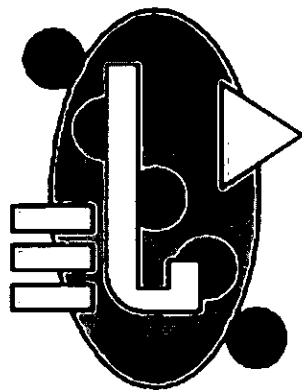


Crisis de identidad y distanciamiento de la ideología profesional del comunicador social*

JESÚS MARÍA AGUIRRE**



a función de las ideologías profesionales ha sido la de preservar la identidad social, integrar a un colectivo y legitimar la autoridad. En cuanto la identidad profesional deriva de las transacciones sociales de actores, que pugnan por las clasificaciones estatutarias, por el poder simbólico, por la producción de sentido, por la percepción legítima y la valoración social de atributos y prácticas de un grupo, solamente puede ser comprendida en relación con los contextos históricamente específicos. En vano trataríamos de entender a los sujetos sin referencia al contexto sociocultural en el que se autoentienden y dan sentido a su acción.

* Este artículo corresponde al capítulo *Subjetivización profesional y proyecto de vida* que forma parte de la investigación **La estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela**, presentado en la Universidad Central de Venezuela para optar al título de Doctor en Ciencias Sociales. Las referencias *PR* y *ES* remiten a los relatos de vida, recogidos en las bases de datos de Profesionales —171 casos— y Estudiantes —182 casos—.

** Venezolano. Licenciado en Filosofía y Comunicación Social y Doctor en Ciencias Sociales. Director de Trabajos Especiales de Grado en la Escuela de Comunicación Social. Profesor del seminario de investigación del posgrado de comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello. Autor entre otros, de las siguientes obras: **Perfiles ocupacionales de los periodistas** (1992); **Comunicadores Sociales: campo laboral y perspectivas profesionales** (1995); **De la práctica periodística a la investigación comunicacional: hitos del pensamiento venezolano sobre comunicación y cultura de masas** (1996); **Estructuración de la identidad profesional del comunicador social en Venezuela** (1997) —próximo a publicarse—. Miembro fundador de la revista *COMUNICACION: Estudios venezolanos de comunicación*. E.Mail:comunica@etheron.net

Nuestro objetivo primario en este artículo no es recoger la ideología expresada en los discursos sociales de los gremios¹ y de los estatutos universitarios², que se utilizan en las estrategias modales, sino explorar las formas que emplean los agentes para justificar sus opciones profesionales en concordancia o no con las representaciones oficiales, cuyos ejes ideológicos se centran en la función social de los servicios de información, formación y entretenimiento y en la defensa de la libertad de expresión, como condición para ofrecer tal servicio.

La aporía de la sociología crítica en la que nos ubicamos, es que requerimos que el autor se conciba como sujeto posible, para no invalidar el propio discurso en una espiral nihilista. La paradoja de los sociólogos que denuncian la mascarada del sujeto, reducido a un rol o un operador de clase, es que ellos se atribuyen el privilegio de ser únicos sujetos con conciencia discursiva, gracias al conocimiento de las leyes de la sociedad o a un recorrido personal, lleno de originalidad. Ahora bien, según nuestra concepción, la actividad crítica del sujeto, sea de carácter cognitivo o normativo, supone la existencia de una lógica cultural por la que el actor humano se distingue de otras lógicas. Así, como explica Dubet³ la ética de la convicción se define en

primer lugar en su tensión con la racionalidad instrumental o incluso con la moral comunitaria. Mientras el actor de la integración es un individuo moral que identifica el bien con el interés colectivo y la utilidad de cada uno, el sujeto es un actor ético que no acepta esta identificación y se resiste a ser un mero personaje social reducido a su rol y posición.

Los comunicadores como hombres de la modernidad pretenden, por una parte, construir su propia vida y evaluarla; por otra, se encuentran, como profesionales de su tiempo, ante el reto de autodefinirse y corporizar un colectivo, legitimando su poder. No en vano la génesis del periodismo ha estado vinculada a la distancia frente al absolutismo político y el dogmatismo religioso, y las organizaciones han surgido en la dinámica de la defensa de la libertad de expresión, uno de los núcleos más duros de la ideología profesional por encima de las reivindicaciones socioeconómicas⁴. A este respecto, tanto empresarios como gremios y comunicadores, mantienen la conciencia discursiva de que el periodismo es una de las profesiones más riesgosas de la humanidad, obviando que es una de las profesiones liberales peor pagadas.

Según lo revela un informe de la *Federación Internacional de Periodistas, FIP*, que agrupa a 320 mil profesionales de setenta y cinco países, 1993 fue uno de los años más sangrientos registrados ya que al menos se confirmaron setenta y cinco casos de muertes violentas, algunas de ellas en horribles circunstancias a manos de fundamentalistas, narcotraficantes y contendientes de guerras civiles. Otros diecisiete casos están siendo investigados. El Informe concluye que:

Es desolador constatar que todos los discursos sobre un nuevo orden mundial no impiden que los gobiernos de algunos países cierren los ojos

¹ Los documentos normativos fundamentales de los comunicadores sociales son el *Código de Ética y la Ley de Ejercicio del Periodismo*, cuyo primer artículo reza: «El ejercicio de la profesión de Periodista se regirá por la presente Ley y su Reglamento. Los miembros del Colegio Nacional de Periodistas estarán sometidos como tales a reglamentos internos del Colegio, al Código de Ética del Periodista Venezolano y a las resoluciones que dicten los órganos competentes del Colegio». A su vez el artículo segundo tipifica las condiciones para el ejercicio: «se requiere poseer el título de Licenciado en Periodismo, Licenciado en Comunicación Social o título equivalente». COMISIÓN PERMANENTE DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL. **Ley de Ejercicio del Periodismo**, Caracas, 1995.

² Las Escuelas de Comunicación se rigen por la *Ley de Universidades*, que exige la aprobación del Proyecto Académico por parte del Consejo Nacional de Universidades. Dentro de ese marco se desarrollan los diseños curriculares y los planes de estudios. Las últimas reformas de las Escuelas encuestadas pueden encontrarse en *Escuela de Comunicación Social. Perfil de nuestra Escuela de Comunicación Social*, Caracas: UCV, 1990.; y PÍRIZ PÉREZ, E. *El plan de estudios 1989*, En **Temas de Comunicación**, Nº 1, Caracas: UCAB, 1992. Evidentemente existen además de estos cauces normativos los currículos ocultos, que afectan más directamente los procesos de socialización académica, aunque no estén formulados.

³ DUBET, 1994. s/d. p.128.

⁴ Recientemente, al recoger el *Premio Príncipe de Asturias de 'Comunicación y Humanidades'*, el periodista y escritor Indro Montanelli advertía contra los periodistas «ricos y poderosos», ya que, en algún momento «fueron traidores a una profesión que no debe llevar ni al poder, ni a la riqueza», y añadía que «en una dictadura se amenaza a los que no obedecen y en una democracia intentan corromper a los periodistas con favores a los que siempre hay que resistirse» (Agencia EFE: 10/11/1996).

*antes los encarcelamientos y las represalias contra los profesionales que cubren una información*⁵.

Otro informe más reciente de la *Sociedad Interamericana de Prensa, SIP*, que agrupa a editores de periódicos, indica que el asesinato de informadores se ha convertido en un fenómeno común en la región, al punto de que forma parte de la cultura popular de los pueblos. Entre 1966 y 1988 los asesinatos comprobados alcanzaron la cifra de 165 periodistas, y ello sin contar los miles de atacados, heridos y amenazados. En el período siguiente de 1988 a 1996 la lista rondaba los 155. Colombia, Guatemala y México han ocupado los primeros lugares de este trágico concurso. El mismo informe destaca que el problema no es sólo de estos países, pues también Estados Unidos y Venezuela comparten el séptimo lugar cada uno con cinco asesinatos⁶. Para el caso de Venezuela contamos con unas estadísticas más precisas para el período del estudio, elaboradas por el *Programa Venezolano de Educación-Acción en Derechos Humanos*⁷ como se puede apreciar en el Cuadro No.1:

También los artistas, que representan socialmente las capacidades creadoras, viven de la eficacia —así sea ilusoria o simulada— de la introducción de la distancia con respecto a sí y a su sociedad, y de la pretensión de ser surtidores de originalidad⁸. Las escaramuzas constantes con la censura estatal, las juntas clasificadoras y la injerencia empresarial realimentan cierta conciencia de autonomía creativa. La identidad de unos y otros se va conformando en tensión con la acción integradora de la industria y con una estrategia orientada a informar libremente y ofrecer una visión personal del mundo. Pero, ¿puede considerarse que estos martirologios públicos, usados por empresarios y gremialistas para legitimar moralmente una profesión altamente altruista se introyectan en los actores personales?, ¿hasta qué punto una socialización integradora del comunicador social —figura híbrida y polimorfa que se ha desplazado hacia el mundo audiovisual y la publicidad— no ha mellado el filo ético de una profesión de inspiración liberal y con sentido de servicio público, cuando cada vez es más difícil ganarse la vida con el mero ejercicio periodístico o artístico?, ¿cabe

Cuadro No. 1: Cifras comparativas de agresiones a comunicadores sociales por parte del Estado (1991-1994)

SUCESO	Oct.91-Sept. 92	Oct.92-Sept.93	Oct.93-Sept.94
Malos Tratos	65	44	30
Herida por arma de fuego	0	6	0
Muerte	0	2	0
Dstrucción o confiscación de material	0	18	3
Denegación de acceso a la fuente	21	22	6
Detenciones ilegales o allanamientos	15	29	5
Acciones Legales	23	10	3
Amenazas	0	7	1
Intimidación	0	3	0
Suspensión o despido	1	1	0
TOTAL	125	142	48

Fuente: PROVEA. Situación de los Derechos Humanos en Venezuela. Caracas, 1994.

⁵ **Federación Internacional de Periodistas**. 1994. s/d. p.88.

⁶ **Sociedad Interamericana de Prensa, SIP**. *Informe Preliminar sobre Crímenes sin Castigo contra Periodistas*, 52a. **Asamblea General**. Pasadena, U.S.A. 1996.

⁷ **PROVEA**. *Situación de los Derechos Humanos en Venezuela. Informe Anual*. Caracas: octubre 1993 - septiembre 1994.

⁸ Cfr. **KIBBE, B**. *Los artistas, creadores, las industrias culturales y la tecnología en Los Estados Unidos de América*. En **Industrias culturales: el futuro de la industria en juego**. México: UNESCO, F.C.E., 1982. pp. 152-173.

hablar de unos valores y aspiraciones comunes entre los comunicadores sociales por encima de las necesidades-obligaciones?⁹

La búsqueda del éxito profesional y sus barreras

Los profesionales asumen con una naturalidad consubstanciada a su rol, que por el hecho automático de investirse con el grado, cumplen con la función que otorga sentido a su quehacer. Los discursos manifiestos operan bajo ese supuesto legitimador. A no ser que sean confrontados sobre sus motivaciones tienden a eludir las consideraciones de orden personal y los justificativos de autorealización y éxito, que en un discurso público se consideran espúreos o no pertinentes. Sin embargo, dada la dualidad entre los mensajes manifiestos y latentes que acompañan a la conducta humana y particularmente a los procesos de subjetivización, no podemos dejar de lado la consideración de las motivaciones y razones que esgrimen los mismos agentes¹⁰. Según McClelland y sus colaboradores¹¹, la búsqueda de éxito o

necesidad de logro (*need of achievement*), término adoptado de la psicología social y trasplantado en sociología cultural, prevalece en la cultura profesional de las sociedades industriales y está marcada por tres indicadores: La competición por un estándar de excelencia, las realizaciones de carácter extraordinario y el desarrollo de una carrera exitosa con un objetivo de largo plazo. Los comunicadores tienden también a ajustarse ideológicamente a este prototipo¹².

En los resultados de las encuestas estudiantiles realizadas para este trabajo, podemos hallar algunos casos que esgrimen los razonamientos de la ideología profesional para referirse a la escogencia de la carrera como cauce de: «Participación social», «medio de servir a la sociedad», «representante del pueblo», «guiar y orientar al pueblo», «libertad de expresión» (ES: No.73; 99; 112; 132; 139). Estas expresiones, constituidas en cliché surgen más bien en los relatos de los estudiantes más jóvenes que viven la etapa idealista de iniciación. Sin embargo, en la mayor parte de los casos de los cursos avanzados en los que va cuajando una visión más concreta de la carrera, la motivación fundamental es la del éxito profesional y el logro de reconocimiento, en la perspectiva argumentativa del desarrollo social.

Las formas de modular las relaciones éxito/frustración varían según el tipo de experiencia vivida, aun dentro del mismo contexto de la presocialización familiar. Un estudiante de primer semestre parte del hecho de que dos familiares han incursionado con «mucho éxito profesional» en el área publicitaria y audiovisual, siendo para él un ejemplo, y de ahí concluye:

Para el futuro espero lograr el mismo éxito o más en una de esas dos áreas de comunicación. (ES: No.5)

También una estudiante de octavo semestre se ve inducida por la figura paterna para proseguir su línea de éxito:

⁹ Para contextualizar los valores sociales y las aspiraciones de los comunicadores sociales en Venezuela con referencia al conjunto de la población es particularmente válida la obra de Silverio González y Mauricio Phelan, donde se discute el grado de conformidad de los valores de la población con el espíritu capitalista de reproducción del dinero. GONZÁLEZ, Silverio y PHELAN, Mauricio. **¿Qué quieren los venezolanos? Valores sociales y vivienda en Venezuela.** Cuadernos de Investigación Social, Nº 1, Caracas: Fondo Editorial Acta Científica Venezolana. Consorcio Ediciones Capriles, 1992.

¹⁰ De acuerdo al modelo estratificado del agente, propuesta por Giddens, hay que distinguir el registro reflexivo y la racionalización de la acción: «Si razones denotan los fundamentos de la acción, motivos denotan los deseos que la mueven. Pero una motivación no se une tan directamente a la continuidad de una acción como su registro reflexivo o su racionalización. Motivación denota más un potencial de acción que el modo en que el agente lleva adelante una acción inveterada. Motivos alcanzan dominio directo sobre la acción sólo en circunstancias relativamente inusuales, en situaciones que de algún modo quiebran la rutina. Las más de las veces, unos motivos proveen planes generales o programas —'proyectos' según la terminología de Schutz— dentro de los que se describe un espectro de conducta». (Giddens 1995: 44).

¹¹ «By achievement goal is meant success in competition with some standard of excellence». Mc CLELLAND, D.M., ATKINSON, J.W. et al. **The Achieving Society.** Princeton: Van Nostrand, 1961.

¹² Mc CLELLAND, D.M., ATKINSON, J.W. et al. **The Achievement Motive.** New York: Appleton Century-Crofts, 1953. (trad. *El motivo de realización puede desarrollarse.* Bilbao: Deusto, 1978).

Uno de los motivos por los que escogí la carrera fue por mi padre que era un gran Periodista y siempre me incentivó para seguir sus pasos (...) estoy segura de que mi Padre está muy feliz observándome desde el más allá. (ES: No.102)

Al contrario, para una estudiante de quinto semestre, los antecedentes familiares eran más bien disuasores:

Yo crecí en un ambiente de comunicadores, siempre afirmé que nunca llegaría a ser periodista, porque viví cómo explotaban a un familiar en las labores del trabajo. Pero, en fin, me decidí al final porque me sentía atraída por el mundo de la publicidad. (ES: No.28)

De aplicarse la misma lógica causal para las dos primeras situaciones, la tercera no hubiera estudiado comunicación, y, sin embargo, terminó haciéndolo. Estos procesos nos inducen a pensar que los sujetos operan activamente recurriendo a unos y otros argumentos para construir su propio perfil con bastante autonomía respecto de los condicionantes familiares y en búsqueda de logros personales.

En cuanto a las motivaciones relativas a la influencia o control sobre otras conductas y las razones de las ventajas económicas en la escogencia de la profesión, los estudiantes tienden a relegarlas, pero ello puede deberse simplemente a la falta de responsabilidades económicas del ciclo vital de los solteros, sostenidos aún por su familia. Pero en vista de que en la elección profesional no parece pesar tanto la razón monetaria, pudiera pensarse que el atractor vinculado al éxito es el status o prestigio¹³. Sin embargo tanto los resultados de las encuestas como varios relatos expresos

¹³ En las encuestas a los estudiantes hemos podido comprobar la discriminación perceptiva entre el rol y el status de la profesión en comparación entre diez profesiones (ingeniero, publicista, médico, abogado, periodista, sacerdote, psicólogo, productor de T.V., economista y educador). El ejemplo más paradigmático de este fenómeno sería el de los educadores. La profesión de educador (maestro, profesor) es unánimemente reconocida como útil e importante, y al mismo tiempo poco prestigiada. Es decir, el reconocimiento del valor del rol profesional no implica status de prestigio. Los estudiantes de comunicación le atribuyen a su profesión una alta importancia subjetiva, aunque reconocen que tiene un prestigio social entre intermedio y bajo.

nos inducen a pensar que hay una dualidad perceptiva entre generaciones. Un estudiante de primer año afirma:

A veces la comunicación social no es vista como una carrera. He allí la causa de la renuencia de mucha gente mayor (ES: No.118)

Tal vez sea más certera la percepción de una profesional con doce años de experiencia, ya que detecta los cambios en el tiempo:

Aunque en la sociedad el periodista no era hasta hace poco muy bien visto, en los últimos tiempo la percepción ha ido cambiando favorablemente. (PR: No.91)

Por lo demás en el lenguaje común y libre de los relatos no resulta fácil discriminar el sentido del status, pues en algunos casos el otorgamiento de prestigio no obtenido por la mera adopción de la carrera, pudiera ser provisto por la presencia en el medio, según la tesis de Lazarsfeld. Así una cursante del último semestre describe su proceso de discernimiento entre computación y comunicación, evaluando el factor del prestigio:

En primer lugar cabe señalar que mi promedio era bastante alto: 77 puntos en el CNU, cosa que provocaba que la gente que me rodeaba insistiera en que eligiera una carrera de prestigio como computación. Realmente me gustaba la computación. De hecho tomé varios cursos antes de entrar a la carrera. Pero, cuando pensaba en lo que implicaba dicha carrera (números, cálculo, matemáticas...) entonces sentía que eso era para cabezas cuadradas, para gente que le gustaba estar sentada frente a un aparato y esclavizarse a seguir que la pauta, el programa o lo que fuere que le exigieran. Definitivamente no era para mí. Yo quería una carrera que más tarde sería una profesión o una forma de vida, que me permitiera expresarme, hacerme sentir, crear, tener cierta libertad de hacer. (ES: No.21)

Aunque percibe con claridad la diferencia de status otorgada socialmente por las dos carreras, y aun acepta en primera

instancia la escogencia de la computación, modifica su conducta, tras la experiencia de los cursos preparatorios. Este caso no solamente patentiza la capacidad de relativizar el tema del status o prestigio, como inductor principal, sino revela la necesidad de individuación, y la valoración subjetiva de sentirse como agente creador, experiencia que a su entender posibilita la comunicación social. Ahora bien, esta necesidad expresiva se inviste también de cierto narcisismo¹⁴, tal como hemos podido comprobar, principalmente, entre los individuos propensos al mundo audiovisual:

En tercer año de bachillerato nació la idea de estudiar comunicación social. Me gustaba la idea de que centenares de personas me vieran a diario en la pantalla chica mientras relataba algún suceso. (ES: 66)

Igualmente otra estudiante, al manifestar su admiración por los actores y periodistas que desde niña ve por la televisión, razona:

Además la mejor manera para hacerse conocer era por medios de la televisión. (ES: No.12)

El logro es traducido en términos de presencia y reconocimiento social, que el lenguaje común tipifica como popularidad. Estudios precedentes, como los de Elliott¹⁵ y otros, precisan que este inductor suele estar más presente en aquellas subculturas ocupacionales del medio audiovisual, y particularmente entre los actores y actrices que se exponen en pantalla.

También los profesionales comunes, a excepción de los directivos de los medios con mayor índice de motivación al poder, presentan un perfil psicosocial semejante. Los comunicadores sociales, en sus múltiples variantes, parecen compartir una subjetividad marcada por la motivación al «éxito» y orientada hacia el logro y la obtención de reconocimiento, manteniendo a su vez cierto sentido tradicional de la ideología profesional del servicio. En estudios previos hemos verificado la fuerte presencia de este atractor que prevalece sobre las motivaciones a la afiliación y al poder entre los profesionales del periodismo¹⁶. En los relatos profesionales, en los que se consideran también los integrantes de otros medios, podemos ver los indicadores típicos. Un editor de televisión con un grado intermedio de satisfacción, que lleva diecisiete años de labor ininterrumpida manifiesta:

Lo ideal es la tecnología; en las grandes editoras ya todo se ha computarizado para lograr la maximización del trabajo, aunque siempre un editor se siente mejor si su trabajo es reconocido como tal (...) Siempre se buscan mejores salarios, y para ello hay que prepararse en la alta tecnología. Si el trabajo de edición no es valorado como tal, se debe en gran parte a que la sociedad asume que es algo fácil y chévere. En cambio, el trabajo de post-producción en la empresa en que trabajo es muy bien reconocido. Se valora el ser capaz de manejar equipos muy sofisticados y complejos, de aquí se deriva el hecho de lograr cursos de especialización, que traen como consecuencia una mayor incorporación e identificación con el trabajo, y por ende, un reconocimiento económico bastante aceptable. (PR: No.6)

Como puede verse, el sujeto declara explícitamente como interés primario el deseo de mantenerse en la punta, haciendo igual de bien o mejor que los demás la actividad de editor. La profesión está orientada con una lógica de integración hacia un ascenso progresivo en la que se

¹⁴ Las tendencias narcisistas de la profesión de los comunicadores de la industria audiovisual ha sido ampliamente analizada por diversos investigadores, particularmente en relación con el sistema de estrellas. Cfr. POWDERMAKER, H. **Hollywood, el mundo del cine visto por una antropóloga**. México: Fondo de Cultura Económica, 1955. MORIN, Edgar. **Las estrellas de cine**. Buenos Aires: Ed. Universitaria, 1964.

¹⁵ Cfr. entre otros, ELLIOTT, Philip. *Organización de los medios y ocupaciones profesionales: visión panorámica*. En CURRAN, James y otros. **Sociedad y comunicación de Masas**. México: Fondo de Cultura Económica, 1981. pp.164-198. Y ELLIOTT, P. **The making of a television series: a case study in the sociology of culture**. London: Constable, 1972.

¹⁶ Cfr. AGUIRRE, Jesús María. **El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas**. Colección Ayakua. Caracas: UCAB, 1992. p. 50.

corresponden la productividad de la empresa y los intereses personales. La preparación en tecnologías sofisticadas es la estrategia que le permite mantenerse valorado y reconocido en la empresa. Prevalece la conformidad con el sistema establecido y apenas aflora la distancia crítica frente a la sociedad, cuando expresa que su papel no es suficientemente reconocido por ésta.

Una actriz de teatro, cine y televisión, con veinte años de experiencia, considerada una de las primeras figuras, siente que trabaja

en un mundo donde convergen muchas envidias y celos profesionales, pero donde también existe compañerismo, grandes amigos y muchas ganas de trabajar y lograr ese gran reconocimiento,

que a ella le ha costado y del cual goza por parte de la sociedad y de las distintas empresas para las cuales ha trabajado. Pero además el desarrollo de su carrera competitiva pero exitosa lo ubica en un objetivo a largo plazo, que trasciende su actividad hacia la comunidad artística:

Siento que está surgiendo una nueva e importantísima generación de actores con gran capacidad profesional en el desempeño de su trabajo y en ellos está la responsabilidad de prepararse a nivel profesional para seguir presentando a nuestro público este maravilloso arte de la actuación. (PR: No. 12)

Un veterano director de cine y televisión con 42 años de experiencia y una carrera exitosa culminada, muestra su satisfacción y valora el final de su trayectoria, realizando el siguiente balance profesional:

El director ideal no existe. Principalmente un director debe tener vocación, lo cual le permite hacer trabajos de alta calidad, aunque éstos literalmente no le agraden. La profesión brinda un beneficio social que es la popularidad de la persona como ente artístico, pero en realidad siempre me he sentido presionado e incómodo frente al fenómeno. La fama se obtiene cuando las telenovelas en las que has trabajado son reconocidas, si no es así el director queda en el anonimato. (PR: No. 47)

Aunque exista la motivación al logro entre los comunicadores, hemos podido comprobar que el cumplimiento de trayectorias exitosas, en mayor o menor grado, como las expuestas, no es típico en el medio profesional. Por una parte, la misma noción de éxito implica un grado de excepcionalidad estadística, y, por otra, la sensación del logro se afirma más hacia la culminación de una carrera que en el trayecto medio donde las dificultades para combinar las exigencias profesionales y otros compromisos, sobre todo relacionados con el ciclo de vida, se hacen vívidas¹⁷. Así, en el caso típico de una profesional insatisfecha con seis años de experiencia, las barreras encontradas, las expectativas de conformar una familia y otros factores, intervienen para tratar de cambiar de ruta. Después de cinco años de ejercicio, cuenta que ve el transcurrir de los años mientras se le cae el ideal periodístico de la adolescencia. En esos años obtuvo mucha experiencia, pero afirma que es difícil hacer la parte dura de un trabajo para que otro se lleve el crédito. Piensa que el trabajo periodístico en la calle es muy ingrato, pues se trabaja mucho y los sueldos son muy bajos. A esto se le suman los intereses empresariales que contribuyen a censurar la noticia. Espera trabajar unos años más en medios masivos antes de buscar

(...) un trabajo en el periodismo corporativo para poder descansar, ganar mejor y tener tiempo para planificar una familia. (PR: No. 102)

Es notorio, en el caso de las mujeres profesionales, la incidencia del ciclo de vida en la definición de la trayectoria profesional, pues la realización familiar y el proyecto profesional entran en colisión, sobre todo, cuando la mujer con hijo(s) tiene que resolver ambos papeles de profesional y madre. Más aún, en estos casos en el que el éxito familiar se antepone al trabajo, porque se considera que el hogar

¹⁷ Según Salvador Juan la noción sociológica más próxima al problemático concepto de ciclo de vida empleado por los economistas es la de *status familiar*: se trata de las categorías de hombre solo, mujer sola, pareja sin niños de menos de 40 años, pareja con niño(s) descomponible según la edad y número de niños, parejas sin niños con más cuarenta años, y aislados de la misma edad (Juan 1991: 121).

trasciende la misma profesión, es común dejar temporalmente el empleo para retomarlo en una etapa posterior (PR: No.13). Todavía no son muchas las mujeres profesionales que sobreponen el éxito de la carrera sobre la realización familiar, particularmente las divorciadas (PR: No.91). La pretensión, a veces fallida, es la de combinar ambos roles (PR: No.67; 69).

Salvo contadas historias, que como veremos más adelante se concentran en la figura del militante, entre los profesionales es menos común que entre los estudiantes recurrir a la argumentación de la ideología profesional. Esta se maneja más bien como un implícito, que se revive en circunstancias rituales particulares: Día del periodista¹⁸, elecciones gremiales, evocación de alguna fecha memorable o necrologías de profesionales. Por lo demás la trayectoria profesional no es interpretada tanto desde el eje de los valores y de la ideología que dicen profesar, sino de los logros y éxitos en la carrera profesional. Y, si bien su obtención se manifiesta como meta discursiva, los resultados son sumamente aleatorios.

La crisis de identidad

Según los analistas de profesiones con carácter de servicio público —médicos, enfermeras, etc.—¹⁹ es común que, tras la fase de inocencia inicial, se dé la conciencia de las incongruencias cuando se ve que la profesión no era lo que se esperaba. Los choques con la realidad profesional, una

vez rotos los estereotipos idealistas, crean la conciencia de las incoherencias hasta llegar a una interiorización estable. En nuestro recorrido por los relatos vocacionales, sin embargo, hemos podido encontrar bastantes casos en los que la crisis se desata en el mismo proceso de socialización académica. El pasaje por la academia es visto como un tránsito obligado donde las ventajas y desventajas son medidas en términos utilitarios de aprendizajes prácticos. Por eso se relativiza el prestigio del conocimiento académico:

Aquí aprendí muchas cosas —las más valiosas fuera del aula— y encontré en la Escuela que la carrera estaba más orientada hacia el periodismo y se repetía lo mismo de siempre. (ES: No.20).

La insistencia en la dimensión práctica llega a ser reiterativa:

Mis expectativas en cuanto a las posibilidades de hacer algo dentro de la Escuela decayeron luego de cinco semestres, mas no mis expectativas profesionales. (ES: No.24)

La frustración de las expectativas en el proceso formativo llega a disolver en algunos su primera identidad, sensación que es atribuible a las deficiencias del entorno socializador, a la ambigüedad identitaria del cuerpo profesoral — como hemos indicado anteriormente— o a la falta de una estructuración consolidada de la misma profesión en un contexto cambiante. Un estudiante de cuarto semestre se autodiagnostica:

Al principio tenía unas inmensas ganas de ser un comunicador social, porque imaginaba que era una carrera amplia y que me exigiría mucho para llegar a ser un buen profesional. Pero a lo largo de los estudios, yo me pregunto: ¿Qué es un comunicador social? ¿para qué pasar cinco años de tu vida, aquí, haciendo nada? No sé. Aún no encuentro respuesta y siento una inmensa frustración de no haber escogido medicina o ingeniería, al menos allí las cosas tienen sentido. (ES: No.41)

Esta y otras perplejidades más comunes, relativas a la mención a escoger, se presentan principalmente en la

¹⁸ Véase, por ejemplo, MOLINA, Manuel Isidro. **Discurso en la sesión conjunta de las Cámaras Legislativas el 28 de junio de 1995: En el Día del periodista**. Caracas: Ediciones del Congreso de la República, 1995.

¹⁹ En un estudio sobre cinco promociones sucesivas de enfermeras F. Davis resumen en seis etapas la conversión profesional: a. Inocencia inicial de altruismo idealista y dedicación; b. Conciencia de las incongruencias ante el choque con la realidad; c. El disparo o intuición de que hay que conformarse a las expectativas de los jefes; d. La simulación del rol, separándolo de su realización; e. La interiorización anticipada por la dualidad entre el yo profano y el yo profesional; f. La interiorización estable por la adquisición de reflejos profesionales y una nueva visión. DAVIS, F. *The professional socialization as a subjective experience*. **Social Works, Method and Substance**, s/d., 1970. pp.212-239.

etapa de socialización académica y son un indicio de la debilidad del contexto y de la insuficiencia de liderazgos proactivos. Una estudiante del último semestre apunta agudamente cómo las mismas expectativas van variando a lo largo de la carrera según factores externos e internos:

Cuando uno entra por primera vez en la Escuela llega con muchas expectativas que cambian a lo largo del tiempo por factores externos. En primer lugar el mercado del trabajo: nuestros canales de televisión, prensa y radio se han convertido en medios que favorecen a sus dueños. Ejemplo patético: los Cisneros'. Sus empleados deben acatar líneas y directrices en contra de sus principios y sin abrir posibilidades de autorealización profesional. En segundo lugar el funcionamiento de la Escuela: se nos enseña, aunque es Escuela de Comunicación Social, a ser simples periodistas, olvidando a publicistas y relacionistas. El ambiente de estudio no es el más apto y adecuado, sin nombrar la apatía reinante. (ES: No.34)

Entre los profesionales jóvenes, ya con una mirada retrospectiva, los juicios de distanciamiento sobre la academia son sumamente radicales:

He aprendido sobre la marcha, puesto que la Universidad te da unas berramientas teóricas que en mi opinión están caducas. Estoy convencido del antiaprendizaje y del método de ensayo y error en el campo laboral. (PR: No.24)

No deja de ser paradójico que, mientras los graduados y recién incorporados al mundo del trabajo cuestionan fuertemente la formación académica, otros que no culminaron los estudios desean completarlos por diversas razones de escalafón e integración cultural (PR: 8; 67). Profesionales más avezados reflejan más bien críticas referidas a la incongruencias de las conductas profesionales, que reclamamos sobre la formación o el déficit identitario.

Un director de post-producción con diez años de experiencia, después de reconocer que sus expectativas eran altas y que de hecho ha logrado cosas buenas, confiesa:

«Uno se lleva sorpresas en esta profesión, el bloque siempre ha sido de índole moral. Primero conoces a los individuos que crean esos mensajes, segundo a los directores que realizan la filmación y te das cuenta del mundo de improvisación que los rodea. (...) Algunos clientes piden cerrar la sala durante el período en que se está montando, te llegan con whisky y con sustancias extrañas —cocaína— y comienza el trabajo. Uno tiene que pasar por loco, pues él es quien paga y como empleado, tiene que calarse la situación pues son amigos de los dueños y algunos de ellos también comparten el vicio. Esta es una de las partes más frustrantes. Porque cuando ves lo que hacen y ves la falta de profundidad en los conocimientos y la poca ética que existe en algunos de esos personajes que vienen de las agencias, te llenas de tristeza. Porque la corrupción es un mal que se encuentra metido en lo más profundo de la sociedad y parece no haber solución» (PR: No.22)

La integración en las empresas de cine es particularmente problemática cuando las trayectorias de éxito previstas chocan con las barreras impuestas por la lógica de la producción. A los juicios, bastante más comunes sobre la situación de explotación, se suma la conciencia de la contradicción entre las exigencias del arte y las rutinas burocráticas industriales:

En ciertos momentos creamos proyectos que son destruidos por la burocracia de la empresa. Actualmente, puedo llegar a realizar montajes de documentales micros institucionales que me atraen mucho y tal vez, un largometraje. Sin embargo, tengo pocas posibilidades de participación para poder crear productos audiovisuales más impactantes y atractivos y para inventar con los directores y creativos. (PR: No.36)

Ante estos juicios no cabe aducir la falta de una distancia y conciencia crítica frente a la situación, aunque las respuestas estratégicas varíen de unos profesionales a otros, desde el conformismo del caso No.6 hasta la discrepancia del caso No.36, aunque en ambos casos se trata de ocupaciones semejantes. Sin embargo, es probable que se dé, como en

otras profesiones, un disparo o intuición de que hay que adaptarse a las expectativas de los jefes o tener viveza. Tras diez años de experiencia un jefe de montaje apuesta a este conformismo realista cuando, consciente de las limitaciones, declara:

La profesión ideal es la que está en tus sueños, la de poder protestar y denunciar lo que crees que no está bien. Lo real es lo que tú tienes que hacer para mantener los patrones de la empresa. Los bloqueos provienen de las exigencias de los clientes, de la empresa y del mismo gobierno. El reconocimiento de la empresa se da cuando se satisfacen los patrones establecidos a largo plazo en favor de la misma. (PR: No.38)

Sin embargo, la respuesta a las limitaciones puede ser de otra índole, como en el siguiente caso, en el que una profesional con seis años en el periodismo, consciente de las constricciones de las fuentes y de las presiones economicopolíticas, reflexiona sobre otras compensaciones diversas a las económicas:

Las expectativas que tengo son las de ir hacia un periodismo que sea más participativo, donde incluso seamos parte activa de lo que realmente se debe informar a la población y no lo que ciertos grupos quieren que se informe. Participar en la planificación de las políticas editoriales, pues éstas son elaboradas por una junta editorial que responde a ciertos intereses políticos y económicos ajenos a nuestras preocupaciones e inquietudes. A pesar de ciertos estímulos monetarios de la empresa, establecidos por el contrato colectivo, y algún ánimo de los jefes inmediatos, el reconocimiento es casi inexistente. El mejor premio lo otorga la población cuando grupos se han visto reflejados en lo que he escrito, porque he tomado en consideración sus problemas. (PR: No.126)

En este caso la racionalidad argumentativa de servicio público es congruente con sus realizaciones profesionales y no meramente una estrategia discursiva para justificar el rol. A este tipo de gratificaciones, diversas de las del poder y el dinero, se suman otras típicas en los medios como son

el reconocimiento de los colegas y los premios. Para un periodista, que en una etapa de su vida combinó el ejercicio profesional con el docente:

El mejor reconocimiento del medio es el de los colegas y en el medio académico, el de los estudiantes. En una oportunidad (...) obtuvimos el Premio Nacional de Periodismo, gracias al trabajo en equipo. (PR: No.127).

No deja de ser una interpretación simplista el reducir la motivación al logro, a meros reflejos antes estímulos de carácter económico o de status. Los relatos citados son prueba de una alta conciencia discursiva, en la que, a partir de un distanciamiento frente a la realidad y a las empresas, se accionan dispositivos diferentes a nivel subjetivo. No son fáciles de detectar los condicionantes de las distintas estrategias personalizadas que adoptan los agentes, pues como confiesan algunos, las mismas expectativas varían sobre el proceso. Cabe, sin embargo, señalar algunos momentos y factores críticos de transformación identitaria: el choque con las rutinas de la academia, las restricciones de los currículos, la primera incorporación al trabajo, las discrepancias con los objetivos de la empresa, los cambios en el ciclo de vida —matrimonio y gravidez—, la fase de jubilación. Las razones que aducen en situaciones típicas de una determinada ocupación nos pueden dar luz sobre algunos factores intervinientes.

Bibliografía

- ABOUHAMAD, Jeannette. **Fundamentos teóricos para el estudio de las necesidades y de las aspiraciones humanas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales.** Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1972.
- AGUIRRE, Jesús María. **El perfil ocupacional de los periodistas de Caracas.** Colección Ayakua. Caracas: UCAB, 1992.
- AGUIRRE, Jesús María. *Las representaciones sociales y su configuración narrativa: 1a. parte. La configuración de los agentes.* En Revista **Comunicación. Estudios Venezolanos**, No. 82, segundo trimestre, 1993. pp. 69.
- AGUIRRE, Jesús María. **De la práctica periodística a la investigación comunicacional: Hitos del pensamiento venezolano.**

- lano sobre la comunicación social y la cultura de masas.** Caracas: Universidad Católica Andrés Bello, 1996.
- ANGULO, Luis. *¿Nuevo periodismo o nuevo producto?* En Revista **Comunicación. Estudios Venezolanos**, No.37, Caracas: Centro Gumilla, 1982. pp. 5-12.
- BAKER, Wayne E. *Role as Resource in the Hollywood Film Industry*, **AJS**. Volume 97, Number 2 (September 1991). pp. 279-309.
- BEAUD, P., PARESE, F. *Los nuevos amos del pensamiento.* En Revista **Telos**, junio-agosto, No.46. Madrid: Fundesco, 1996.
- BENAIM, Daniel. *Anatomía de los nuevos profesionales.* En: CAPRILES, María Cristina (comp.) **Reflexión sobre el futuro audiovisual. Las Nuevas Tecnologías.** Caracas: Escuela de Cine y Televisión, 1995. pp. 157-165.
- BOLTANSKI, L. **Les cadres.** Paris: Minuit, 1982.
- BOURDIEU, P. **La distinction: critique sociale du jugement.** Paris: Ed. de Minuit, 1979.
- CASTRO, Gregorio. *Asociacionismo y participación juvenil en Venezuela.* En **Revista Comunicación. Estudios Venezolanos**, No.37, Segundo trimestre, 1994. pp. 47-58.
- CASULLO, M.M. Y CAYSSIALS, A. **Proyecto de vida y decisión vocacional.** Ed. Buenos Aires: Paidós, 1994. Comunicación. Estudios Venezolanos. No. 91. **Telenovelas, pasiones, búsquedas y mercado.** Caracas: Centro Gumilla. Tercer Trimestre, 1995.
- COPPLE, Neal. **Un nuevo concepto del periodismo. Reportajes interpretativos.** s/c: Librería Ceserman, S.A., 1968.
- CHOMBART DE LAUWE, P.H. **Pour une sociologie des aspirations.** Paris: Éditions Denoël, 1969.
- DEBRAY, R. **Le pouvoir intellectuel en France.** Paris: Ramsay, 1979.
- DELGADO, Carolina. **Perfil de los investigadores académicos.** Tesis de Grado. Caracas: Escuela de Comunicación Social, UCAB, 1990.
- DYGERT, James H. **The Investigative Journalist Falk: Heroes of a New Era.** London: Prentice Hall, 1976.
- ELLIOTT, Philip. *Organización de los medios y ocupaciones profesionales: visión panorámica.* En CURRAN, James y otros. **Sociedad y comunicación de Masas.** México: Fondo de Cultura Económica, 1981. pp.164-198.
- ELLIOTT, Philip. **The making of a television series: a case study in the sociology of culture.** London: Constable, 1972.
- ENGWALL, L. **Newspaper as Organizations.** Saxon House: Farnborough, Hants, 1978.
- FINE, Gary A. *Friendship in the work place.* En DELEGA, V.J. y B.A. Winstead, (comp.) **Friendship and Social Interactions.** New York: Springer-Verlag, 1986. pp. 185-206.
- GONZALEZ, Silverio y PHELAN, Mauricio. **¿Qué quieren los venezolanos? Valores sociales y vivienda en Venezuela.** Cuadernos de Investigación Social, No.1, Caracas: Fondo Editorial Acta Científica Venezolana. Consorcio Ediciones Capriles, 1992.
- GOODE, W.J. *Presidential address: The place of force in human society.* En **American Sociological Review**, 37, 1972. s/d. pp. 507-519.
- GOODE, W.J. *Exploration in Social Theory,* London: Oxford University Press, 1973.
- GREGORY, K.L. *Native-view paradigms: Multiple cultures and culture conflicts in organizations.* En **Administrative Science Quarterly**, 28, 1983. s/d. pp. 359-376.
- HAIRE M., GHISELLI, E., PORTER, L. **Actitudes de los directivos.** 2ª ed. Barcelona: Marova, 1976.
- HEBDEN, J. E. *Patterns of work identification,* **Sociology of Work and Occupations**, 2, s/d.: 1975. pp. 107-132.
- JOHNSON, Michael L. **El nuevo periodismo. La prensa underground, los artistas de la no ficción y los cambios en los medios de comunicación del sistema.** Buenos Aires: Troquel, 1975.
- KEARNEY, Richard. **Poétique du possible. Phénoménologie herméneutique de la figuration.** Paris: Beauchesne, 1984.
- KIBBE, B. *Los artistas, creadores, las industrias culturales y la tecnología en Los Estados Unidos de América.* En **Industrias culturales: el futuro de la industria en juego.** México: UNESCO, F.C.E., 1982.
- KURTH, S.B. *Friendships and friendly relations* en McCall, G.J.; McCall, S.B.; (comp.). **Social Relationships.** Chicago: Aldine, 1970. pp. 136-170.
- MATTELART, Armand. **La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias.** Madrid: Fundesco, 1993.
- McCLELLAND, D.M., ATKINSON, J.W. et al. **The Achievement Motive.** New York: Appleton Century-Crofts, 1953. (trad. *El motivo de realización puede desarrollarse*, Bilbao: Ed. Deusto, 1978).
- McCLELLAND, D.M., ATKINSON, J.W. et al. **The Achieving Society.** Princeton: Van Nostrandt, 1961.
- MENDEZ, Angel. **Aventura y desventura de los reporteros.** Caracas: Centauro, 1992.
- MERRILL, John C. **Periodismo existencial: nuevo enfoque hacia las posibilidades de una prensa independiente, veraz y honesta.** México: Ed. Asociados, 1981.
- MORIN, Edgar. **Las estrellas de cine.** Buenos Aires: Ed. Universitaria, 1964.
- MOSCOVICI, Serge y otros. **La influencia inconsciente.** Barcelona: Anthropos, 1991.
- MUJICA, Héctor. **El imperio de la noticia.** Caracas: Ediciones Biblioteca de la U.C.V., 1975.

- POWDERMAKER, H. **Hollywood, el mundo del cine visto por una antropóloga.** México: Fondo de Cultura Económica, 1955.
- PROVEA. *Situación de los Derechos Humanos en Venezuela, Informe Anual:* Octubre 1993-septiembre 1994, Caracas.
- REQUENA, Félix. **Amigos y redes sociales. Elementos para una sociología de la amistad.** Madrid: Centro de Investigaciones Sociológicas-Siglo XXI Editores, 1994.
- RICCEUR, Paul. *La identidad narrativa.* En **Magistralis**, Enero-Junio, 1992. México.
- RIEFFEL, R. *Journalistes et intellectuels: une nouvelle configuration culturelle.* En **Réseaux**, 51. 1992. pp. 13-23.
- SCHUTZ, A. y LUCKMANN, T. **Las estructuras del mundo de la vida.** Buenos Aires: Amorrortu, 1977.
- Sociedad Interamericana de Prensa, SIP. **Informe Preliminar sobre Crímenes sin Castigo contra Periodistas.** 52ª Asamblea General. Pasadena, U.S.A., 1996.
- STAUTH, Cameron. *El negocio del cine.* En **El cine en los Estados Unidos.** U.S.A.: Servicio Cultural e Informativo, 1992. pp. 58-68.
- TAUFIC, Camilo. **Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político.** Buenos Aires: Ediciones de La Flor, 1974.
- WRIGHT MILLS, C.H. **La élite de poder.** México: Fondo Cultura Económica, 1957.