

PERIODISMO Y EPISTEMOLOGÍA DE LA COMPLEJIDAD¹

Cremilda Medina de Araújo²

(Traducción Raúl Osorio Vargas)

Preferimos reducir el uso del término cultura a la producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social, es decir, todas las prácticas e instituciones dedicadas a la administración, renovación reestructuración del sentido³.

Los periodistas comprenden el término cultura, no en la acepción contemporánea de la producción de significados o producción simbólica—, sino como la producción artística o científica, ambas definiciones enmarcadas como intelectuales y generalmente provenientes de los segmentos sociales de prestigio. A lo sumo, clasifican las manifestaciones artísticas en la cultura de élite, la cultura de masa y cultura popular. Falta, sin embargo, en la mentalidad de los periodistas, nociones

¹ Este texto fue presentado en Yugoslavia en la 17ª Conferencia Internacional de la Asociación para la Investigación de la Comunicación Masiva, en agosto de 1990. Lo traducimos y publicamos en este número de *Folios*, por considerar que es un texto fundador para el área del periodismo en América Latina.

² Periodista, investigadora y profesora titular de la Facultad de Comunicación y Artes de la Universidad de São Paulo—USP. Es autora de 20 libros y ha organizado 55 colecciones en las áreas de comunicación, periodismo y literatura. Nacida en Portugal, en la infancia se mudó a Porto Alegre, donde se graduó en Periodismo y Letras en la Universidad Federal de Río Grande do Sul en 1964. Trabajó en prensa y televisión (Estado de S. Paulo, Jornal da Tarde, Revista Fotográfica, TV Bandeirantes, TV Cultura) en las décadas de 1970 y 1980, al mismo tiempo que desarrollaba una carrera universitaria en la USP. Es profesora titular de Epistemología del Periodismo en la Universidad de São Paulo (1989), Magíster y Doctora en Ciencias de la Comunicación en la Universidad de São Paulo (1975 y 1986), especialista en Periodismo por el Centro de Estudios Superiores de Periodismo para América Latina—CIESPAL, Ecuador. Se dedica a la formación de maestros, doctores y posdoctorados en el Programa de Posgrado en Ciencias de la Comunicación (PPGCOM) y en el Programa de Posgrado en Integración de América Latina (Prolam), ambos de la USP. Su principal línea de investigación es la Dialogía Social y los desafíos paradigmáticos del Saber Plural: la perspectiva del acto presencial, apertura a la complejidad, signo de la relación y pedagogía de los afectos, apuntando a la teoría y práctica del reportaje (narrativas contemporáneas). Es líder del grupo de investigación Epistemología del Diálogo Social.

³ García Canclini, Néstor. 1982. *Las culturas populares en el capitalismo*. México, Editorial Nueva Imagen, p. 41.

más amplias del proceso de producción de significados. El concepto de Néstor García Canclini atiende este alcance. Cualquier periodista, no solamente el que trabaja en esa área de las salas de redacción denominada “cultural”, es un productor de sentidos y, por tanto, actúa en el tejido cultural de la sociedad en que está situado.

En el panorama actual de lo que se conoce como Periodismo Cultural, se constatan dos familias de preocupaciones: por un lado, el productor de sentidos artísticos no asume consciente y éticamente una estrategia de comprensión ni de divulgación de la cultura de su pueblo; por otro lado, al definir la agenda de los eventos llamados culturales, no se posiciona en cuanto a la identidad que define a la comunidad en que actúa. O sea, en general transita como técnico de producción de sentidos reduccionistas (a través de la fórmula técnica), ingenuos o ideológicamente toscos, y transita también como un ser desarraigado, con su atención perceptiva centrada en matrices culturales extranjeras. Un ejemplo de la primera situación es la forma como los periodistas trabajan con los significados políticos o la cultura política, operando con nociones y conceptos mecanicistas del tipo “el papel del Estado”, “la privatización” y “la estatización”. En la segunda situación, encontramos la incorporación mimetizada de los significados posmodernos en las páginas “culturales”, en que simplemente se trasplantan comportamientos e ideas y hasta emociones por imitación, sin comprenderlas en la dinámica local.

Hasta aquí se plantea una reflexión de doble vía. El periodista, como productor simbólico, necesita dedicarse a la Teoría Cultural y, al mismo tiempo, tiene que enfrentar, con seriedad de investigación, la cuestión problemática de la Identidad Cultural. Ambos flancos se encuentran en el mismo gran río de la cultura y, en este sentido, un periodista económico, político, de divulgación científica, deportivo, etc., no está al margen ni de la Teoría Cultural ni de la Identidad Cultural.

Dinámica de las nociones

Todas las disciplinas científicas, desde la física, la química y la biología hasta las humanidades, están mirando hoy hacia los dilemas de la producción simbólica. El discurso sobre el mundo dejó de ser considerado como retrato fiel y objetivo de la realidad. Con la crisis del paradigma cientificista y sobre todo del positivismo, la noción de que el sujeto (productor de sentidos) recupera con objetividad el objeto que está fuera de él, cayó por tierra. Sin embargo, el periodista, armado con una teoría técnica positivista (elaborada en el final del siglo XIX y gramaticalizada en manuales), prosigue operando con la creencia en ese paradigma. Al no haber desarrollado convenientemente los estudios en el campo de las ciencias del discurso (de la lingüística a la semiótica, pasando por la filosofía y la historia), comparte indistintamente con productores de información o propietarios de los medios de comunicación el concepto tradicional de objetividad.

Las técnicas periodísticas, fijadas bajo la égida del paradigma positivo-funcionalista, tienden a estratificarse en una mentalidad reduccionista. Ahora bien, si consideramos que la producción de sentidos es alimentada por nociones de esa naturaleza, podemos comprender por qué el sistema de comunicación social vigente en este momento, en Brasil, refleja un empobrecimiento simbólico. Me refiero, en particular, a la información que circula hoy en los medios. La comprensión del mundo y el discurso que sobre él se expresa ganó gran apertura en la ciencia contemporánea. Los físicos, por ejemplo, nos ofrecieron nuevas nociones de pensamiento, que conviene recuperar:

1. De la noción de sujeto y objeto pasamos a la noción de sujetos Inter condicionados en un proceso de reversibilidad.
2. De la noción de causa y efecto pasamos a la noción de Inter causalidad, una red de fuerzas que interactúan.
3. De la noción de universo sólido pasamos a la noción de universo poroso, como un enjambre, un torbellino.
4. De la noción de masa destructible o masa indestructible pasamos a la noción de que la masa está en transformación.
5. De la noción de substancia y accidente pasamos a la noción de relación compleja.
6. De la noción de que existe el ser de la materia y existe su actividad, pasamos a la noción de que el ser de la materia y su actividad no pueden ser separados, pues constituyen aspectos diferentes de la misma realidad.
7. De la noción de cierto y errado que jerarquizaba los datos de la realidad pasamos a la noción de coherencia, de adaptación y sustentación en el todo⁴.

Si examinamos, grosso modo, la producción periodística, se verifican las nociones tradicionales que arman los sentidos de la información: la noción de cierto y errado, de causa y efecto, de sujeto y objeto en primerísimo plano. Nosotros como periodistas estamos demorándonos mucho en oxigenar nuestra mentalidad. La visión con que abordamos y desarrollamos un tema tiende casi siempre al encuadramiento esquemático de lo real, a la atrofia de su vitalidad en cuanto proceso. Hablando de proceso, esa es otra noción no intrínsecamente asimilada

⁴ El pensamiento complejo como la superación del pensamiento reduccionista hace parte de la teoría de la Cibernética Social, constante de los libros *Cibernética Social I y II* de Waldemar de Gregori (Ed. Perspectiva) y *A aventura humana entre o real e o imaginário* de Milton Greco (Ed. Perspectiva).

como herramienta de la producción de los sentidos. Encarar un hecho específico como un momento visible de la historia y susceptible de ser representado en una pirámide invertida, en un *lead* resumen, en un título padrón (sustantivo-sujeto y verbo-predicado), en unas imágenes y unos sonidos también técnicamente estandarizados, no responde a la demanda social. Esta pretende, a través de los medios de comunicación, identificar, comprender y participar del presente en toda su dinámica y complejidad.

La producción simbólica, en el periodismo, se alimenta de tres fuentes, que componen nuestro complejo cerebro: en la plenitud de los sapiens, producimos sentidos lógico-analíticos o conceptuales (hemisferio izquierdo), sentidos intuitivo-sintéticos (hemisferio derecho) y sentidos motor-operacionales que se traducen en acción y comportamientos (base arcaica de nuestro cerebro). La información periodística plenamente humanizada atendería, pues, a una demanda compleja: ideas o conceptos o diagnósticos, emociones y mitos, comportamientos y estrategias de acción. Una vez que el periodista es un mediador-productor de sentidos, capta conceptos, emociones y comportamientos de la sociedad –la realidad cultural inmediata a la que está expuesto– y los representa en la noticia, en el reportaje o en cualquier otra pieza periodística.

Como mediador-productor de sentidos, en una concepción contemporánea, el periodista es un sujeto en relación con los sujetos-fuentes de información y los sujetos consumidores de información. No se trata, pues, del tradicional autor-liberal o neoliberal detentor de la iniciativa y fuerza motriz de la producción de sentidos. El derecho social a la información y a la recepción activa y crítica caben muy bien en una teoría cultural contemporánea aplicada al periodismo. En este contexto, se alteran las nociones del mundo del periodista. La personalidad mediadora modifica la estratificada personalidad impositiva que se manifiesta explícitamente en la orientación de temas, o en su ejecución, lo que implica procesos de observación, entrevista, redacción y edición.

El acto de relación entre sujetos del presente exige una disponibilidad para la sintonía cultural. Lo que quiere decir, interacción con la producción simbólica del grupo humano, comunidad o sociedad en que actúa el mediador de la información colectiva. La semióloga portuguesa María Tereza Cruz (1986) señala que, desde la perspectiva de la literatura, el signo sucede (en sustitución a la concepción tradicional que afirma que el signo es). El signo periodístico acontece tanto cuanto el literario y, por tanto, el clásico esquema del emisor, mensaje, receptor no refleja la dinámica del proceso. La plenitud de este acontecer cultural envuelve un conjunto de interrelaciones sujeto-fuente, sujetos-productores de mensajes y sujetos-receptores. El mediador pleno, a su vez, capta la de los sujetos-fuente y la de los sujetos-receptores, sentidos interactivos y no sentidos disyuntivos. Cabe emprender, en la formación del periodista, en esta sintonía, en esta capacidad relacionadora.

Octavio Paz (1998) hace una distinción entre comunicación y comunión, y atribuye la potencia de la segunda a la poesía. Esta, según el ensayista mexicano, va más allá de la conversación, del lenguaje, y opera en las entrelíneas de lo no dicho. “Lo que el poeta dice es aquello que no se puede decir en una conversación”. Me atrevo a defender la presencia poética en la comunicación social. La barrera reside en el hecho de que ni siquiera superamos la transmisión tecnicista de las informaciones para alcanzar la estética de la comunicación, mucho menos la ética de la comunión. Soñar es preciso, porque tenemos potencialmente recursos para producir sentidos en los que la ética, la técnica y la estética estén al servicio de una estrategia humanizadora del periodismo. Relacionar es comulgar y la interacción social creadora es llevar la comunicación a la comunión. El periodista debe, entonces, cultivar el deseo profundo de también ser un poeta de su tiempo.

Estrategias de sensibilización

En la formación del periodista debe, pues, tener un peso ponderable el proyecto de sensibilización e investigación de los trazos culturales de un pueblo.

De toda la producción simbólica de la sociedad en la que opera, así como de las sociedades contemporáneas que lo cercan, el aprendiz de mediador encuentra en la *oratura* –relato de la oralidad popular– y en la literatura – registro de sus poetas– la mejor vía de sensibilización e investigación. Su emoción y nacionalidad expuestas a estos grandes ámbitos de producción simbólica le ofrecen caminos de comunión, o interacción social creadora. La cultura popular, tomada en la expresión de la *oratura*, está a flor de piel en la sociedad y el periodista tiene el privilegio de estar expuesto a ella, si toma en serio su condición de reportero. El relato cultural vivo permanece disponible, a pesar de que el pueblo tiene una visión bastante crítica del periodista que no lo oye. Por otro lado, el registro literario es un acervo de intertextualidad cultural y, procurado por el periodista, tiene mucho que contarle para que comprenda un poco mejor a su gente.

Los científicos de todas las áreas confirman la fertilidad del Arte como fuente de comprensión y conocimiento del mundo. El físico Newton Bernardes (1989), de la Universidad de São Paulo, cuestiona el dominio de la vertiente racionalista (apolínea, según él) sobre la vertiente intuitivo-sintética (dionisiaca, para él) y llama la atención de los científicos exactos para las potencialidades del lenguaje artístico y cómo la Ciencia lucraría con el cruzamiento de Apolo y Dionisio.

El historiador Nicolau Sevcenko (1983), también de la Universidad de São Paulo, va más lejos en lo que se refiere al conocimiento de su área.

El estudio de la literatura conducido en el interior de una investigación historiográfica se llena de significados muy peculiares. Si la literatura moderna es una frontera extrema del discurso y el proscenio de los desajustados, más de que el testimonio de la sociedad, ella debe traer en sí la revelación de sus focos más candentes de tensión y el dolor de los afligidos. Debe traducir

en su esencia más que un anhelo de cambio de los mecanismos de permanencia, siendo un producto del deseo su compromiso es mayor con la fantasía que con la realidad. Se preocupa por aquello que podría o debería ser el orden de las cosas, más que por su estado real.

Para Sevcenko, el historiador expuesto a la literatura puede pensar en una historia de los deseos no consumados, de los posibles no realizados, de las ideas no consumidas.

¿Y el periodista?

Si su proyecto contempla la mediación social, esta tendrá que ser sensible a los profundos deseos de un pueblo. A través del contacto cuerpo a cuerpo –por el reportaje– y a través del arte, el periodista se expone como el historiador contemporáneo a los mitos que reordenan el caos. Martin Sagrera (1967) propone así el peso de los mitos en la producción simbólica colectiva: “...los mitos no solo en cuanto expresión concreta de la unidad social, sino en cuanto formulación general de las opciones fundamentales de una cultura”. Es decir, son considerados por él una fuente de conocimiento. “Cada mito manifiesta, en efecto, los modelos culturales a los que cada cultura se adapta y se constituye, así como el alma de esa cultura, que la sostiene, conserva y perpetua, según el juego dialéctico de las superestructuras y las infraestructuras”. Uniendo la propuesta de Sagrera con la de Sevcenko o con los estudios exhaustivos de Mircea Eliade (1983), la exposición a los trazos culturales que representan profundos deseos de un pueblo –en última instancia, la reordenación del caos histórico en un cosmos– lleva al periodista a convertirse en un relacionador más sensible de los sujetos históricos del presente. Esta exposición, insisto, se carga de permanente energía en el reportaje y en el arte.

De simple y abierta fruición a la producción mítica o intuitivo-sintética, el mediador de la información colectiva debe montar una estrategia de investigación que abarque también los textos sociológicos, antropológicos y estrictamente culturales. En el conocimiento lógico-analítico, hay elucidaciones, especulaciones e incertidumbres que enriquecen el taller de las nociones culturales de un periodista. No olvidemos también la propia lectura del arte por ensayistas que bucean en la obra en busca de sus significados culturales. Tenemos grandes ejemplos, pero, entre ellos, no es posible dejar de mencionar a Antonio Cándido. Solo para citar un caso, Cándido comprendió la novela *Memorias de un Sargento de Milicias*, de Manuel Antonio de Almeida, a la luz de una profunda representación del alma brasileña. “Dialéctica del Malandro”, un artículo publicado en 1970 es una lectura cultural que todo periodista debería conocer, además de otras. Me atrevo a proponer que el periodista sea permanentemente un lector cultural, valiéndose de la propia lectura viva del reportaje, de la lectura personalizada de las obras de arte y de la lectura de los estudiosos de la cultura.

Identidad en conflicto

Llegamos más específicamente a los problemas de Identidad Cultural y a esos periodistas que lidian con sectores vinculados, por rúbrica, al arte, los espectáculos y la cultura “explícita”. Esta vez, la cuestión de identidad cultural entró en boga a través de Europa. El proyecto político-económico de la CEE, la Europa-92 unificada, atizó los medios intelectuales, provocando el reexamen del tema. Para nosotros, en América Latina, no se trata de un debate del momento, porque desde que nos conocemos sufrimos el vaciamiento simbólico de nuestro propio rostro y nos guía la mirada del otro, el visitante, el explorador o colonizador, el migrante. La Teoría Cultural es fértil en el continente, de Norte a Sur. Para citar dos expresiones actuales, contamos con Richard M. Morse en los Estados Unidos y Roberto Fernández Retamar, cubano, en América Latina. No puedo olvidar tampoco el pensamiento de Jesús Martín Barbero, hoy respetadísimo en Europa, que levanta con propiedad ciertos trazos que nos definen. De cualquier manera, se piensa la Teoría Cultural en América con antecedencia dramática y mucha luz con relación a las inquietudes de Europa unificada del presente (cuya reflexión está muy viva en centros como Barcelona).

Miguel de Moragas Spà, catalán, es uno de los pensadores europeos que actualiza este viejo tema de la identidad cultural. En el XVI Congreso Internacional de las Asociaciones de Investigación en Comunicación (IAMCR) en Barcelona, del 24 al 28 de julio de 1988, Moragas presentó un texto titulado “Identidad Cultural, Espacios de Comunicación y Participación Democrática”, en el que acentúa los impases de las sociedades oprimidas ante la afirmación cultural. Según él, la identidad cultural no es solo la condición para la diferencia, sino también para la relación entre las sociedades. Por lo tanto, la definición del rostro cultural implica una trascendencia política y un concepto estratégico como elemento esencial de las relaciones internacionales. Esto viene siendo objeto de preocupaciones y definición de principios en foros internacionales como la Unesco. Es importante que el grito por el derecho a la diferencia, que siempre partió del lado oprimido del planeta, ahora sea parte de la mentalidad universalista de Europa. La identidad cultural no es más un baluarte de los poderes económicos y políticos. Se pretende, en la contemporaneidad, no confundir la identidad cultural con Estados-Nación, pero se acentúa constantemente en el pluralismo cultural en conflicto con la homogenización planetaria. El autor intenta una categorización de este pluralismo: en la tipología geopolítica, hay contextos locales, nacionales, regionales, del Estado y transnacionales; en la tipología lingüística, las fronteras son comunitarias o incluso tribales, no coinciden con las de la geopolítica; en la tipología histórica, es necesario recurrir al acervo filosófico, literario, artístico y religioso de un pueblo; en la tipología social, los contextos sociales rurales y urbanos, rangos de edad, segmentos económicos, políticos, los contextos emergentes de las sociedades posindustriales (movimientos femeninos, divisiones urbanas, homosexuales, inmigrantes, prisioneros, etc.). Para el pensador catalán,

la identidad cultural, de tal forma plural, acontece en un conflicto permanente entre dos lógicas: la hereditaria y la diferenciación; y la homogenización del mercado y el desarrollo del capitalismo.

Ahora, en América Latina, conocemos bien este conflicto. En la expresión poética o en la reflexión ensayística no ha habido sosiego. Lo grave es que, en la actualidad, detectamos que los productores simbólicos de la industria cultural no siempre actualizan el choque entre la universalización y el derecho a la diferencia. La situación se agudiza cuando recorremos las páginas de la “cultura explícita” y encontramos la hegemonía de Batman y de todos los símbolos homogeneizadores industrializados en las matrices económicas del Primer Mundo. Si encaramos el proceso de consagración de las agendas culturales locales, vemos el triste espectáculo de que ellas solo son validadas con el aval del exterior, o sea el prestigio sacramentado en los centros hegemónicos. El proceso se alimenta, como mínimo, del conflicto diádico entre universalidad y diferenciación, pero en el sistema de comunicación social se atrofia la dinámica de estas dos lógicas, en detrimento de la pluralidad de identidades culturales en juego.

Es inherente a la estrategia monopolizadora hacer que la ideología de la universalización se imponga como contexto único de las sociedades contemporáneas. El proyecto de la aldea global viene siendo teorizado con vigor de apostolado y la era de la información sirve como un guante. Un productor simbólico contemporáneo puede ser seducido por este canto, pero no puede cerrar los poros a la realidad compleja y conflictiva que lo rodea. Las fuentes que alimentan la producción de sentidos en la industria cultural no son pasibles de reducción a una única fuente multinacional, global y homogeneizante. Jean Lohisse, en una tesis de los años 60, propone un raciocinio sobre las fuentes de contenidos de la cultura de masas o como él prefiere, de la comunicación anónima. Para Lohisse (1969), el proceso de producción de sentidos se alimenta de arquetipos, líder-tipos y osmo-tipos. Desarrollando un poco esta propuesta y retomando lo que ya he expuesto en la primera parte de este texto, traducimos arquetipos en el sentido que Jung tan bien trabajó, como aquellos contenidos provenientes del imaginario colectivo que atraviesan la humanidad sin delimitaciones de tiempo o espacio. Efectivamente, la mayoría de los contenidos comunes de la cultura de masas (concepto de Lohisse) tiene esa fuerza mítica y universal. Por otro lado, no se puede olvidar la manipulación del mito por parte del Poder, como advierte Sagrera, y la fabricación constante de contenidos calcados en el deseo virtual pero orientados para el consumo lucrativo o para el refuerzo del poder político. Esta matriz desarrollada por la industrialización y el capitalismo genera los “líder-tipos”, una producción de contenidos dirigida a los grupos humanos, avasalladora con respecto a los dependientes y culturalmente frágiles. Porque si los

grupos, las comunidades, los países tienen una fuerza actualizadora y diferenciada de sus deseos, el proceso de producción de los sentidos revela ósmosis. Los contenidos osmo-típicos certifican el dinamismo cultural.

Los periodistas culturales, en Brasil, no operan, seguidamente, con esa opción osmo-típica ante la masa de informaciones (sentidos) de la producción líder-típica del Primer Mundo. Para pautar en conflicto, por tanto, en una dinámica cultural, es preciso desobstruir la sensibilidad y la razón, percibir y elaborar la actualización cultural, lo que implica descubrir el propio rostro en juego y en combate con la cara dominante y sobre todo con el rostro totalmente humano. El encuentro de culturas es más rico que la reducción a la cultura universal. Hay, sí, una utopía universalista, presente en los arquetipos. Pero ¿cómo olvidar las condiciones históricas en que se encuentran los diferentes grupos humanos? La afirmación del diferente conquista espacio en la universalidad. Tomemos, por ejemplo, la afirmación de Guimarães Rosa en la producción simbólica literaria universal. Nadie duda de su diferenciación en conflicto con la homogeneización. Lo único internacional que existe, dice el escritor portugués Vergílio Ferreira, es el arte. Sin embargo, ¿quién se atreve a enmarcar su novela *Alegria Breve*, escrita en Portugal, en literatura japonesa?

Atrofia de cosmovisión

Así, la cuestión de la identidad cultural está en el núcleo de problematización de la agenda periodística brasileña, sea general o explícita en el periodismo cultural. La decisión del proceso de producción se da, con énfasis, en el acto de construcción de la agenda. La cosmovisión que orienta este acto está simbólicamente atrofiada. La energía posible del proceso se reduce a mecanismos de significación y a la alienación del propio rostro cultural, acentuando el reduccionismo y la alienación. El Arte es materia prima de la información socialmente significativa. El pueblo ama su arte y sus artistas, si no, ¿por qué los políticos en campaña de votación se valen tanto de ellos? Pero, como parte de la realidad sociocultural presente, genera y consagra hechos noticiables. El protagonista de este hecho, el artista, asume para la sociedad un valor olímpico y a este le delega, por procuración, sus deseos más profundos y humanos. Las relaciones entre el Periodismo y el Arte, sin embargo, no van nada bien. Comenzando por empresarios depredadores que consideran los espacios del Arte o de la Cultura explícita como superfluos, deficitarios, desechables.

Los periodistas, a su vez, desarrollaron en los últimos tiempos una mentalidad de cierto disgusto, un cierto aire de desprecio, con relación a los artistas locales y, al mismo tiempo, una disponibilidad a la Bolsa de Valores en que los olímpicos internacionales ocupan el *Hit Parade*. A pesar de todo, las sociedades, en el proceso de concientización de sus propios valores, presionan el reconocimiento

de sus reservas artísticas. La industria cultural, a hierro y fuego, reorienta su agenda en el sentido de la profundidad y complejidad. En el fondo del pozo, están los artistas como creadores ejemplares de nuestro propio retrato.

Que por lo menos los “periodistas culturales” despierten para registrar la inmensidad del pozo, además de cultivar la llanura universal. La mistificación de las nuevas tecnologías, de lo posmoderno y de la era poshistórica nos deja aturdidos e impotentes para hacer valer nuestra voz en el club de los creadores. Como dice el pensador chileno Luis Torres Acuña (1988): “Nuestro drama es que somos usuarios de rayos X y transistores, tubos catódicos y memorias electrónicas, pero no hemos incorporado los fundamentos de la cultura contemporánea a nuestra cultura”. Que al menos los “periodistas culturales” se involucren con tal incorporación. Por suerte, dice Gabriel García Márquez, nos resta una reserva fundamental de energía cultural capaz de hacernos dinámicos en la producción de sentidos: “Es la peligrosa memoria de nuestros pueblos”. García Márquez (1985) sitúa en la memoria popular “un inmenso patrimonio cultural anterior a toda la materia prima, de carácter múltiple que acompaña nuestras vidas”. Sería lo que el escritor considera una cultura de resistencia. Ella se expresa en los escondites del lenguaje, en las vírgenes mulatas –nuestras patronas artesanales–, verdaderos milagros del pueblo contra el poder clerical colonizador.

Es una cultura de la solidaridad, que se expresa ante los excesos criminales de nuestra naturaleza indómita, o en la insurgencia de los pueblos por su identidad y su soberanía. Es una cultura de protesta en los rostros indígenas de los ángeles artesanales de nuestros templos, o en la música de las nieves perpetuas que trata de conjurar con la nostalgia los sordos poderes de la muerte. Es una cultura de la vida cotidiana que se expresa en la imaginación de la cocina, del modo de vestir, de la superstición creativa, de las liturgias íntimas del amor. Es una cultura de fiesta, de transgresión, de misterio, que rompe la camisa de fuerza de la realidad y reconcilia por fin el raciocinio y la imaginación, la palabra y el gesto, y demuestra de hecho que no hay concepto que tarde o temprano no sea rebasado por la vida.

El acto de relación de los periodistas con su pueblo y su producción cultural acontece por la comunicación y no por el rechazo. A veces nos sorprendemos, precisamente en las llamadas páginas culturales, con la ironía, el desprecio o el rencor como respuestas al propio rostro que se refleja en el fondo del pozo. Solo el impulso interactivo y amoroso nos recarga la energía de la autoaceptación, capaz de ponernos en iguales condiciones para dialogar con el Otro. Y el proyecto ético de humanización de los significados que producimos, se expresa en la estrategia dialógica entre arquetipos actualizados en nuestra cultura y los “líder-tipos” de las matrices más poderosas. La ósmosis cultural ilumina la producción simbólica planetaria y apunta a la potente fertilidad del concierto de las culturas.

REFERENCIAS

Benardes, Newton. 16 de julio de 1989. A física oscila entre os mitos de Apolo e Dionísio. *Folha de São Paulo*, São Paulo.

- Cándido, Antonio. 1970. Dialética da Malandragem. *Revista Do Instituto De Estudos Brasileiros*, (8), 67-89.
- Cruz, Maria Tereza. 1986. A Estética da Recepção e a Crítica da Razão Impura. *Revista Comunicação e Linguagens*. Lisboa, Centro de Estudos de Comunicação e Linguagem.
- Eliade, Mircea. 1983. *Imágenes y símbolos*. Madrid, Taurus.
- Fernández Retamar, Roberto. 1988. *Calibán y otros ensayos*. São Paulo, Busca Vida.
- Ferreira Vergílio. 1972. *Alegria breve*. Lisboa, Verbo.
- García Márquez, Gabriel. 29 de noviembre de 1985. *Palabras para un nuevo milenio*. Segundo Encuentro de Intelectuales de los Pueblos de Nuestra América por la Soberanía, La Habana, Cuba.
- Lohisse, Jean. 1969. *Communication Anonyme*. París, Presses, Universitaires.
- Martín-Barbero, Jesús. 1987. *De los medios a las mediaciones. Comunicación, Cultura y Hegemonía*. Barcelona, Editorial Gustavo Gili.
- Morse, Richard M. 1988. *El Espejo de Próspero: Cultura e Ideas en las Américas*. São Paulo, Companhia das Letras.
- Paz, Octavio. 9 de julio de 1988. A modernidade foi uma fantasia para nós. *Suplemento Cultura* de O Estado de S. Paulo.
- Sagrera, Martin. 1967. *Mitos y Sociedad*. Barcelona, Editorial Labor.
- Sevcenko, Nicolau. 1983. *Literatura como missão: tensões sociais e criação cultural na Primeira República*. São Paulo, Brasiliense.
- Torres Acuña, Luis. 1988. *En América Latina: Poder y no-poder de las tecnologías*. *Contratexto*, (003), 49-72.