

Mónica Lugones
Muro
Linnet
Molina Rodríguez

*El discurso
periodístico:
una construcción
de los procesos
identitarios*

Construcción, conformación, producción y reproducción de las identidades nacionales a través de sus discursos,¹ es una función que han asumido los medios de prensa de manera espontánea —en los inicios— y después de manera intencionada con el desarrollo del periodismo en el mundo.

Sin embargo, aun cuando el tema se ha tornado particularmente significativo, sobre todo en América Latina, el corpus teórico al respecto queda relegado por los estudios empíricos de medios aislados, por descripciones de casos específicos y no por la integración desde diversas disciplinas para el análisis y caracterización de un fenómeno que indiscutiblemente, cada día se hace más tangible, no obstante el desconocimiento de quienes estructuran el discurso en los medios.

En Cuba existen muy pocas investigaciones vinculadas a la relación de la prensa como uno de los elementos propiciadores de la conformación de la identidad, salvo algunos estudios a propósito de la presencia del concepto de nación en publicaciones de la etapa neocolonial.

No obstante, al estudiar el tema de la identidad y sus formas de expresión, muchos especialistas no evitan vincular aquí a los

¹ Referidos a los diferentes lenguajes y técnicas del periodismo. Cada medio de prensa estructura su discurso a partir de las características particulares de cada uno y los recursos discursivos (edición, sonido, música, imagen, gráfica, etc.) de que disponen para su conformación.

medios de difusión masiva. Reconocidos investigadores como Teun van Dijk y los latinoamericanos Néstor García Canclini y Jesús Martín Barbero afirman que las identidades, como expresiones mentales, se forman, cambian y reproducen, en gran medida, a través del discurso y la comunicación socialmente situados.

Teun van Dijk (1998a) enfatiza en el papel del discurso en la construcción de la identidad social —aunque aclara que esta también se expresa y reproduce mediante otras prácticas sociales y semióticas aparte del texto y la conversación. El teórico holandés define la identidad como un «constructo» social o representación mental, y asegura que gran parte de nuestra auto-representación se infiere de los modos en que los otros nos definen.

Néstor García Canclini, quien ha estudiado el rol que juegan los medios masivos de comunicación en la conformación de los imaginarios colectivos en los países de América Latina, pone de relieve el carácter dinámico, cambiante y conflictivo de la construcción de los procesos identitarios. En su texto *Culturas Híbridas*, introduce la noción de «híbridos», concepto referido al mestizaje y sincretismo cultural distintivo del continente americano, donde los usos populares de lo culto, así como el papel de los medios de comunicación, determinan en gran medida los procesos de recepción y apropiación de bienes simbólicos. El importante teórico latinoamericano de la comunicación estudia las identidades «como procesos históricos resultantes de la actividad de cada pueblo que puede ser modificada y que no constituyen un destino fatal» (García, 1977; citado en Bermúdez, 2002).

Por su parte, Jesús Martín Barbero llega a establecer una relación directa entre identidad y comunicación. Sugiere la noción de palimpsesto como un recurso del lenguaje válido para designar los procesos de heterogeneidad presentes en la construcción de las identidades sociales, y establece el estudio de los espacios de mediación (el barrio, la familia, la escuela) como la única manera de entender que las identidades culturales se construyen a partir de la imbricación conflictiva con lo masivo. De esta forma, define los medios de difusión masiva como uno de los principales espacios en los cuales se construyen las identidades, pues le aportan a la gente grupos de pertenencia, y los orientan sobre quién es el enemigo, es decir, sobre quién proyectar sus miedos y frustraciones, y con quién soñar. (Bermúdez, 2002).

«Más que de medios, la comunicación se nos hace hoy cuestión de mediaciones, esto es de cultura, y por lo tanto necesita no solo de conocimiento, sino de reconocimiento. Un reconocimiento que es, en primer lugar, desplazamiento metodológico para rever el proceso entero de la comunicación desde su otro lado: el de las resistencias y resignificaciones que se ejercen desde la actividad de apropiación, desde los usos que los diferentes grupos sociales — clases, etnias, generaciones, sexos — hacen de los medios y los productos masivos» (Martín, p. 114).

En la actualidad, sin embargo, son más las preocupaciones. Como consecuencia fundamental de la expansión del imperialismo hacia los gobiernos y economías nacionales, cada vez se hace mayor la pérdida de la verdadera legitimidad cultural de varios países latinoamericanos. Fenómenos como la globalización y el neoliberalismo afectan, incluso, a los medios de difusión masiva, los cuales dejan de privilegiar los símbolos identitarios y emblemáticos de estos territorios. De ahí que muchos hablen hoy de procesos de «desculturación» y enajenación cultural, propios del recién iniciado siglo XXI.

Y es que la construcción de los discursos periodísticos ha estado signada por las técnicas, los estilos, las intencionalidades y subjetividades y las políticas, por lo que el reflejo de los contextos (su construcción y reconstrucción) conforma el mundo, así como las representaciones sociales que de él tendrán los públicos acerca de valores y principios compartidos.

Los medios participan en una faena de control social a partir de la producción y distribución de representaciones, normas y valores contenidos en los productos comunicativos, y es a través de esta labor que se legitiman como conformadores de la identidad nacional.

En su libro *Las identidades. Una mirada desde la psicología*, Carolina de la Torre (2001) centra su atención en que la identidad es sobre todo la conciencia de cada individuo o grupo de pertenecer a un lugar o no, y ese conocimiento y sentimiento lo hace parte de él.

Discurso mediático y construcción de la realidad

El producir textos informativos es esencialmente un proceso de reconstrucción en el que la selección, exclusión y resumen des-

empeñan un importante papel. Estos procesos están controlados por el conocimiento, las creencias u otras cogniciones sociales de los periodistas, entre las que destacan sus actitudes políticas y el reglamento profesional, las estrategias y los valores informativos generales.

Esta producción constructiva de la realidad a partir de las ideologías profesionales, conceptualizadas en conjuntos de textos lingüísticos o no, se erigen como sistemas de representaciones y actitudes para conformar ideologías. Los textos periodísticos son constructivos, autónomos, creativos, simbólicos y significantes, a partir de la representación de la realidad. Por lo que la estructuración de este discurso debe reunir elementos que lo distinguan como tal.

Las principales propiedades estructurales del discurso informativo sugeridas por Van Dijk se refieren a la *presentación, estilo, semántica, retórica y recepción*.

La primera, entendida como la preorganización estratégica del proceso de lectura, es decir, atención y formación del tema y elaboración de modelos, también denota prominencia. El estilo de la portada, el tipo de titulares, el tamaño de letra, las fotografías y gráficos empleados expresan significados subyacentes y jerarquías semánticas que son instrumentos para la formación de modelos por parte del lector.

La segunda, está dada por las variaciones en la pronunciación, la escritura, los elementos visuales o en los gestos que acompañan al discurso, así como en el orden de las palabras, frases y oraciones. Se trata de una variación que depende del contexto del nivel de expresión del discurso.

Los estilos son medios ideales para denotar significados implícitos. Entre sus funciones, están expresar una actitud adoptada (dada por el grado de formalidad de la actividad discursiva), permitir la auto-representación, diseñar actividades destinadas a públicos determinados, definir un tipo de relación particular entre emisor y receptor y distinguir diferentes tipos de actividades en una secuencia. (Sanding y Selting, 2003)

En un nivel semántico se incluye el conjunto de reglas y estrategias que insinúan sutilmente las interpretaciones y los significados dominantes o preferidos del periodista. Aquello que al mismo tiempo está ausente y presente. Se invita al lector a extraer inferencias relevantes, pero no se le enfrenta explícitamente

a ellas, lo cual es una poderosa estrategia en la producción de significados. Igual sucede en otras formas de implicación como la alusión, la asociación y la sugerencia, variantes que le permiten al periodista hacer afirmaciones, evitando la responsabilidad de lo explícito.

En la retórica, Van Dijk agrupa los «recursos» de persuasión, es decir, las estructuras especiales del discurso que atraen la atención en razón, por ejemplo, de una repetición inesperada, de un orden invertido, de estructuras que quedan incompletas o de cambios del sentido. El carácter persuasivo del discurso no está limitado a la retórica, también puede depender del estilo, del sentido o de la coherencia.

Por último, la recepción está referida al proceso de lectura, comprensión, representación, recuerdo y utilización de la información comunicada al lector.

Estas propiedades se organizan estratégicamente por medio de un principio de relevancia que puede ir más allá de las estructuras subyacentes y de las reglas que ordenan el esquema convencional. Y es que los sucesos noticiables rara vez tienen testigos presenciales y pocas veces se describen directamente, por lo general llegan a manos del periodista a través de una gran variedad de «fuentes de discurso».

Por tanto, la producción del discurso informativo constituye un proceso en el que periodistas y editores realizan un número de operaciones, como son la selección, resumen, combinación, eliminación y reformulación estilística, basándose en los mensajes recibidos inicialmente. Dichas operaciones, junto con los procesos cognitivos e ideológicos de los propios periodistas, definen la naturaleza esencialmente construida de este tipo de textos. «En otras palabras, las estructuras informativas también contribuyen a la reproducción propiamente dicha de consenso y de la ideología profesional y social que subyace en el proceso de elaboración de noticias». (Van Dijk, 1997: 32)

Este proceso, reconocido como el establecimiento de rutinas productivas en los medios definirá la estructuración del discurso teniendo como elementos generadores las alianzas y capacidad de negociación con las fuentes de poder y el diseño de la política editorial; la estructura interna del proceso productivo y su vinculación a la tecnología disponible y sus posibilidades; los condicionamientos que genera la publicidad en las empresas

mediáticas; los nexos entre periodistas y fuentes y entre medios y fuentes donde se reproducen visiones ideológicas dominantes; las ideologías profesionales de los periodistas; las presiones políticas, económicas, judiciales recibidas por los medios ante la cobertura de determinados hechos y los condicionamientos sociohistóricos que prefiguran el escenario donde se desenvuelven los periodistas y los medios para los cuales trabajan. (Ricardo, 2002 en González y González, 2008)

Todo esto conduce a la idea de que casi ninguna propiedad estructural del texto es ideológicamente neutral, pues a la hora de seleccionar los actores, describir, subrayar o ignorar las acciones, citar y legitimar las fuentes, así como establecer determinada formulación estilística, cada variación, elección y decisión presupone creencias, opiniones, actitudes e ideologías preestablecidas por cada una de las rutinas mediáticas.

Como parte de este proceso de rutinización, los medios conforman agendas temáticas «de carácter público e institucional que inciden en las formas de conocimiento cotidiano (de los saberes públicamente compartidos) que condicionan la manera en que los individuos perciben y organizan su entorno más inmediato, su conocimiento sobre el mundo y la orientación de su atención hacia determinados temas, así como su capacidad de discriminación referida a los contenidos de la comunicación de masas». (Vidal, 2006: 25)

De esta manera, la información que brindan los profesionales de los medios es una construcción de la realidad y no un simple reflejo o selección de esta, objetivándose institucionalmente mediante la práctica cotidiana de representación de lo acontecido. Otorgándosele a los periodistas, desde la institución y la sociedad un rol legitimado para esta construcción.

Y es la identidad una construcción que se relata. «Se establecen acontecimientos fundadores, casi siempre referidos a la apropiación de un territorio por un pueblo o a la independencia lograda enfrentando a los extraños. Se van sumando las hazañas en las que los habitantes defienden ese territorio, ordenan sus conflictos y fijan los modos legítimos de vivir en él para diferenciarse de los otros. Los libros escolares y los museos, los rituales cívicos y los discursos políticos, fueron durante mucho tiempo los dispositivos con que se formuló la Identidad (así, con mayúscula) de cada nación y se consagró su retórica narrativa». (Canclini, s.f.)

«...La identidad necesita ser pensada, reconocida, establecida y aceptada en un proceso práctico y comunicativo, donde participan siempre los sujetos de esa identidad y los otros que la reconocen, crean, aceptan o rechazan [...] Cuando se habla de la identidad de un sujeto individual o colectivo hacemos referencia a procesos que nos permiten asumir que ese sujeto, en determinado momento y contexto, es y tiene conciencia de ser el mismo, y que esa conciencia de sí mismo se expresa (con mayor o menor elaboración) en su capacidad para diferenciarse de otros, identificarse con determinadas categorías, desarrollar sentimientos de pertenencia, mirarse reflexivamente y establecer narrativamente su continuidad a través de transformaciones y cambios». (De la Torre, 2001: 82)

Identidad como coproducción

Ninguna fecha significó tanto para la historia de América como el 12 de octubre de 1492; o, al menos, ninguna otra cambió tanto su esencia cultural. Y es que el llamado «encontronazo» violento de pueblos y culturas inició un proceso de conquista y colonización que modificó para siempre el destino de estas tierras. (Rojas, 1994).

La presencia devastadora y a la vez transformadora de Europa en América Latina, tuvo grandes consecuencias para la población del que fuera bautizado como «nuevo mundo». Mientras el Viejo Continente obtenía durante siglos las mayores ganancias, el hombre precolombino interrumpía su desarrollo para someterse a una explotación que marcó para siempre su destino. Destino quizás resuelto con las contiendas independentistas y la consiguiente formación de naciones, pero cuya autenticidad muchos cuestionan.

Hoy, la principal amenaza para los pueblos de América Latina la constituyen fenómenos como la globalización y el neoliberalismo, que pretenden arrasar a las grandes mayorías en aspectos que van más allá de los planos políticos y económicos.

Como consecuencia fundamental de la expansión del imperialismo hacia los gobiernos y economías nacionales de varios pueblos latinoamericanos, cada vez se hace mayor la pérdida de la verdadera autenticidad cultural para los millones de habitantes de estas tierras. Los medios de difusión masiva también caen bajo el control imperialista.

De ahí que varios investigadores anuncien un proceso de enajenación cultural propio del recién iniciado siglo XXI. Entre ellos, la especialista cubana, Nereyda Moya (2001), habla de «desculturación», entendida como «mecanismo consciente de desarraigo de la cultura con una finalidad económica, ya que se expanden de forma incontrolada las creaciones culturales más enajenadas, que gracias a la competitividad y al amparo millonario de los grupos de poder financiero, se imponen a nuestras genuinas creaciones culturales» (Moya, 2001: 559); perdiéndose en muchos casos las identidades y son los medios dentro de la industria cultural contemporánea, quizás, los que de manera institucionalizada y masiva asumen un papel público de responsabilidad ante este fenómeno.

Por tanto, aunque la cultura debe tener un carácter universal, urge contrarrestar esos mensajes de contenido ajeno y hostil a nuestra idiosincrasia e identidad, con la difusión de los auténticos valores espirituales y culturales. La lucha debe estar encaminada a destacar «la autenticidad que tienen los pueblos, especialmente los latinoamericanos, donde la problemática en torno a la identidad cultural subyace como un fenómeno típico de la región, dado por el mestizaje de culturas sincréticas de dimensión universal y por el vacío cultural dejado por la colonización» (Moya, 2001: 559-560). Y es aquí donde lo comunitario desde los medios pudiera insertarse en cada ciudad, comunidad o grupo, no para competir con lo transnacional, sino para constituirse como otra opción digna también de ser validada en tanto quienes los consuman se sientan identificados.

Tal vez por ello, el debate en torno a la identidad cultural ha sido una constante en los países latinoamericanos. Y así ha sucedido también en Cuba, donde existe una prolija producción de ideas sobre el tema, desde los líderes de la independencia, hasta nuestros días. Se trata de penetrar en el proceso real que a través de siglos ha dado como resultado esa realidad cambiante e inacabada que constituye la cubanidad. (Torres-Cuevas, 1995). Sin embargo, no tenemos en Cuba aún una toma de conciencia sobre lo que significa nuestra identidad, sobre todo a nivel de los individuos y del debate que a nivel de grupos se está dando en el continente.

En América Latina, los investigadores dividen los estudios sobre los rasgos psicológicos de los pueblos en dos grandes gru-

pos: cómo somos los pueblos, es decir, investigaciones relacionadas con la descripción objetiva de las particularidades de un pueblo, y cómo nos autopercebimos, referidos estos últimos a la manera en que los individuos vivencian o subjetivizan estas características. (De la Torre, 1994)

En Cuba, «donde elaborar una teoría de las identidades es esencial debido a que nos formamos a los ojos del mundo como un gran experimento social de transculturación» (Zamora, 1994: s.p), sobresalen, fundamentalmente, tres grandes grupos de estudios sobre identidad (Blasón y Herrera, 1996): los que insisten en los rasgos psicológicos del cubano, los que identifican la reafirmación plena de la identidad nacional con la asunción de un fin patriótico y los que reconocen la identidad referida a otros niveles como la comunidad y los grupos.

Pero sin dudas, uno de los principales aportes para este campo de estudio lo constituye el «Modelo Teórico para la identidad cultural», elaborado en el año 1996 por Maritza García y Cristina Baeza, especialistas vinculadas al Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana «Juan Marinello». Dicho modelo constituye referente obligatorio en el acercamiento conceptual al tema de la identidad y sus antecedentes permiten delimitar aspectos esenciales en la comprensión del proceso de formación y desarrollo de la identidad cultural.

Las autoras parten de siete preceptos fundamentales (Baeza y García, 1996): no existe identidad estable o permanente; la identidad cultural es un concepto de carácter sociopsicológico; en esta categoría filosófica sobresale la continuidad histórica; los procesos opuestos de identificación y diferenciación intervienen en la formación y consolidación de las identidades; es reconocible la diversidad dentro de una misma identidad; el concepto de transculturación de Fernando Ortiz debe incluirse en el análisis de la identidad cultural en Cuba; y la identidad resulta explicable a partir de sus expresiones en la vida cotidiana de la población.

Interpretan la identidad como «una variable explicada o dependiente, que cambia en sus expresiones concretas (lenguaje, instituciones sociales, idiosincrasia, cultura popular, relaciones familiares, arte y literatura) en función de un conjunto de variables explicativas o independientes como: tiempo o momento histórico, espacio geográfico, estructura socio-clasista, raza,

etnicidad, migraciones, género y generaciones». (Baeza y García, 1996: 17)

Y especifican que la identidad cultural de un individuo o grupo está íntimamente relacionada con la «producción de respuestas y valores que, como heredero y trasmisor, actor y autor de su cultura, este grupo social o sujeto determinado de la cultura realiza en un contexto histórico dado como consecuencia del principio sociopsicológico de diferenciación-identificación en relación con otro(s) grupo(s) o sujeto(s) culturalmente definido(s)». (Baeza y García, 1996: 17-18).

El filósofo, investigador y profesor universitario cubano, Rigoberto Pupo, autor del libro *Identidad, emancipación y nación cubana* (2005), se refiere a cómo, en los últimos tiempos, la noción de identidad nacional constituye una constante en diversos estudios, con el fin de afianzar creativamente nuestro ser esencial, en aras de la garantía del desarrollo futuro de nuestros pueblos. Un desarrollo, especifica Pupo, más que económico, «cultural y humano, que conduzca a la libertad, la independencia y el progreso social, sobre la base de la preservación de la identidad nacional y la afirmación de su personalidad cultural, en tanto alma de la nación y premisa de la dignidad nacional que debe presidir su proyecto social». (Pupo, 2005: 7-8)

La identidad «... designa el sistema de rasgos comunes que definen un grupo social, comunidad o pueblo, devenido determinación fundamental de su ser esencial y fuente auténtica de creación social. Es una unidad, que fijando la comunidad, presupone la diversidad, la diferencia y sus vínculos recíprocos, como modo dinámico de constante enriquecimiento y proyección hacia la universalidad». (Pupo, 2005: 29)

Asimismo, el investigador y ensayista cubano, Enrique Ubieta Gómez, define el pensamiento en América Latina como un «apasionado defensor de la peculiar humanidad de su cultura y de sus hombres». «Ser es la primera condición para pertenecer», postula Ubieta, y sus palabras son resultado de la tradición histórica que caracteriza el proceso de búsqueda de la identidad en nuestro contexto, donde se ha querido encontrar en las diferencias una esencial igualdad.

«Es la unidad de elementos inseparables unos de otros lo que nos permiten entender lo que somos y cuál es el papel que habremos de desempeñar en la realidad que nos circunda y da sentido a

nuestros destinos». (Ubieta, 1993: 32). Como bien apunta Moya, «lo más significativo es defender nuestra autenticidad cultural, nuestros valores, como vía para proyectarnos universalmente (...)» (Moya, 2001: 560). Pero esa proyección tiene que darse en primer lugar a partir del conocimiento y reconocimiento de lo que somos, para después ser nosotros mismos sin falsear esa imagen, ni atribuirle rasgos que no nos identifican.

Por otro lado, algunos investigadores se refieren a la renovación del debate académico y político en torno a la cuestión de las identidades colectivas. En América Latina dicha discusión ha sido retomada por autores de los llamados *estudios culturales*, quienes plantean que «se está dando una aparente disolución de las fronteras y las funciones que hacían de los Estado-nación el principal referente de construcción de identidad. Y señalan que han emergido nuevas instancias de carácter transnacional — como los medios, el consumo, el mercado — que están siendo utilizadas por las personas en la construcción de sentido de pertenencia y afinidad. Tales instancias, desplazarían a los viejos referentes empleados en la creación de vínculo social, como lo local, el trabajo, la clase, la adscripción étnica o racial. No obstante, otros investigadores y pensadores de la región han realizado estudios destinados a desmontar o relativizar estas tesis, centrándose especialmente en la experiencia y vivencia de los sectores populares de nuestros países». (Briceño,)

Graciela Pogolotti, para quien la identidad constituye un conjunto de valores históricos y culturales, la define como «proceso abierto al cual el propio devenir histórico en el que estamos inmersos va añadiendo progresivamente nuevos y enriquecedores elementos» (Pogolotti, 1985: 6).

La identidad resulta una narración (oral o escrita) que reconstruimos todo el tiempo, entre todos, una coproducción constante desde posiciones diversas asumidas por cada uno de los individuos en la sociedad y entre los cuales se da todo el proceso de producción, consumo y apropiación de cultura.

De la Torre otorga un significativo lugar a la subjetividad en la que se distinguen a unos grupos identitarios de otros, a la presencia de «elaboraciones subjetivas acerca de las características comunes; sentimientos y representaciones que están asociados a la pertenencia al grupo y que permiten a los miembros autocategorizarse como tales»; así como a «procesos discursivos

que permiten no solo nombrar, sino identificar, expresar un sentido y construir permanentemente esos espacios sociopsicológicos y culturales de pertenencia». (De la Torre, 2001: 204)

Y esos espacios de reconocimiento existen de manera frecuente en alguna prensa cubana, cada vez que se inserta en sus páginas nuestra cubanidad, pero no aquella que solo se constituya como mera expresión de que existimos, sino, la que conversa, reflexiona, rescata nuestra identidad como pueblo, como cultura, como mezcla que somos, como diferencia, como semejanza.

***Bohemia*: expresión y conformación de la identidad cubana**

El 10 de mayo de 1908, cuando recién comenzaba una nueva centuria, a la postre definitoria para la historia de los cubanos, nació en Cuba una revista que no solo vivió lo suficiente como para despedir el siglo xx, sino que todavía hoy, en los inicios del tercer milenio, comparte cada semana con los habitantes de esta isla, quienes agradecen el ejercicio de un periodismo auténticamente cubano.

Reconocida como la más antigua de las actuales publicaciones periódicas de América, *Bohemia* ganó con los años la deferencia de un público que hoy busca en sus páginas el acontecer semanal de Cuba y del resto del mundo, así como el reportaje sagaz, la nota curiosa o el comentario sobre cultura o deporte. Porque de eso se trata, de una revista de amplia diversidad genérica y temática, con un colectivo de realización ampliamente reconocido por su quehacer periodístico.

Sin embargo, su política editorial tardó décadas en alcanzar los valores que hoy la caracterizan. Educar, informar, orientar, organizar y movilizar al pueblo apelando a la razón y a la conciencia son funciones que la revista asimiló algunos años después de creada, y en ello jugó un rol determinante la emblemática sección *En Cuba*, inaugurada por Enrique de la Osa el 4 de julio de 1943 con el propósito de reflejar los incidentes de la política nacional, casi siempre con información exclusiva.

Permanente vehículo de denuncia de la corrupción, la Sección se convirtió en poco tiempo en una de las más leídas en el periodismo cubano, pues la búsqueda constante de una manera de decir auténticamente cubana, le imprimió desde el principio un carácter distintivo del resto de las formas de expresión del

momento. El reflejo objetivo de la verdad — sobre todo esa que a muchos les interesaba ocultar — estuvo sazonado con un picaresco tono satírico de garantizado éxito en los lectores.

Para *Bohemia* existe un antes y un después de la sección «En Cuba». En sus primeras cuatro décadas de vida, la revista, como el resto de la prensa nacional, asumía esquemas convencionales y superficiales en el tratamiento de la información. Sin embargo, a partir del 4 de julio de 1943 el equipo dirigido por Enrique de la Osa inaugura un periodismo incisivo y polémico, capaz de penetrar en los mínimos detalles de la noticia, como correspondía a un periodo convulso, de politiquería, deshonestidad y crímenes.

En las primeras décadas de la Revolución, la revista continúa realizando investigaciones periodísticas, las que, esporádicamente, aparecen en las secciones «Apertura» y «Bohemia Económica», fuera de la legendaria «En Cuba», convertida durante este periodo en el reporte semanal de la actualidad cotidiana del país. En el año 1986 sufre cambios de concepción en cuanto a contenido y forma, pues renace, luego de unos meses de silencio, como columna de opinión, portadora de un nuevo diseño.

A finales de la década de los noventa, un grupo de periodistas de *Bohemia* decide retomar la Sección con sus características originales, es decir, como exponente del periodismo de investigación, y con una propuesta temática muy cercana a la realidad cubana más actual y cotidiana. Con una etapa fundacional marcada por la denuncia de vicios gubernamentales en la Cuba prerrevolucionaria, la sección reconquista su lugar en las páginas de la centenaria revista para, desde finales del pasado siglo, promover cada semana el debate en torno a las peculiaridades de la vida de los cubanos y de sus principales perfiles sociopsicológicos. El público agradece esta propuesta temática, sobre todo, por la profundidad de las investigaciones que sustentan cada reportaje, y por la manera tan peculiar —y cubana— que han encontrado los realizadores para escribir sus textos.

La expresión de nuestra cotidianidad, con un «sabor cubano» apreciable desde el propio titular y a través de cada recurso estilístico empleado, en combinación con técnicas de la investigación periodística, basta para considerar a «En Cuba» como la sección más importante de la revista. Los materiales publicados

constituyen expresión de los rasgos de la identidad del cubano. Así lo evidencian, tanto las aristas propuestas para desarrollar cada tema, como el lenguaje empleado. En estas páginas existe una alusión constante a la idiosincrasia del cubano, a los aspectos que influyen sobre su calidad de vida y a los valores y cualidades que nos identifican.

Sus realizadores, sin embargo, afirman no tener el propósito consciente de reflejar la identidad del cubano. No obstante, es este el resultado de su trabajo reporterial, pues, como señalan las autoras del «Modelo teórico para la identidad cultural», la identidad resulta explicable a partir de sus expresiones en la vida cotidiana de la población (Baeza y García, 1996). «En Cuba» persigue apuntar a las numerosas aristas que influyen en la calidad de vida del cubano, entendiendo esta última en su más amplio sentido. Cada reportaje busca ubicar zonas de conflicto dentro de la realidad insular y tratar de desentrañar orígenes, motivos, causas, impactos, con miras a mover a la reflexión en torno al fenómeno.

Como reconoce su equipo de realización: «Salvo trabajos muy específicos contenidos en esta Sección y que sí se proponían de un modo explícito el reflejo de la identidad nacional, no existe un objetivo consciente en cada edición de reflejar tal identidad. Sin embargo, transversalmente, sí es una constante que está presente en nuestro quehacer, de las más diversas maneras. Nos proponemos reflejar cómo viven los cubanos, aunque, claro, el modo de vivir marca una forma de ser, una identidad en definitiva». (Rubio, 2007; en Molina, 2007: 62)

Se trata de un reflejo constante de cómo viven los cubanos, del cual no escapan lenguaje, instituciones sociales, idiosincrasia, cultura popular, relaciones familiares y manifestaciones del arte... las cuales, al decir de los principales estudiosos del tema, constituyen expresiones de identidad nacional. Pero, además, estas expresiones aparecen vinculadas, en los distintos reportajes de *En Cuba*, a determinadas variables como tiempo o momento histórico, espacio geográfico, género y generaciones. De ahí que pueda afirmarse que, aun cuando no constituye una intención consciente, los periodistas de la Sección refieren, de una manera u otra, los rasgos de la identidad del cubano y, como consecuencia, repercuten en la percepción que tenemos los cubanos de nosotros mismos.

Desde el punto de vista del contenido temático de la Sección, se abordan temas tan variados como la rica realidad de los cubanos, y el tratamiento concedido a cada uno en particular ubican como rasgos que nos identifican, precisamente, algunos de esos considerados por los especialistas como «rasgos de la identidad del cubano», entre ellos: el humor, el gusto por el baile, la dedicación al trabajo, el significado de la Revolución para cada uno de los habitantes de la Isla, el alto nivel cultural del pueblo, la posición de avanzada de la mujer dentro de la sociedad y el machismo.

En todos se construye una imagen del cubano, la cual, según el criterio de su público, es real y convincente. La autenticidad de los textos está identificada además por los giros coloquiales incluidos en la elaboración del discurso periodístico de la Sección, los cuales facilitan la lectura de temas complejos y favorecen así la comprensión de una realidad representada con sus propios códigos, sin acudir a formas de expresión ajenas a nuestra idiosincrasia.

Así, por ejemplo, en reportajes referidos al humor como cualidad inherente a nuestro pueblo, el uso de un lenguaje popular, alejado de cualquier tecnicismo de academia y el relato informal de situaciones hilarantes, garantizan la coherencia entre el tratamiento formal y el contenido temático del reportaje. El empleo del tono simpático para recordar algunos momentos de la crisis de los años noventa, permite incorporar a la memoria colectiva de los cubanos el humor como un rasgo que nos identifica. Aunque no es ocioso acotar que los periodistas proponen un manejo culto del habla coloquial, pues resulta evidente también la presencia de un lenguaje literario, con corrección y esmero idiomático.

Pero sin dudas, el empleo habitual de la fraseología, cuyo carácter idiosincrásico y su dependencia del contexto pueden denotar identidad, le pone letra impresa a un arsenal de localismos y frases muy cubanas. Así se perpetúa el hablar de la gente común de esta nación, a la vez que se combinan tres factores importantes del estilo periodístico: la presencia de la época, la autenticidad de quien escribe y la expectativa o exigencia del destinatario, pues esta Sección está escrita para los cubanos de hoy. Pero escrita por un grupo de periodistas que se alimentan de la realidad que transcriben, no para reflejarla de manera plana

y sin polémica (tan presente en los cubanos) sino redactada desde lo complejo de nuestra diversidad.

Llaman especial atención los títulos de los reportajes, formados, esencialmente, a partir del refranero popular, de sentencias populares, localismos o frases de canciones y obras literarias. Esta característica de la titulación periodística puede considerarse uno de los principales elementos distintivos de la revista con respecto al resto de las publicaciones del país.

Al analizar el uso de algunos de los principios estratégicos de la retórica periodística,² sobresale la selección de las fuentes, pues en las páginas de la Sección tienen la palabra representantes de los diferentes grupos poblacionales del país, cuyos parlamentos son reproducidos respetando esos giros coloquiales del habla común del cubano.

Por ello, puede afirmarse que existe una representatividad cualitativa de todas las voces cubanas en el discurso de «En Cuba», lo cual permite la formación de una imagen colectiva más integral y abarcadora, donde cada rasgo identitario es definido y caracterizado desde todas las perspectivas posibles.

En cada reportaje se exponen las peculiaridades nacionales de la vida del pueblo, de su cultura, tradiciones, costumbres, prejuicios, ilusiones, vivencias, percepción del entorno natural y social y contradicciones que actúan en la sociedad. Todo ello a través de un tratamiento amplio y variado, donde no solo se exponen aristas de un fenómeno que pueden resultar desconocidas para muchos, sino que se combinan de forma armónica el lenguaje empleado, las imágenes gráficas y las historias de vida que ilustran de manera más humana y variada los conflictos. El resultado: el reflejo de la realidad nacional de manera tan profunda como pocas veces sucede en la prensa nacional, pero sobre todo, con una forma de expresión muy cubana, acercando cada vez más la realización periodística a nuestra manera de ser.

Por ello, puede afirmarse que la diversidad de enfoques presentados, así como la propuesta de un producto comunicativo

² Definidos por Van Dijk como dispositivos estratégicos que relacionen la veracidad, precisión y credibilidad. Incluyen el uso destacable de cifras, el uso selectivo de las fuentes, modificaciones específicas en las relaciones de relevancia, perspectivas ideológicamente coherentes en la descripción de los sucesos, usos selectivos de personas e instituciones fiables, conocidas, oficiales, creíbles..., y referencia o apelación a las emociones. (Van Dijk, 1990)

que cada vez se parece más a nosotros, les permite a los lectores de la revista adquirir conciencia de su propia realidad, incluso de aquella que les pueda resultar un tanto lejana, a la vez que aprenden a identificarla y a denominarla usando sus propios códigos. De esta forma se facilita el proceso colectivo de desarrollar y compartir memorias, representaciones, sentimientos de pertenencia, prácticas culturales, significados y reflexiones comunes, que sustentan cierta continuidad, aún dentro del propio cambio, y dan sentido de vida a una misma nación.

Asimismo, el lector de *Bohemia* considera a «En Cuba» como la sección más completa de la revista. Agradece su propuesta temática, se siente identificado con el lenguaje empleado, busca en estas páginas confrontar sus opiniones sobre determinados fenómenos de la vida diaria y encuentra aquí el más completo y certero reflejo de su realidad circundante. Gratificaciones no obtenidas en igual proporción con la recepción de otros medios de prensa del país.

La prensa no puede vivir alejada de las identidades, porque ella, en sí misma, se erige parte de la cultura, de la tradición de las naciones. La prensa debe ser el reflejo de los pueblos, de su quehacer, de su desarrollo y vida. Nunca abstracción de la realidad más rica y vívida de sus hombres y mujeres.

Bibliografía

BERMÚDEZ, E.: «Procesos de globalización e identidades. Entre espantos, demonios y espejismos. Rupturas y conjuros para lo *propio* y lo *ajeno*» en revista *Razón y palabra*. [En línea] No. 26, México, abril-mayo 2002, disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/n26/ebermudez.htm> [Accesado el 12 de diciembre de 2006].

Comunicología Temas Actuales: Editorial Félix Varela, La Habana, 2005.

DE LA TORRE, C.: *Identidad nacional del cubano: avances de un proyecto*. Folleto. La Habana, Facultad de Psicología de la Universidad de La Habana, 1994.

_____: *Las identidades. Una mirada desde la psicología*, CIDCC Juan Marinello, La Habana, 2001.

- GARCÍA, M. Y C. BAEZA: *Modelo teórico para la identidad cultural*. La Habana, Centro de Investigación y Desarrollo de la Cultura Cubana Juan Marinello, 1996.
- SANDING, B.; M. SELTING: «Estilos del discurso», en Van Dijk, T., *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso, tomo 1*, ob.cit., 2003.
- MOYA, N.: «La identidad cultural en el contexto actual», en Guadarrama, P. y C. Suárez: *Filosofía y Sociedad*, tomo II, ob.cit., 2001.
- POGOLOTTI, G.: «Desafío a la identidad», en *Revolución y Cultura*, No. 6. 1985, pp. 5-10, 1985.
- PUPO, R.: «Emancipación e identidad en el pensamiento latinoamericano (siglo XIX y principios del XX)» en Guadarrama, P. y C. Suárez: *Filosofía y sociedad*, t. II, ob.cit., 2001.
- _____: *Identidad, emancipación y nación cubana*, Editora Política, La Habana, 2005.
- ROJAS, M.: «El problema actual del hombre y la identidad cultural de América Latina. Vigencia de la solución martiana», en *Islas*. (68): 60-73, IV Simposio Internacional sobre Pensamiento Filosófico Latinoamericano, mayo-agosto, 1994, pp. 60-73.
- TORRES-CUEVAS, E.: «En busca de la cubanidad I, II y III» en *Debatos Americanos* (1, 2 y 3), 1997.
- UBIETA, E.: *Ensayos de identidad*, Ed. Letras Cubanas, La Habana, 1993.
- _____: *Memorias del crisol. Ensayos sobre identidad e historia*, Ediciones Bayazo, Granma, 2000.
- VAN DIJK, T.: *La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información*, Paidós, Barcelona, 1990.
- _____: *Racismo y análisis crítico de los medios de comunicación*, Paidós, Barcelona, 1997.
- _____: *Ideología. Una aproximación multidisciplinaria*, Gedisa Barcelona, 1998a.
- _____: *Texto y contexto. Semántica pragmática del discurso*, Cátedra, Madrid, 1998b.
- _____ (2003): *El discurso como estructura y proceso. Estudios sobre el discurso*, tomo 1, Gedisa, Barcelona,
- VIDAL, J. R.: *Medios y públicos: un laberinto de relaciones y mediaciones*, Editorial Pablo de la Torriente Brau, La Habana, 2006.