

El concepto de profesión: Deslegitimación y traducción*

GABRIEL ALBA G.

Es sintomático de los tiempos que vivimos que este Encuentro Académico esté dedicado al Comunicador en el siglo XXI. Las reflexiones y encuentros que se hacen por estos años en América Latina, todas van encaminadas a la pregunta por el futuro y las mejores maneras de enfrentarlo.

Y es curioso que la postmodernidad no se plantee, ni se conciba como un tiempo nuevo, sino como la 'reescritura' de la modernidad. Es curioso, decimos, porque las propuestas postmodernas no se plantean los 'retos' del próximo milenio, sino que pretenden hacer conciente el siglo veinte. Tal vez la pregunta por el futuro inmediato es una necesidad de nuestro continente, porque la historia ha callado quinientos años de exclusión y el futuro hace pensar que tal vez tendremos la posibilidad de decirlo.

No es propiamente en esta perspectiva 'futurológica' que queremos inscribir nuestra reflexión sobre el concepto de profesión en la comunicación. Queremos mejor, ubicarnos en este momento ambiguo que vivimos en América Latina entre postmodernidad y modernidad. Queremos ser postmodernos sin haber sido modernos, esa es la problemática. Y ya no tuvimos la posibilidad de ser modernos. Precisamente el concepto moderno de profesión nunca lo hemos tenido. Hemos aceptado los progresos de las nuevas tecnologías en la producción de comunicación, pero no ha sido mucho lo que a nivel social y cultural ha evolucionado el concepto de profesional de la comunicación. Es más, sigue careciendo de una legitimación social y cultural. Jesús Martín traza un recorrido histórico sobre la profesión de comunicador en

un reciente trabajo sobre el **Oficio del Comunicador**, que nos parece interesante presentar aquí. Allí señala que el surgimiento del periodismo como profesión puede ubicarse a finales del siglo XVII, unido a la revolución, y al fin de la pre-modernidad, pensamos nosotros.

El oficio de periodista, y aquí está el punto que más nos interesa resaltar, nace unido al de **no autor**. El periodista no es un escritor y esto ya le da una dimensión y un estatuto diferente al de los intelectuales. Es un trabajador asalariado al servicio de la redacción, no de la escritura y de la creación. Su función es registrar los hechos sin valorarlos ni aclararlos, comenzando así la separación radical que el periodismo ha interiorizado tan profundamente hasta llegar a la famosa ideología de la **objetividad**, en el sentido en que la hemos conocido. El comunicador nace pues deslegitimado culturalmente.

Un verdadero periodista es el que no tiene **estilo** (otra renuncia que ahonda la deslegitimación), es el que no es autor, es el que jamás dirá yo. El que se ubica en el 'sistema no persona', de acuerdo con la clasificación de Benveniste. No hablará en presente sino en pasado. Un verdadero periodista y el verdadero periodismo, es aquel que borra las huellas de la escritura. En periodismo, para decirlo de otra manera, no hay narrador, los hechos parecen contarse por sí solos.

El periodismo asimiló esa ideología burguesa por la cual los asalariados, la gente que escribe a partir de un salario, no es un escritor. Hablamos claro está de los periodistas de noticias, no de los escritores que escribían en las columnas de opinión, eso era otra cosa.

Esta deslegitimación que nace con la actividad ha mantenido a la comunicación y al periodismo propiamente dicho, al margen de los desarrollos culturales. ¿Qué aporte cultural puede hacer un profesional que no es un

EL CONCEPTO DE PROFESION: DESLEGITIMACION Y TRADUCCION

investigador, ni un creador, ni un inventor?. Es solamente un intermediario asalariado, y no hay que olvidar que una de las claves de la ausencia de legitimación del comunicador es que es un asalariado. Aquí hay una razón profunda de deslegitimación cultural, porque los verdaderos productores de la cultura son gente autónoma, desde el bohemio romántico del siglo XIX hasta la bohemia menos romántica del París de los 50, hasta el intelectual independiente de nuestros días.

Claro que esta situación no es una cuestión exclusiva de los periodistas. En general los 'trabajadores' de los medios masivos están marcados por la deslegitimación y la vulgaridad. Hay que recordar que tanto el cine como la radio y la televisión (por no decir también que la fotografía) nacieron unidos a la cultura de masas y al gusto popular lo que les da un estatus diferente al de las bellas artes. Los hace propios de los espacios no cultos y por lo tanto deslegitimados. Pero a esta deslegitimación cultural puede unirse la deslegitimación política. Por un lado la izquierda señaló a los medios masivos y las personas que trabajaban en ellos como agentes del statu-quo, como 'vendidos al imperialismo cultural'. Por otro lado, la derecha moralista, ve en los medios el lugar donde se acaban los derechos eternos. El lugar por donde llegan a 'nuestros sagrados hogares' el divorcio, el aborto, la defensa de la homosexualidad, etc.

Los profesionales que trabajan en los medios masivos en general, con excepción de la gente de cine y alguno que otro periodista serio (que se gana la valoración por su esfuerzo puramente personal), no tienen legitimidad cultural y políticamente son muy sospechosos. Pero a esta deslegitimación cultural y política se suma la 'deslegitimación académica de los estudios de comunicación. Es increíble, decía Matelart en los años 70, que un fenómeno tan presente en la vida cotidiana de la gente, tenga tan poca presencia en el ámbito académico. Y las cosas no es que hayan cambiado mucho a pesar de que la comunicación ha logrado mejorar su presencia en el ámbito académico. Las confusiones y deslegitimaciones continúan al rededor del concepto de ciencia, de su estatuto epistemológico, de sus métodos propios de investigación, etc.

Todos estos motivos llevan a una desvalorización del concepto de profesión y a la poca legitimidad social y cultural del comunicador. Es necesario preguntarnos y reflexionar aquí, como colegas y como representantes de las diferentes Facultades de Comunicación del país ¿qué papel han jugado y están jugando las escuelas de comunicación en esta situación? Los medios y los trabajadores de los medios pueda que culturalmente no

sean gran cosa, pero todos sabemos que políticamente tienen poder, ¿esto no agrava las cosas?

Quisiera retomar nuevamente el trabajo de Jesús Martín porque considero que allí hay una propuesta y un diagnóstico que tendríamos que discutir en conjunto y mirar su pertinencia para nuestro trabajo académico; me refiero a lo que él llama **mapa profesional**. Un mapa compuesto de prácticas y de ideologías profesionales, en el que se pregunta por las competencias, los tabúes y las destrezas que conforman el bagaje básico del comunicador. Y también acerca de las figuras profesionales que hegemonizan en este momento el campo de la comunicación. Jesús Martín nos lleva a preguntarnos, y por eso es que me interesa mencionarlo aquí ¿qué fuerzas, qué movimientos, qué actores sociales, políticos, educativos, intelectuales, artísticos activan cambios en las competencias del comunicador? Evidentemente no da las respuestas, y tampoco creo que se trate de sacar las respuestas como de la chistera del mago, pero siento que esas preguntas son un espacio que nos es útil para conocer el concepto de profesión que se maneja desde las Facultades.

El oficio del comunicador no es un oficio unitario, no es un oficio homogéneo eso ya lo sabemos todos, pero en qué direcciones se están desplazando eso que se ha dado en llamar las "figuras emergentes del comunicador"? Al parecer en tres dimensiones, que yo me voy a permitir resemantizar y traducir para ponerlas en discusión: el **periodista interprete y traductor de la cultura**, que ya no es el político de finales del siglo XIX, ni el técnico en información, objetivo y distante del modelo norteamericano, sino aquel que **investiga y comprende los datos**; tiene contexto y temporalidad.

El periodista interprete es el que hace comprender, no importa el género en el que lo haga. No importa si es la noticia objetiva, o el drama, o incluso el poema, lo importante es hacer comprender y para ello tiene que recurrir a diferentes modalidades de expresión, generalmente ambíguas, que son las que mayor información producen de acuerdo con Moles y Eco.

El **publicista-poeta** que concibe su actividad bajo determinadas formas poéticas y con cierta estética racional. Quien comprende que la eficacia de su trabajo está en el **símbolo** y no en las ventas. Quien comprende que su producción es un análisis en sí de los tiempos en que vivimos. Quién hace semiótica haciendo publicidad, quien hace poética con su actividad.

Y el **comunicador como servidor público**, que comprende la comunicación como un servicio público, como un derecho ciudadano, que trabaja para hacer de la cultura un espacio

clave de activación de la participación en la toma de decisiones (comunitarias, barriales o empresariales), tratando de dar voz a los excluidos.

De otro lado, sugiero que nuestra discusión gire también alrededor de las **ideologías profesionales**. Las ideologías profesionales en el campo de la comunicación parece ser que no se elaboran en las escuelas sino en el campo profesional, pero la escuela legitima unas y desvaloriza otras.

¿Hasta qué punto nos sentimos responsables de las cuatro ideologías que supuestamente las Facultades legitiman: la ideología del **comunicador empleado**, cuyo horizonte vital es el de la seguridad laboral, el del ascenso social y cuya expectativa profesional es básicamente de ejecución y administración. La ideología del **investigador**, que tiene como ubicación ideal las instituciones académicas; identifica su trabajo con el análisis, la crítica y la docencia. La ideología del **artista**, cuyo horizonte primordial es la autonomía de su trabajo, ya sea en la empresa privada o en la pública e identifica su trabajo con el **diseño** y la **experimentación**, es decir, la producción innovadora (si tuviéramos que escoger una ideología profesional digna de prolongarse al próximo milenio, no hay duda que escogeríamos esta). Y finalmente la ideología del comunicador **animador**, cuya ubicación suele encontrarse más en las instituciones públicas y comunales (no quiere esto decir que no se da en la empresa privada, lo que pasa es que es menos frecuente) e identifica su trabajo con la planeación y promoción de actividades que alimentan la participación comunitaria. Es obvio que en la vida esas ideologías se mezclan, y que en tiempos de crisis económicas, como los que viven nuestros países, la dificultad de conseguir trabajo, y la inseguridad laboral, permean fuertemente cualquier profesión. Pero esa situación no hace que no nos preguntemos seriamente cuál de esas ideologías estamos legitimando en nuestras facultades y cuáles de ellas debemos conservar. Siento que ahí hay un punto importante para el diseño de planes de estudio y para estructurar los proyectos pedagógicos e investigativos de nuestras facultades.

Concepto central: El comunicador como traductor

Quisiera aprovechar estos últimos minutos que todavía me quedan, para esbozar el concepto de profesional de la comunicación que quisieramos proponer como figura emergente del siglo XX hacia el XXI: el **traductor**.

Para explicarlo voy a fundamentarme en Michel Serres que muestra la comunicación como un viaje, las pasiones y las tribulaciones de Hermes: "comunicar es viajar,

traducir, intercambiar, pasar al sitio del Otro, asumir su palabra como versión, menos subversiva que transversa, hacer comercio recíproco de objetos empeñados". Es curioso que Hermes sea al mismo tiempo dios de los mercaderes y dios de la comunicación. Hace comercio recíproco de objetos empeñados, de mensajes que recibe y tiene que interpretar para poder pasar al lugar del otro, ahí está el oficio del comunicador: el de traductor.

La ficción nos ha ofrecido una imagen del sujeto como actor, ahora la traducción nos la ofrece como autor (y esta sería la clave para comenzar a legitimar la figura del comunicador). El traductor, entendiendo una lengua en otra transcribe lo que escucha en los juegos de lenguaje que no cesan de desplazar las significaciones propias de cada lengua. Todo el problema de la comunicación está implicado en la traducción del "mismo" sentido en "otro" idioma. Pero debemos recordar que el sentido no es exterior a la lengua; el sentido está incorporado, investido en la verbalidad. Por lo tanto, todo lo que se dice en principio es traducible; todo "querer-decir" puede ser dicho en otra lengua y la forma de probarlo es reinvestiéndolo (el querer-decir) en otro lenguaje.

La traducción como la ficción tiene una función instauradora e identificatoria. Pensemos que los textos fundadores de una cultura son textos traducidos. Un caso, nuestro 'caso', es el de la Biblia, en la traducción de la vulgata. Podemos decir que toda cultura se enriquece abriéndose a otras culturas y esto está posibilitado por la traducción.

La traducción, al hacer propio lo que antes era ajeno, permite que se pase de receptor pasivo a productor, a autor. El comunicador-traductor entonces no reproduciría los consumidores sino que crearía autores. Este es el gran reto de nuestra profesión hoy.

No quiero terminar esta reflexión sin mencionar una de las propuestas más iluminadoras para planear el concepto de profesión del comunicador: las *Seis Propuestas para el Próximo Milenio* de Italo Calvino. Quisiera solamente proponer una imagen de construcción de las muchas que Calvino presenta. El *crystal* (imagen de invariabilidad y de regularidad de estructuras específicas) y la *llama* (imagen de constancia de una forma global exterior, a pesar de la incesante agitación interna). Cristal y llama, dos formas de belleza perfecta de las cuales no puede apartarse la mirada, dos modos de crecimiento en el tiempo, de gasto de la materia circundante, dos símbolos morales, dos absolutos, dos categorías para clasificar hechos, ideas, estilos sentimientos... Esta es nuestra utopía.