

Publicaciones impresas

Alejandro Calderón

Comunicador Social-Periodista

Facultad de Ciencias de la Comunicación - UNIMINUTO

extrabigbag@yahoo.com




**“Secretos de Mutantes.
Música y Creación en las Culturas Juveniles”.**
Autor: Martha Marín y Germán Muñoz.
Siglo del Hombre Editores.
Universidad Central.
**Departamento de Investigaciones de la Universidad Central
DIUC.**

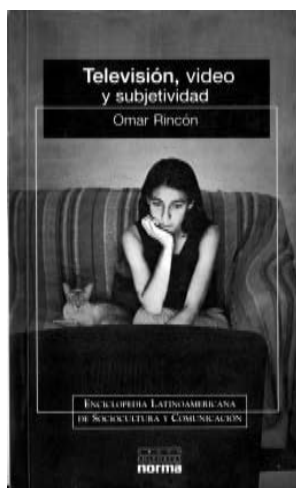
La temática de las culturas juveniles en el ámbito de las ciudades, es recurrente en las investigaciones sociales y permiten evidenciar procesos de cambio y transformación no solo generacional sino en general, de los grupos humanos.

“Secretos de Mutantes”, es un análisis investigativo de los grupos juveniles y su dinámica urbana, desde el escenario de la música, como sistema cohesor de visiones y representaciones del mundo. Este trabajo es el resultado de las indagaciones de los investigadores,

sobre los imaginarios contruidos o co-contruidos, desde la realidad del cine y que, tras la movilidad propia de las investigaciones sociales, desemboca en un estudio donde la música y las agrupaciones juveniles como los *skinheads*, metaleros, *punkeros*, *REAS* y otros, se convierten en actores protagónicos del cambio en las ciudades.

Así mismo, como trabajo de investigación, este libro incluye entrevistas y metodologías utilizadas para acercarse a las visiones y modos de representación, de los grupos urbanos.

Es posible entonces discernir en el texto, cómo la música y otros medios de expresión como los volantes contra las corridas de toros o contra los circos, son mecanismos de divulgación que cohabitan con las formas usuales de expresión del resto de la sociedad; igualmente, deja ver que estos grupos, lejos de ser las llamadas contraculturas, son mas bien, culturas paralelas, que se cruzan y entrecruzan en un espeso ovillo, con la "cultura mayor" de la ciudad, de la cual se alimentan y a la cual, a su vez, alimenta 



“Televisión, Video y Subjetividad”.

Autor: Omar Rincón.

Enciclopedia Latinoamericana de Sociocultura y Comunicación.

Grupo Editorial Norma.

¿Qué es la televisión: lo técnico, las personas, la programación, los programas o el “efecto” televisión?, es ante todo una construcción compleja que se nutre de las realidades, tanto propias como lejanas y las re – crea dentro de los patrones de un formato televisivo; toma significados y significaciones y los reinterpreta. Asimismo, mezcla modelos de lo social, lo estético, lo cultural y demás y busca la manera de adaptarlos y proyectarlos a un público más o menos homogéneo, que por supuesto, comparte un espacio y un tiempo similares. Pero es claro que no siempre en el “mundo de la televisión”, la línea que separa la realidad de la fantasía o de la ficción, es taxativamente clara y cierta; por el contrario, es difusa y se entreteje en planos opuestos y que parecen



irreconciliables.

Por lo mismo, análisis sobre la televisión hay bastantes y es claro entonces que a partir de ellos, esta es un ente, una industria y hasta un espacio. Pero en el texto "Televisión, Video y Subjetividad" del profesor Omar Rincón, se añade un elemento provocador: *la subjetividad*, es decir que la televisión es tanto un ente como una industria y un espacio; aunque también es un actor y un sujeto. Y como sujeto, interlocuta a su manera con otros.

Pero además de interlocutar, la televisión construye y deconstruye significados, es capaz de generar simbolizaciones, moviliza y es movilizada, es política; en síntesis, como actor tiene incidencia social más allá de lo meramente estadístico en las tablas de rating o de los comentarios de almuerzo sobre el capítulo de la novela o de la calidad de los contenidos de la parrilla de programas. La televisión "habla" con el televidente, entre ambos "trazan" negociaciones de cercanía, comprensiones, compañías, importancia del uno hacia el otro, rabias y hasta celos. Se trastocan los sentidos respecto a lo que gusta y lo que no, el televidente puja con la televisión, la televisión ya es otro con quien se cohabita; ambos tejen colectividad y abandonan el espacio cosmopolita de las grandes ciudades comerciales donde nadie se conoce con nadie, para llegar al barrio, la comuna, la cabecera de municipio, en donde todos son protagonistas.

Y esa es una de las propuestas, que la televisión sea capaz de redimensionar su tamaño, funcionalidad y contenidos (en Colombia, la televisión es oral!, se narran las acciones que se muestran, existe una pobreza importante en cuanto a construir con la imagen y construir diferente de la imagen de sangre – la estética de la violencia - , "ver" de otra manera), pues de sobra se sabe que su poder ha sido descentrado. La emergencia de nuevas televisiones y de nuevas maneras de contar y de pensar, saberes y significaciones, son en este momento el acicate para transformar las