plena decadencia política y económica de España. Estas narrativas visuales proveyeron a los espectadores de las revista imaginarios de progreso a la vez que mostraban la buena gestión del gobierno imperial. Los grabados sirvieron de espacio para teatralizar y escenificar las ideas de progreso y poder, como construcciones simbólicas, que permitía legitimar las políticas del gobierno español ante sus lectores en tiempos de la Restauración Monárquica que comenzó en 1874. La publicación de los grabados de Puerto Rico en la *Ilustración Española y Americana* coincidió con la construcción en España de un “renovado orgullo nacional”. Eran los años en que el nuevo Estado retomaba el camino de la expansión imperial, esencia misma de la nación española según el discurso oficial de aquel momento como, por ejemplo, el de un Marcelino Menendez y Pelayo.

Los cuarenta y dos grabados sobre temas de Puerto Rico se pueden agrupar en cuatro categorías: personaje (14 grabados), vistas (8 grabados), celebraciones y conmemoraciones (10 grabados), y estructuras de obras públicas (10 grabados). Aparecen retratados en las páginas de *La Ilustración Española y Americana* veintiséis personajes importantes de la vida política, militar y cultural puertorriqueña. Hay un grabado del Primer Gobierno Autónomo de Puerto Rico, publicado el 30 de mayo de 1898. Aparecen vistas como las del Vapor Hernán Cortés, Remolcando al Octavia frente a las costas de la isla de Culebra, las inundaciones en Mayagüez de 1883, las vistas del Parque Vega Inclán de Arroyo y la Plaza de la Concordia de Isabela durante el Acto de Repartición de Socorros a los Pobres. La revista celebra acontecimientos como la Feria-Exposición de Ponce de 1883,

la llegada y entrega de las llaves de la ciudad de San Juan al nuevo gobernador general, Ramón Fajardo Izquierdo en 1884. Cobran igual importancia que las celebraciones y conmemoraciones los grabados que muestran los nuevos edificios y estructuras de obras públicas, tales como, el exterior del Teatro de La Perla de Ponce, el exterior de la Nueva Iglesia de Guayama, la Iglesia Parroquial de Humacao, la Iglesia Parroquial de Ponce, el Hospital Tricoche en Ponce, la Plaza del Mercado de Ponce.

Los grabados sobre temas de Puerto Rico que aparecen en *La Ilustración* entre 1874 y 1893 responden a una práctica de representación colonial para apoyar la retórica política, económica y cultural imperial de la metrópolis. Las representaciones giran en torno al poder y a formas de ejercer el poder desde las instituciones militares. Todas están llenas de gente, cada cual ocupa el lugar que le corresponde dentro de los estamentos sociales: los militares, las clases altas y el pueblo. Son imágenes que articulan construcciones simbólicas que proponen a los lectores de *La Ilustración Española y Americana* los imaginarios de que todavía existe el imperio español. Sin embargo, son unos imaginarios que sólo existen en el espacio escenográfico provisto por las páginas de la revista. El imperio sólo existe en las imágenes de la revista. Por ello, la misa que observamos en el grabado del cuarto centenario carece del sentido celebratorio que amerita la efeméride. Recuerda más a los funerales de estado donde se lloran los héroes y las glorias del pasado.

C.2. Segunda Investigación – Historia Social de los Medios de Comunicación en Puerto Rico

La segunda investigación que quiero compartir con ustedes es el proyecto de una historia de los medios de comunicación en Puerto Rico. Es un proyecto de investigación historiográfica elaborado a partir de estudios de casos pensados desde las narrativas estudiadas por Curran. Presento el desarrollo de los medios masivos en Puerto Rico a partir

de temas importantes de los siglos diecinueve y veinte. Este acercamiento permite aproximarnos a las tecnologías de la comunicación en Puerto Rico y al desarrollo de los medios masivos de comunicación, sus empresas y producciones textuales y discursivas sin caer en el determinismo tecnológico, ni tampoco en el medio-centrismo. Inicialmente, he estructurado este desarrollo a partir de los siguientes temas:

A. Imágenes, santos, y cultura oral: albores comunicacionales durante los siglos dieciocho y diecinueve

B. Imprenta - Periodismo y afán civilizador durante el siglo diecinueve

C. Imaginarios de la modernidad y la modernización y las industrias de la comunicación durante el siglo veinte

D. El Mundo y el Imparcial, periodismo y la construcción de los imaginarios de lo nacional

E. Surgimiento de las Industrias Mediáticas y de Comunicación: la Radio y la Publicidad, preludeo de una cultura de consumo, 1920-1940

F. Narrativas e Industria Mediática entre 1930 y 1940

G. La televisión y el desarrollismo del Estado Libre Asociado, 1950-1960

H. Narrativas televisivas, 1950-1960

I. Masmediación, 1970-1990

J. Convergencia Multimedia, 1990 al siglo veintiuno.

Estos diez temas nos colocan dentro de tres ámbitos: 1) el de las tecnologías y medios de la comunicación; 2) el de las empresas de la comunicación; 3) y el del conjunto de producciones textuales y discursivas que se genera mediante las tecnologías y medios de la comunicación en el marco de estas empresas. La historia de los medios de comunicación en Puerto Rico desde la narrativa historiográfica tradicional asume que su desarrollo

comenzó con la llegada de la imprenta a la isla. Esta narrativa muestra que la nueva tecnología de la imprenta se ató y se confundió con grandes empresas mediáticas y producciones textuales. Los trabajos, investigaciones y observaciones encauzados desde esta narrativa tradicional le adjudican a la imprenta la primacía tecnológica de medio de comunicación masivo. Su relato histórico gira en torno a cómo se fueron desarrollando las diversas tecnologías gráficas y mecánicas, hasta llegar a la fotografía en el siglo diecinueve. Prosigue esta historia tradicional con la era de la máquina y la electrificación de finales del siglo diecinueve comienzos del veinte la cual dio lugar a la invención del cinematógrafo, la radio y la televisión, hasta llegar al siglo veintiuno donde observa la transición de la sociedad de la comunicación a la sociedad de la información con la irrupción del Internet en todas las sociedades del planeta.

Desde la perspectiva historiográfica abierta por Curran, los diez temas que hemos propuesto para la narrativa historiográfica de los medios de comunicación en Puerto Rico asumen que toda tecnología adquiere efectividad cuando se utiliza para propósitos inherentes a procesos sociales, más que a causas fortuitas o a circunstancias particulares. Los momentos históricos en que las tecnologías de la comunicación de masas se instalan en Puerto Rico corresponden a periodos claves de la geopolítica caribeña, y a estrategias políticas y económicas de los poderes metropolitanos que han ejercido el control de Puerto Rico, España y Estados Unidos. Es desde esta perspectiva que nos acercamos a los medios de comunicación en Puerto Rico y a su desarrollo, sus empresas y producciones textuales y discursivas. En otras palabras, nos salimos del impasse y de la estrechez de abordar la historia de los medios sólo mediante un discurso medio-céntrico y anclado en el determinismo tecnológico. El relato histórico de nuestro proyecto hilvana diez temas a través de unos estudios de casos cuyas narrativas históricas se decantan por unos análisis

cuyo hilo conductor son las narrativas de la propuesta historiográfica de Curran. Pensamos la historia de la comunicación y los medios de comunicación desde las perspectivas de los procesos de democratización, desde los espacio abiertos y desarrollados por teorías las feministas y de género, desde una postura radical frente al poder de las élites, desde el consumo cultural, desde las transformaciones y pugnas entre sistemas culturales y desde la construcción de identidades nacionales e interpretaciones antropológicas.

Del tema de la masmediación comparto con ustedes a manera de ejemplos dos estudios de casos construidos desde varias de las narrativas del modelo elaborado por Curran. Abordo la transformación del espacio mediático en Puerto Rico desde finales de 1960 y la crisis económica de esos años desde la perspectiva de las narrativas que investigan la historia de los medios de comunicación desde las teorías feministas y de género, desde una mirada a las estructuras de poder, desde las audiencias y el consumo cultural y desde la transformación de sistemas culturales. Ambos estudios de caso se vinculan a personalidades del “star system” puertorriqueño que devinieron mega empresas mediáticas del sistema económico global que se pondrá en marcha a partir de la década de 1970, Walter Mercado e Iris Chacón. La investigación también incluiría la franquicia del grupo juvenil, Menudo.

Hacia noviembre de 1969 la industria mediática puertorriqueña comenzó un largo periodo de inestabilidad atado, en gran medida, a la crisis del capitalismo que en aquellos años llevó a la economía de la isla a entrar en un periodo de recesión. En términos empresariales, de producción mediática y de sistema de oferta y consumo cultural, los productos culturales, Walter Mercado, Iris Chacón y la Franquicia Menudo, propiedad de Edgardo Díaz, reconocieron rápidamente que con las transformaciones económicas del momento, es decir, con la llegada de las economías neoliberales, las industrias y mercados

mediáticos constituyeron la norma para el consumo cultural en Puerto Rico, al igual que en otros países.

Desde el punto de vista de las narrativas de sistemas culturales en confrontación, Walter Mercado, Iris Chacón y la Franquicia Menudo desarrollaron tres empresas mediáticas de producción cultural basadas en un sistema de representación cuyos comportamientos y enfrentamientos físicos crearon un nexo entre los placeres del espectáculo, la industria mediática y los significados de la audiencia. Una lectura desde la narrativa cultural permite argumentar que las actuaciones que estos tres productores mediáticos y culturales promovieron fueron los que exigían los sistemas de representaciones que protagonizaron la transformaciones socioeconómicas y culturales de las décadas de 1970 y 1980. Nos referimos a los sistemas de representación envueltos de grandeza espectacular. Por otro lado, una narrativa que tome en consideración las estructuras de poder mediáticas y la economía política, permite argumentar que los placeres proporcionados por espectáculos como los tres productos culturales en cuestión estuvieron vinculados a unos tiempos y unos espacios donde los cuerpos físicos espectaculares formaron parte de la reconversión industrial propia de los ideales del capital humano neoliberal. Finalmente, el acercarnos a estos tres productos culturales desde la narrativa que estudia la construcción de identidades nacionales permite que expliquemos cómo su éxito coincide con la desaparición gradual de la tipología de personajes rurales en la televisión puertorriqueña hacia personajes de rasgos y costumbres urbanos.

El análisis de Iris Chacón como estudio de caso permite al investigador historiográfico examinar tres etapas importantes de la historia de los medios de comunicación en Puerto Rico del periodo que va de 1970 a 1989. Estas tres etapas son los eventos alrededor de la disolución de la cadena Telemundo entre 1970 y 1971, la

vinculación de la industria mediática a la transformación de la industria turística y la reestructuración de las empresas mediáticas de la isla al pasar a manos extranjeras. Los tres períodos se superponen y cada uno está vinculado a estrategias empresariales de la economía neoliberal.

El estudio de caso Walter Mercado nos provee otra mirada a las producciones culturales del neoliberalismo en el espacio mediático puertorriqueño durante las décadas de 1970 y 80. Conocido y admirado en América Latina, el Caribe y entre latinos e hispanos de Estados Unidos, Walter Mercado, “el navegador de un sistema infinito de signos” (Taylor 2003: 112), es dueño de una empresa mediática que difunde el horóscopo por radio, televisión y periódicos, una cadena de adivinos que pronostican el futuro por teléfono, una compañía de perfumes y otras empresas. Walter, apelativo que recibe en el mundo de la cultura mediática, es la encarnación paradójica del tráfico de identidades del capitalismo tardío (Taylor 2003: 132). Su sistema mediático de horóscopos y predicciones comparte la misma cadena de significaciones de autores como, por ejemplo, Paulo Coelho, que vinculan las ejecutorias individuales con los sueños personales, con las ganas de mejorar, y con la eficacia de las fuerzas espirituales en la vida personal (Semán 2007:138). El performance de Walter Mercado amerita una reflexión y contextualización dentro de la polifonía estética de las propuestas culturales que se perfilaron a raíz de la crisis del capitalismo que desembocó con la quiebra del orden económico mundial en 1971, y que se intersecta con la regulación y surgimiento de nuevas identidades propias del consumo neoliberal, y un nuevo sentido común, en el sentido gramsciano (Harvey 2005 [2007]).

Algo importante del estudio de caso Walter Mercado es que una investigación desde la perspectiva de las narrativas género, de las de sistemas culturales en conflicto y los de construcción de identidades permite observar las transiciones de la industria mediática y

cultural en Puerto Rico desde comienzos de la década de 1960 hasta casi finales de la década de 1990. Un análisis de las imágenes de Walter Mercado que circularon a través de los medios de comunicación en Puerto Rico entre 1950 y 1970 muestra la escenificación travestida de una masculinidad, centrada en la exploración narcisista de la personalidad, la sexualidad y la identidad. A su vez, estas imágenes permitieron al personaje, bailarín, actor, astrólogo Walter Mercado elaborar una propuesta de identidad cultural basada en el consumo, a partir del tránsito de lo camp a lo queer, y del complejo sistema representacional que organizó después de 1967, basado en las nociones de suerte, destino y fortuna. Como soporte ontológico, este sistema representacional de Walter permitió la neutralización mediática de los problemas económicos y sociales causados por declive del modelo de desarrollo económico que entró en crisis a finales de 1960, comienzos de 1970, a través de unas propuestas culturales arropadas por lo que entonces se llamó el “amanecer en la era de acuario”, que no fue otra cosa que el momento en que el riesgo cobró centralidad en la sociedades y se abrió a futuros inciertos y problemáticos.

El estudio de caso Walter Mercado no muestra los resortes culturales que analiza el sociólogo inglés, Anthony Giddens, cuando plantea que la preocupación por la suerte y el destino constituye el soporte ontológico de la alta modernidad. La oferta cultural de Walter Mercado proveyó la ilusión de la colonización del futuro. El propósito de su puesta en escena fue atenuar el principio de soledad del público proveyendo la ilusión de colonización del futuro para encarar los problemas y las oportunidades de un mundo que se percibía vacío. El productor y producto cultural Walter Mercado supo insertarse en las nuevas pautas económicas y el desarrollo de unas prácticas de consumo que a comienzo de los años de 1970 transformaron todo el entorno teatral y mediático puertorriqueño. Al concluir la década de 1960 y a punto de cumplir cuarenta años en los primeros años de la década del 1970, Walter Mercado fue capaz de llevar a cabo la reconversión de su

sistema de representación artística y de moverse hacia los nuevos territorios empresariales y las nuevas prácticas de consumo cultural que el neoliberalismo pondría en marcha a partir de 1970.

D. Conclusión

Al comenzar esta presentación dije que para insertarme en la temática central de la investigación, eje de estas Jornadas Doctorales de Investigación en Comunicación, mi cometido era pensar el estudio de la comunicación y el análisis de los medios masivos desde la metodología del estudio de caso y en el campo de la historiografía de los medios de comunicación. Espero haberlo logrado con mis dos reflexiones: una, metodológica y la otra, teórica. El estudio de caso, desde lo que aporta su especificidad particular y concreta, y la propuesta teórica de James Curran al campo de la historiografía de los medios de comunicación se muestran rutas teórico metodológicas que el investigador en comunicación puede aprovechar. Considero que los tres estudios de caso que he utilizado para ilustrar el desarrollo de las investigaciones sobre la prensa ilustrada en la España de finales del siglo diecinueve y la construcción de una historia social de los medios de comunicación en Puerto Rico muestran unas investigaciones en progreso. Éstas abordan cambios y transformaciones sociales desde la particularidad micro del estudio de caso, para movernos a la amplitud que la investigación de los medios de comunicación provee, en virtud de los casos y cosas de la historiografía.

E. Bibliografía

- Aeron, D. (2008) “Investigating Cultural Producers”. En Pickering, M. (Ed.) *Research Methods for Cultural Studies*. Edinburgh, UK: Edinburgh University Press.
- Bassey, M. (1999). *Case study research in educational settings*. Buckingham, UK: Open University Press.
- Curran, J. (2002). “Media and the Making of British Society, c.1700–2000”. *Media History*, Vol. 8, No. 2, pp. 135-154.
- Dahl, H. F. (1994) “The Pursuit of History”. *Media, Culture and Society* 16 [4] pp. 551-553.
- Curran, J. (2009). “Narratives of Media History Revisited”. En Bailey, M. (Ed.) *Narrating Media History*. London: Routledge.
- Garnham, N. (2000). *Emancipation: The Media and Modernity*. Oxford: Oxford University Press.
- George, A.L., Bennett, A. (2004). *Case Studies and Theory Development in the Social Sciences*. Cambridge, Massachusetts; London, UK: MIT Press.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self Identity: Self and Society in the Late Modern Age*. Stanford: Stanford University Press.
- Harvey, D. (2005). *Breve historia del neoliberalismo*. Madrid: Akal, 2007.
- Liébana Collado, A. (2009) *La educación en España en el primer tercio del siglo XX: La situación del analfabetismo y la escolarización*. Madrid: Cuadernos U.M.E.R.
- Merriam, S. B. (1988). *Case study research in education: A qualitative approach*. San Francisco: Jossey Bass.

- Orum, A. M., Feagin, J. R., & Sjoberg, G. (1991). "Introduction: The nature of the case study". En J. R. Feagin, & A. Orum (Eds.), *A case for the case study* (pp. 1-26). Chapel Hill: University of North Carolina Press.
- Rodríguez, G.; Gil, J. y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Granada: Aljibe.
- Ruiz Olabuenaga, J.I. (1999). *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- Schudson, M. (1991). "Historical Approaches to Communication Studies". En Jensen, K.B., Jankowski, N. (Eds.) *A Handbook of Qualitative Methods for Mass Communication Research*. London: Routledge
- Semán, P. (2007) "Retrato de un lector de Pablo Coelho" en Grimson, A. (Ed.) *Cultura y Neoliberalismo*, pp. 137-150. Buenos Aires: CLACSO.
- Simons, H. (2009). *Case Study Research in Practice*. London: Sage.
- Smith, A. (1978). *The Newspaper: An International History*. London: Thames & Hudson.
- Smith, A., Patterson, R. (1998) *Television, An International History*. 2ª ed. Oxford: Oxford University Press.
- Taylor, D (2003) "La Raza Cosmética: Walter Mercado Performs Latino Psychic Space". En *The Archive and the Repertoire: Cultural Memory and Performance in the Americas*. North Carolina: Duke UP
- VanWynsberghe, R., & Khan, S. (2007). "Redefining case study". *International Journal of Qualitative Methods*, 6(2), Article 6. Recuperado [9 de septiembre de 2014] from http://www.ualberta.ca/~iiqm/backissues/6_2/vanwysberghe.htm
- Viñao, A. (2009). "La alfabetización en España: un proceso cambiante de un mundo multiforme". En Moreno Martínez, P.L., Navarro García, C. (Coords.) *Perspectivas*

históricas de la educación de personas adultas. Vol. 3, Nº.1. Universidad de Salamanca. [8 de septiembre de 2014]

http://www.usal.es/efora/efora_03/articulos_efora_03/n3_01_vinao.pdf

Ward, K. (1980). *Mass Communication and the Modern World*. London: Macmillan Education.

Yin, R. (2003). *Case study research: Design and methods*. 3ª ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Yin, R. (1994). *Case study research: Design and methods*. 2ª ed. Thousand Oaks, CA: Sage.

Yin, R. (2004). *The case study anthology*. Thousand Oaks, CA: Sage.