**II Congreso Latinoamericano de Teoría Social y Teoría Política**

“Horizontes y dilemas del pensamiento contemporáneo en el sur global”

Buenos Aires, 2 al 4 de Agosto de 2017

Mesa Temática 33 “Intercambios simbólicos, dominación y subjetividad. La construcción de adhesiones en el campo social y político”.

La alquimia social y el interés desinteresado en ANCCOM, agencia de noticias de Ciencias de la Comunicación (UBA)

Francisco Piccini – Facultad de Ciencias Sociales (UBA)

Resumen

ANCCOM, la Agencia de Noticias de Ciencias de la Comunicación, realiza “prácticas pre-profesionales”, que se presentan como un lugar donde el alumno podrá adquirir experiencia para enfrentar su carrera profesional periodística. Sin embargo, estas prácticas exigen como condición acreditar experiencia en el campo periodístico y carece de relación contractual o pecuniaria. ¿Por qué un estudiante debe demostrar que ya posee una formación y así, paradójicamente, acceder a la experiencia de formación?

 Desde este planteo, el interés particular que ANCCOM propone como desinteresado –“te preparo para tu carrera profesional”- le permite obtener ganancias materiales –una agencia propia-, a su vez que le ofrece a los estudiantes, en el mismo gesto, un lugar donde confirmar algo que subjetivamente anhelan –ser periodistas*.* Por esta alquimia social, una relación arbitraria y desigual genera una deuda, obteniendo así, por parte de los estudiantes, legitimidad. Sin embargo, los estudiantes señalan que el núcleo duro de su adhesión, en últimas instancias, no está en su deseo profesional. Cuando se los fuerza a dar razones de sus representaciones, afectos e intenciones, manifiestan que su deuda es para con lo público que proviene del Estado, entendiendo así a la educación pública como un regalo, y no como un derecho.

**Introducción**

 El problema que aborda esta monografía tiene lugar en ANCCOM, la Agencia de Noticias de Ciencias de la Comunicación. Esta agencia realiza, como parte de una actividad impulsada por la carrera y con gran apoyo de la comunidad académica, lo que llama “prácticas pre-profesionales”. Estas prácticas se presentan como un lugar donde el alumno podría adquirir experiencia para enfrentar su efectiva carrera profesional periodística, tanto en redacción, fotografía o medios digitales.

 El ingreso a estas prácticas pre-profesionales presenta una serie de requisitos. Estos requisitos refieren no sólo a cuestiones académicas, como la aprobación de determinadas materias -con sus correlatividades correspondientes, sino también a trabajos periodísticos de los estudiantes, llegando incluso a pedir insumos materiales propios y conocimientos que la carrera no ofrece. Esta situación está atravesada, además, por el hecho de que la colaboración de los estudiantes que ingresan a la agencia no contempla remuneración monetaria, y no tan a menudo la cobertura de viáticos. Si la agencia tiene interés en desarrollar la experiencia de los estudiantes, genera cortocircuito pensar en la experiencia que ya tenían los practicantes antes de ingresar a la agencia. La pregunta es: ¿Por qué un estudiante que quiere acceder a dicha experiencia de formación tiene no sólo que enviar trabajos ya realizados y/o publicados, sino además tener aprobado un gran trecho de la carrera? En otras palabras, ¿por qué un estudiante debe demostrar que ya posee una formación y así, paradójicamente, acceder a la experiencia de formación?

 Desde este planteo, lo que interesa es trazar algunos de los sentidos de la *alquimia social*, en palabras de Pierre Bourdieu (2006), que ponen en juego los estudiantes a la hora de justificar o negar la posición de ANCCOM y de la Carrera de Ciencias de la Comunicación, y por lo tanto a la hora de dar razones a su adhesión y consentimiento para con esta relación. Cierto que estos sentidos pueden tomar forma de afectos, de representaciones o de actitudes prerreflexivas, difíciles de conceptualizar de manera diferenciada, pero se intentará hacer carne estos sentidos a través de las entrevistas que se presentarán y de la interpretación, a la luz de la bibliografía, de los discursos presentados por los estudiantes. ¿Cómo se podría aprehender en palabras la *alquimia social* que se activa, es decir, el interés específico que se vuelve un interés general, de manera velada o con eufemismos? ¿Cuál es el sentido que reciben como reconocimiento los estudiantes que participan en la agencia? ¿Cómo se construye el don en esta relación? ¿Quién da y quién se siente obligado a devolver? Intentar acercarse a una respuesta primera guía este trabajo. Como insumos para informar las preguntas, se realizaron entrevistas a 10 estudiantes que participan o participaron en las prácticas pre-profesionales, en su mayoría de redacción (ya que es el área que más ingresantes tiene, el doble o más que las otras) y de fotografía. A su vez, se recopilaron diferentes publicaciones y comentarios realizados en redes sociales y foros sobre la experiencia ANCCOM de los estudiantes.

 El concepto de *alquimia social* del sociólogo francés, sobre el que pivoteará esta monografía, permite identificar en la Agencia de Noticias de Comunicación cuál es el interés particular que se esconde detrás de un interés que es puesto como general, como comunitario, y que de esta manera es utilizado para obtener la adhesión del conjunto de los estudiantes. Permite entender también cómo se transmuta una relación arbitraria en una relación legítima y de continua legitimación.

 La noción de intercambio de Marcel Mauss (2009), otros conceptos de Bourdieu como el de violencia simbólica (1998), la relación habitus-campo (1991), las esperanzas subjetivas y las oportunidades objetivas que desarrolla en su trabajo sobre Argelia (2006), como así también la creencia y la negación, ideas tomadas de Sigmund Freud (2004) y de Octave Maronni (2006), serán algunos de los ejes que ayudarán a explotar mejor las entrevistas realizadas, como así también a ordenar la presentación del trabajo, funcionando como aristas de la *alquimia social*.

 El trabajo final ha tenido una reformulación respecto al proyecto. El espacio que recibirán los discursos que critican la relación propuesta por ANCCOM será mucho menor del previsto, por considerarlo fácilmente resumible. El hincapié se hará sobre lo que sucede con los ingresantes a la agencia que otorgan su consentimiento y adhesión. Porque, además, sería un error considerar que esta monografía se propone realizar *juicios de valor* sobre la relación social que instituye ANCCOM. Lo que interesa observar es de qué manera las condiciones objetivas de la relación interpelan a la subjetividad de los estudiantes, y cómo un proceso de desarticulación y rearticulación de lo reprimido y de la objetividad de la relación toma lugar en el discurso, tanto respecto al rol de ANCCOM como de la carrera de Ciencias de la Comunicación. Después, desde esa maraña de razones *sin razón*, ir hacia un posible núcleo duro de la relación.

 Lo que informa este trabajo son las entrevistas a estudiantes, la selección de discusiones en foros y redes sociales digitales y la investigación sobre las condiciones objetivas de la práctica pre profesional.

**Que la crisis la paguen los discursos**

 La organización de esta monografía, además guiarse por los conceptos que se anudan a la alquimia social que se intentará describir, es útil también comprenderla de acuerdo al orden de las preguntas que se realizaron a los entrevistados. Luego de las primeras entrevistas, el cuestionario fue reformulado porque se entendió que las respuestas más ricas, aquellas que dejaran entrever los sentidos que circulan en esa relación, iban a tener lugar cuando el discurso de los estudiantes entrara en crisis. El entrevistado debía ser dirigido con preguntas que fueran encerrando sus argumentos hasta hacerlo estrellarse contra el “ya lo sé, pero…” (Mannoni, 2006), porque ese es el momento en que el discurso de los sujetos se fragmenta o se rigidiza, percibe una situación de peligro, pero donde lo que peligra no sólo es el discurso, sino la subjetividad del estudiante que realiza una práctica pre-profesional “y está contento con ello”. Es el momento en que el sentido común se descubre como tal, como una explicación que perdió su razón.

 Por esta razón, se va a contemplar como nudo principal las respuestas referidas a la experiencia-no experiencia de los estudiantes y la práctica adhonorem, sumándole un interrogante que, a medida que avanzaban las entrevistas, parecía tocar una fibra particular de la alquimia social en juego: *Si un medio de comunicación grande, privado y comercial, ofreciese una práctica pre-profesional con las mismas condiciones de ANCCOM, es decir, no remunerado, exigiendo experiencia, sin viáticos, ¿lo harías?*

Se apunta a encontrar una forma “paroxística”, un tipo ideal de relación para poder describir una relación concreta, la de los estudiantes con ANCCOM y su práctica pre-profesional.

**¿Dónde estamos? ¿Quién soy? ¿Qué quiero?**

 Según su propia página web (2016), “ANCCOM se inscribe como un nuevo espacio de práctica pre profesional supervisada para los estudiantes de la [Carrera](http://comunicacion.sociales.uba.ar/)”, pensada “para el desarrollo de actividades de producción de contenidos periodísticos, gráficos, fotográficos y multimediales” apostando “a que este espacio de práctica, formación y reflexión no quede circunscripto a lo que sucede dentro de las paredes de la Universidad.” En otras palabras, ANCCOM se propone ser una agencia de noticias tutelada por periodistas profesionales, y que mientras funciona como espacio formativo y de adquisición de experiencia para los estudiantes, se constituya como un *generador de agenda,* en el contexto de los avances hacia una reforma del plan de estudios de Comunicación Social.

 Para este objetivo, más allá de los específicamente periodísticos (trabajo sobre la agenda mediática, búsqueda de noticias alternativas, disputa del sentido), la agencia tiene su propio sitio web y sus propias redes sociales, que son actualizadas diariamente. Además, la Dirección de la Carrera de Comunicación envía a sus estudiantes un e-mail semanal con las notas producidas por la agencia. Según el director de la carrera, Diego de Charras, la práctica "no está pensada para aprender a hacer periodismo sino para profundizar las prácticas de ese área del conocimiento”, por lo que “la convocatoria está destinada a los estudiantes que hayan aprobado los talleres que se dictan en la carrera" (Agencia Télam, 2015).

 La convocatoria a la que se refiere el director académico es la que realiza ANCCOM semestralmente. Funciona, en primer lugar, en base al trayecto de la carrera que lleve cursado el estudiante que se postule, ya que se le pide tener aprobado al menos 15 materias, incluyendo la materia Taller de Expresión III[[1]](#footnote-0), y sugiere a su vez tener aprobado la materia llave Taller de Comunicación Periodística, junto a otras de la orientación en Periodismo. La presentación de un trabajo de autoría propia también es uno de los requisitos para postularse, para todas las áreas. Este trabajo a presentar puede ser: para Redacción, “1 artículo periodístico”, aunque a veces también exigen dos; para Fotografía, la presentación de “1 Reportaje fotográfico o portfolio de entre 10 y 20 imágenes en baja resolución (1200 pixeles el lado más largo). Asimismo, los postulantes deben contar con equipo básico réflex”; a los ingresantes a Contenidos Digitales y Redes, “referencias a espacios web con producciones personales vinculadas a contenidos digitales y/o comunicación en redes” valorando además “los conocimientos en WordPress y diseño web o multimedia” (Ciencias de la Comunicación - UBA, 2016). La carrera de Ciencias de la Comunicación no contiene materias donde se desarrollen trabajos fotográficos ni conocimientos de plataformas web.

 Estas son las condiciones objetivas para el ingreso, y que se refieren tanto a características de los ingresantes como a condiciones que impone ANCCOM. A partir de esto, y comparando con los discursos de los estudiantes, es decir, contrastando con sus representaciones y afectos, se sostendrá en este trabajo que los que se postulan a la práctica ya tienen experiencia en la materia periodística, que llegan a tener una certeza subjetiva de su Yo periodista, pero que deben negarla para conservar *la realidad del juego* que invisten afectivamente, es decir, la práctica pre-profesional.

 Los entrevistados fueron tanto varones como mujeres, de diferentes áreas de la agencia, algunos aún cursando materias de la carrera mientras que otros ya habían finalizado pero seguían participando de la experiencia ANCCOM. En su mayor parte, ya habían tenido experiencias de periodismo y publicación de notas en otros portales de noticias, o realizado talleres de fotografía. Incluso, al momento de la entrevista, algunos se desempeñaban como editores de un portal: “La nota quedó buena, la hicimos audiovisual todo para esa materia, y ahí mandé y gustó” (participante del área de fotografía); “Yo presenté 4 notas totalmente distintas. Una crítica, una nota periodística dura, una crónica y una entrevista […] y trabajo ahora como editora en un portal digital de críticas” (participante del área de redacción); “Me motivó publicar, escribir, tener una guía que me ayude a mejorar. He publicado antes, pero casi sin guías” (participante área de redacción). En otras palabras, la formación de los estudiantes antes del ingreso estaba apoyada no sólo en materias de la carrera, sino también en actividades extracurriculares, con remuneración o sin ella, y que ellos, mediante diferentes enredos argumentativos, aceptan, reformulan y/o niegan, como si del adentro y del afuera se tratase, en términos de Freud (2004).

 Sin embargo, esta experiencia previa no quitó del horizonte de los estudiantes la necesidad de considerar a ANCCOM como *un espacio donde adquirir experiencia*. Y para ello, debieron poner a funcionar una nueva construcción de la realidad social a través de diferentes artilugios: subestimando sus experiencias previas, moderando el nivel de exigencia de la agencia, o redimensionando a ANCCOM como medio de comunicación alternativo. Pero antes de llegar a la maraña de argumentos que los estudiantes explican para defender su Yo que-hace-la-práctica-pre-profesional-ad-honorem, hay que resumir los principales rasgos de aquellos que rompieron la instantaneidad y la lógica -asimétrica- de la relación establecida por ANCCOM, y que justifica pensar a los otros practicantes como inmersos en la *alquimia social* que se identifica en este trabajo.

“**Yo, en un principio, lo intenté”**

 El extenso párrafo que se cita a continuación es una publicación recuperada de un grupo de la red social Facebook llamado “Facultad de Ciencias Sociales UBA”, a propósito de la experiencia en ANCCOM de una estudiante.

Exigiendo una nota por semana y una de largo aliento cada quince días, la agencia fue avanzando, con altas y bajas de quienes simplemente no podíamos -ni queríamos- seguirle el ritmo. Yo, en un principio, lo intenté. No solo porque era una oportunidad de publicar, sino también por la difusión. Pero llegó un momento en que ya no quería sostenerlo más. Lo que está haciendo la carrera con nosotros es precarización laboral. Puede gustarnos escribir ahí pero eso no cambia los hechos: los redactores y fotógrafos ponemos tiempo y esfuerzo en generar contenido y nuestro trabajo VALE, por tanto, debería ser remunerado. Pero la facultad, que rechina los dientes para soltar algunos viáticos, no lo ve de esa forma. ¿Y qué es lo que se legitima? El estigma de la gratuidad al que nos tenemos que someter los estudiantes de esta carrera para conseguir un laburo pago, el que tengamos que aceptar las prácticas nefastas que las empresas y los grandes medios nos ofrecen, la desvalorización de nuestro trabajo que es constantemente negado.

 Esta extensa cita sirve por dos motivos. Primero, en efecto, en la publicación se habla de la “posibilidad de publicar”, del tiempo y esfuerzo en generar contenido, apuntando a la calidad del trabajo, pero sobre todo hay un punto del párrafo que es interesante dimensionar. ¿Qué significa “el estigma de la gratuidad al que nos tenemos que someter”? ¿Qué efectos tiene sobre la conducta de una persona el observar que su trabajo “es constantemente negado”? Esta monografía se arriesga a ver aquí la construcción de un *habitus* estructurante, en términos de Pierre Bourdieu (1991), avalado por la sociedad, por la cultura del trabajo y confirmado por la Dirección de la Carrera de Ciencias de la Comunicación.

 Los discursos registrados y recolectados de diversos actores que cuestionan el rol de ANCCOM parecen identificar la construcción de una determinada subjetividad en el mundo del trabajo en los medios de comunicación. “¿Y si la propia carrera disfraza de práctica un laburo real, por qué los otros no habrían de hacerlo? Nos hacen creer que el sistema para nosotros funciona así. Pero no”, agrega en un comentario una estudiante. Más adelante se profundizará en la comprensión de este habitus.

 Por otro lado, en términos de la teoría del sociólogo francés, los agentes sociales participan del juego social y aportan las condiciones que contribuyen a que sus participantes interioricen modos de hacer, estar y decir, que tienden a reproducir las posiciones sociales existentes. Esta dinámica es sostenida con la creación activa de los agentes, que en el campo hacen sus inversiones e interactúan con otros agentes manteniendo el interés del capital simbólico que se disputa. En este caso, los agentes dejaron de realizar su inversión porque se produjo un desfasaje entre su posición subjetiva y la relación objetiva que estaban encarnando. Es en este momento en que el sujeto se hace preguntas, en que el ajuste prerreflexivo no aparece, y el agente social empieza a darse cuenta que, efectivamente, *está jugando a un juego* y que sus reglas no están escritas en el cielo. Se sale de la inmediatez que aporta la coordinación entre el habitus y el campus, conceptos centrales en la teoría bourdieana. La reproducción del juego social, de esta manera, no puede continuar, porque el recreo de los placeres, de las diversiones y los sentidos compartidos estalló.

**Fragmentaciones y rigideces**

 Como se señaló anteriormente, el discurso de los estudiantes se fragmenta, se rigidiza, entra en crisis cuando los cuestionamientos recaen sobre su práctica adhonorem y la evaluación de ellos mismos realizando una práctica similar a la ofrecida por ANCCOM, pero en un medio grande, privado y comercial. Porque, en definitiva, toda relación social implica ciertas formas y despliegues del poder, y por lo tanto el establecimiento de relaciones asimétricas y de ocultamientos de esta relación, al mismo tiempo que recibe su legitimación por ambas partes involucradas, establece una lucha por un capital específico. Y el capital por el que luchan los estudiantes en ANCCOM es simbólico (Bourdieu, 1991): es el reconocimiento. Se entabla una lucha por ser reconocido. ¿Pero reconocido en tanto qué? Esto significa intentar darle un estatuto a la vivencia subjetiva del estudiante.

 Hay que saber previamente que todos los sujetos darán cuenta de sus posiciones desde un solapamiento, desde un entrecruzamiento heterogéneo de motivos del sentido común que justifican su posición y protegen su amor propio. Porque, como dice Bourdieu, “quienes salen en defensa del orden simbólico establecido amenazado por la crisis o la crítica, pueden limitarse a invocar las evidencias del sentido común, es decir, la visión de sí mismo que […] el mundo social logra imponer” (1998:57).

 Pero quedarse en esta conclusión –“el sentido común es un enmarañamiento de justificaciones”- sería estar en la mitad del camino. Los practicantes que prestan su adhesión a la relación social que les propone ANCCOM están tan inmersos en el juego y en sus leyes que la importancia adjudicada a éste resulta espontánea. Esta inmersión puede llevar a tener comportamientos *razonables aunque no racionales*: comportamientos de los cuales ellos pueden dar cuenta pero no pueden pensar bajo el principio de la lógica-lógica, sino de la lógica de los sentimientos, de las representaciones y los afectos.

 Lo importante es señalar las reglas que rigen las prácticas de los sentidos comunes que vienen al rescate de la posición del sujeto a través de su discurso. Ser reconocido es el momento en que el sujeto que participa en la relación social recupera su subjetividad, y puede agregarle a su Yo un yo-soy-esto. En todo intercambio hay alguien que da y otro que recibe, donde los intereses del que da, en determinadas situaciones sociales, pueden presentarse bajo forma velada, bajo un interés general. Es decir, el intercambio debe ser negado, porque debe negarse el interés. Pero más adelante se hablará de esto. Ahora, hay que retomar la pregunta: ¿Los estudiantes de ANCCOM quieren ser reconocidos en tanto qué?

* Me interesó eso, la práctica real: los contratiempos, el buscar varias fuentes para una nota, también elegir el tema.
* **¿Lo que te motivó fue toda la dinámica del trabajo de agencia?**
* Sí, exactamente. Me gustó la dinámica del trato con un editor, de la crítica, todo lo que tenés que cambiar, todo lo que tenés que corregir.[[2]](#footnote-1)
* Yo estaba muy ansiosa por publicar y por ser periodista, así que ella [su compañera, entrevista grupal] me incentivó en probar la experiencia de periodista pero físicamente.
* Realmente el trabajo de agencia es tal cual, como es una agencia comercial digamos, cualquier otra agencia informativa. Por un lado se trabaja a pulmón, pero por otro lado se trabaja muy profesionalmente: revisiones y coberturas.

 En un primer momento, ellos quieren ser reconocidos en tanto *periodistas-que-hacen-periodismo*. Quieren que la experiencia ANCCOM los trate como tales, es decir, hay una certeza subjetiva, en palabras de Kojeve (1999), que necesita ser confirmada. Pero no confirmada en cualquier objetividad, sino en la objetividad de la práctica de la agencia, de la dinámica material y objetivadel ser periodista en una agencia de noticias.

 Sin embargo, esta certeza subjetiva del periodista-que-hace-periodismo, convive con la ambigüedad propia y constitutiva de los procesos de intereses desinteresados, pues trabajan éstos sobre los eufemismos y la violencia simbólica (Bourdieu, 1998). Esto se ve cuando los estudiantes necesitan reconfigurar los significados de su entorno y la representación que se hacen de ellos mismos. Así surgen “subtipos ideales” de argumentos, previos a llegar al nudo de la alquimia social, el tipo ideal paroxístico de esta monografía. Estos tres subtipos son: (1) los que subestiman su propia experiencia previa; (2) los que atenúan el nivel de exigencia de la agencia y (3) los que redimensionan a ANCCOM como medio de comunicación alternativo. Son todas configuraciones necesarias para proteger la subjetividad del periodista-que-hace-periodismo, y que toman la forma de afectos, de representaciones o de conductas prerreflexivas.

* Yo presenté 4 notas totalmente distintas. Una crítica, una nota periodística dura, una crónica y una entrevista.
* **¿No considerás que tenías experiencia?**
* Sí… Tenía experiencia en otro tipo de textos.
* **¿Qué pensás de la idea de que la agencia te pide experiencia para acceder a la experiencia?**
* No es que te pide experiencia. La carrera te forma como comunicador. Después de leer tantos textos, y que estás familiarizado con la escritura, que de alguna forma sos un escritor, sos un comunicador. Lo que te piden es ver… cómo sos, una evaluación psicológica para ver saber qué viste, para poder calarte, para saber dónde andás, para saber qué tipo de nota te van a poder dar y qué tipo de notas no.
* **¿No creés que es una evaluación de la experiencia el presentar notas?**
* En parte, pero no creo que así te conozcan sino yo no hubiera entrado. (Entrevista 3)
* Yo conozco compañeras que han presentado notas que estuvieron buenas y no tienen por qué estar publicadas. Mandaron un texto que estaba bien redactado y cuadraba como noticia y las eligieron.
* **Una cosa es ser publicable y otra tener experiencia.**
* Mmm… En realidad yo tampoco tengo experiencia, publiqué una sola nota en otro lugar y eso me lo preguntaron y yo contesté tal cual era, yo no tenía experiencia. (Entrevista 4)

 El periodista-que-hace-periodismo, que es la subjetividad del participante de ANCCOM, se encuentra en un aprieto, por lo que debe desdoblarse para poder solventar la situación. Su certeza subjetiva le indica a los estudiantes que ya son periodistas, o que tienen las herramientas incorporadas del hacer periodístico, pero sin embargo se ven obligados a hacerle un baño de realismo a su narcisismo y decirle “no, no somos periodistas, por eso vamos a ANCCOM a adquirir experiencia”. En definitiva, en esta monografía se entiende que el estudiante trabajó principalmente (aunque no únicamente) sobre la representación de su experiencia previa.

 Esto es traducible a lo que sostiene Sigmund Freud en *La negación:*

Ahora ya no se trata de si algo percibido (una cosa del mundo) debe ser acogido o no en el interior del yo, sino de si algo presente como representación dentro del yo puede ser reencontrado también en la percepción (realidad). De nuevo, como se ve, estamos frente a una cuestión de afuera y adentro. Lo no real, lo meramente representado, lo subjetivo, es sólo interior; lo otro, lo real, está presente también ahí afuera. En este desarrollo se deja de lado el miramiento por el principio de placer. (2004:255)

 El segundo de los sentidos puestos en juego por los prácticantes de la Agencia de Noticias de Ciencias de la Comunicación, está encarnado en aquellos que intentan atenuar el nivel de exigencia de la agencia, reformulando e intentando ubicar esa relación social en un nuevo universo de significados y representaciones en donde pueda negarse la objetividad de los requisitos.

* **Si tuvieran que corroborar tu experiencia como hizo ANCCOM, igual.**
* O sea, nula. Con 1 nota que hice para 1 materia, y así me dejaran igual estar ahí publicando, qué sé yo, ahí no me molestaría que no me paguen. (Nota del entrevistador: la entrevista hizo hincapié en “1 nota para 1 materia”. Entrevista 1).
* Ponele un ejemplo: te dicen “tenés esta nota, la tenés que tener para la semana que viene”. Y ponele que una fuente no te contestó, o tuviste que hacer otra cosa y te atrasaste, y no llegaste a la nota ese día, no te dicen “bueno te vas, no estás más en ANCCOM, perdiste el laburo”. No. Es una oportunidad y podés seguir con la nota hasta terminarla y entregarla la otra semana. A mí no me pasó eso. Calculo que eso sí pasará en un trabajo. (Entrevista 2)
* **¿Vos trabajabas en otros lugares y presentaste? ¿O de dónde sacaste la experiencia que requerían?**
* En realidad también te dicen que… Cuando mandan el mail, el llamado para inscribirte te dicen que mandes 1 trabajo. (Entrevista 1)
* Está bien la pregunta, lo que pasa es que en realidad la… Yo podía presentar una nota que hubiera escrito… No hacía falta que haya estado publicada. Yo mandé la que había publicado porque tenía más chances de que me eligieran. (Entrevista 4)

 El tercer y último subtipo de argumento puesto en juego que se identificó en las entrevistas está encarnado en los que redimensionan a ANCCOM como medio de comunicación alternativo, no comercial y generador de agenda. Sin embargo, este sentido no será presentado hasta más adelante, una vez que podamos hablar puntualmente del interés desinteresado de la universidad pública, ya que están fundamentalmente relacionados. Basta ahora con saber que este argumento existe.

 Retomando, y parafraseando a Pierre Bourdieu en *Argelia 60* (2006)*,* el trabajo de periodista-que-hace-periodismo puede en principio existir “en sí”, sin ser aprehendido como tal, y en un segundo nivel, la “conciencia” del periodista-que-hace-periodismo, el ser “consciente” de que su situación es por completo ambigua, puede manifestarse en la práctica sin explicitarse, o explicitarse solamente bajo formas muy rudimentarias del discurso. Hay un intento de sintetizar las respuestas que se les hace imposible a los practicantes. Ellos, cuando “son invitados a dar razón de un mundo que desafía la razón” (Bourdieu, 2006:106), no tienen otro recurso que la reconfiguración de los significados del entorno y de su propia conducta, no para subvertirlos, sino para que su subjetividad pueda coexistir con esas contradicciones.

 Según los practicantes, su paso por el Taller de Expresión III, con todas las prácticas que una materia anual implica, con el Taller llave de Periodismo a cuestas, algunos avanzados en la orientación de Periodismo y algunos con trabajos periodísticos publicados o colaboraciones extracurriculares con portales y revistas, en resumen, todo esto, los practicantes de ANCCOM *no lo consideran experiencia*, porque su subjetividad precisa que no lo sea para no verse en falta; que la agencia exija el Taller de Expresión III, que prefiera estudiantes que hayan hecho el Taller llave de Periodismo y obligue a presentar un trabajo periodístico de producción propia, conocimientos de WordPress y equipo propio de fotografía, *no es un filtro ni una evaluación de las capacidades,* porque aceptar esto obtura su principio de placer.

 Esta reconfiguración de, en palabras de Freud citadas anteriormente, “lo no real, lo meramente representado, lo subjetivo” para con “lo otro, lo real”, lo que está presente también ahí afuera, no es más que el ajuste que Bourdieu llama sentido práctico(1991)*,* y que cuando se da todo funciona por su propia evidencia. El sentido práctico, a través de la *illusio* o el interés (una investidura de afectos y representaciones)*,* logra que no haya ningún misterio pero tampoco el deseo de su revelación. El esqueleto oculto de este sentido práctico, la estructuración que posibilita esta inmediatez con el mundo, es el revés de “el estigma de la gratuidad” al que los practicantes de ANCCOM se tienen que “someter”, como contaba la practicante que abandonó la agencia. La diferencia es que los practicantes que aún continúan le otorgan valor al juego.

***Por ese precio hago una excepción***

 La alquimia social de ANCCOM está atrapada en una red de relaciones que excede su mecanismo propio y a las que les debe la esencia de sus propiedades. Situaciones económicas, coyunturas políticas, historias de vida. Incluir cuestiones de biografía de los participantes y de su contexto social facilitaría crear un *continuum* entre sus discursos y sus motivos de una manera más comprensiva, más general, más holística. Pero esto no alcanzaría a correr el velo para comprender qué es lo que sostiene el empuje de la relación de asimétrica, donde unos tienen el capital económico transmutado en simbólico y donde otros sienten la obligación de dar.

 Dar cuenta de la actividad de la agencia como un trabajo de alquimia social abre la posibilidad de entenderlo como un intercambio o transacción gratuita y desinteresada, que a su vez genera una obligación o una deuda moral en los participantes, como explica Lefort en base a Mauss (1988). Ya se advirtió que concluir que el sentido común es un enmarañamiento de justificaciones sería estar en la mitad del camino, porque a esas justificaciones se le pueden seguir haciendo preguntas, y por lo tanto buscando respuestas aún más cargadas de afectividad.

 Los practicantes quieren ser reconocidos en tanto periodistas-que-hacen-periodismo. Si es esta su certeza subjetiva, confirmada en la relación, ¿es la experiencia material del trabajo de periodista en agencia con quien ellos sienten una deuda? Esto los convertiría en algo similar al Prometeo que se sacrifica por los hombres, una y otra vez, día tras día, y que es castigado y recompensado en su propio ejercicio. En otras palabras, serían periodistas por amor a la profesión. ¿Se sienten en deuda con la profesión? ¿La subjetividad de periodista-que-hace-periodismo es todo lo que motoriza esta relación? Si esto fuera todo lo que son, pues el único actor en cuestión sería ANCCOM. Pero en las entrevistas realizadas surgió otro actor que parecía fundamentar otro tipo de relación, junto a otro tipo de espacio social y que interpelaba a los sujetos desde un perfil más profundo.

 La pregunta en cuestión era: *Si un medio de comunicación grande, privado y comercial, ofreciese una práctica pre-profesional con las mismas condiciones de ANCCOM, es decir, no remunerado, exigiendo experiencia, sin viáticos, ¿lo harías?* Se cita en extenso las respuestas más ejemplificativas para poder ir desprendiendo los sentidos articulados y fundamentarlos teóricamente, sin entorpecer la comprensión.

* **¿Te molestaría que no te paguen?**
* Y si es un medio grande sí. Lo que pasa también es que ANCCOM no tiene propaganda en su página, y Clarín y La Nación sí. Sería injusto que no me pagaran. (Entrevista 2)
* **Tus compañeras me comentaron que no ven necesario que paguen por la práctica a la cual vos accedés si acreditás experiencia…**
* Bueno, es la UBA. A los profesores tampoco le están pagando.
* **¿Qué querés decir con que “es la UBA”?**
* Que quizás el punto de vista no está puesto en… Para que ANCCOM pueda pagarnos tendría que adquirir publicidad, y ese no es el punto de vista de ANCCOM. Yo creo que mediatizar la realidad, ese es el enfoque, y es un medio, dentro de los grandes medios, clandestino.
* **¿Por qué a ANCCOM, y por lo tanto a la universidad pública sí, y a un medio privado no?**
* Yo no dije que no, dije que lo pensaría. Que lo pensaría y que capaz me inclinaría hacia el no, porque veo el afán de lucro muy ahí en una empresa. Pero quién dice, capaz lo haga. También creo que es una forma de devolverle algo a la facultad. Esto es como muy personal, no te digo que lo comparta con otras personas.
* **¿En qué sentido devolver?**
* De todo el conocimiento que yo tuve acá adentro.
* **¿Qué te dio y qué estás devolviendo?**
* Y con mi trabajo, que no sea remunerado. Igualmente yo estoy absolutamente en contra de que no se pague, mínimamente los viáticos, algo. Debería ser remunerado, sí.
* **¿Creés que es diferente la situación si una empresa de medios grande ofrece una práctica pre-profesional similar a la de ANCCOM? Adhonorem, acreditando experiencia, pero a cambio de aprendizaje.**
* Para mí es diferente. A mí la universidad me la garpa todo el país, al informar en una plataforma de acceso gratuito como ANCCOM siento que devuelvo algo al tiempo que me formo. A una empresa antes de hacerle algo ad honorem le escupo la cara.
* Coincido en que (sobre todo los que estamos en el tramo final) estamos ya un poco cansados de laburar gratis. Desde el minuto uno, la agencia se constituyó como espacio de prácticas pre profesionales. Creo que lo que tienen de interesante es poder "devolver" algo a la comunidad (académica y no). Me quejé toda la carrera de la falta de un espacio de prácticas y recibí la convocatoria con agrado. Por otro lado, la exigencia no fue, en mi caso, comparable a lo que comentas. (Comentario en red social Facebook*,* a propósito de la publicación citada anteriormente)
* **Pero si ya tenías experiencia y habías publicado, ¿cómo te tomaste lo adhonorem de ANCCOM?**
* Pasa que al ser UBA sirve, también había leído las notas de los primeros practicantes y vi que estaba muy bien, mucho mejor que las de muchos medios. La guía de los profes también me parecía muy importante, y también que no es dedicación a tiempo completo.
* **¿A qué te referís con que al ser UBA sirve?**
* Al ser la primera agencia de la UBA, también al estar coordinada por profes de la UBA, con experiencia en medios, sabía que me iba a servir.
* Claro, también a lo pedagógico, porque siempre están enseñándote. No te exigen que seas un experto o un periodista ni nada, como que siempre estás ahí equivocándote y aprendiendo, eso se permite creo porque es una pasantía de una institución pública educativa, entonces no es un trabajo, no es un medio. Por eso nos parece que está bien… Por ahí, como incentivo podría haber algo, pero creo que no está mal que…

 Si el desinterés es posible, sólo puede deberse a la coincidencia entre un habitus predispuesto al desinterés y un universo en el que el desinterés es recompensado. Los estudiantes le adjudican a ANCCOM una actitud basada en el desinterés debido a la ausencia de publicidad en sus contenidos (por lo tanto a la ausencia de una relación económica para con ellos), a una actitud pedagógica por parte de los coordinadores y una flexibilidad en la relación, características que no se encontrarían en un medio grande, privado y comercial, según las entrevistas. Esta actitud desinteresada de la agencia le permite generar una obligación o una deuda moral, no económica, que mantenga todas las formas del desinterés, y que tiene bastantes beneficios para quien la otorga: la Carrera de Ciencias de la Comunicación, por mostrarse desinteresada, se hace de una agencia de noticias propia, que camina e impone agenda. Es un capital simbólico insustituible para una carrera de medios de comunicación.

 Pero esta “redistribución”, es decir, este “yo te doy el espacio ANCCOM, el sello ANCCOM y los profesores, pero vos me das tu tiempo y tu fuerza de trabajo”, lo que hace es legitimarse a sí misma. Se trata de la legitimación de una arbitrariedad, de cómo una relación social desigual (uno tiene la posibilidad de aportar un capital económico que otros no) se transmuta, en virtud de esta alquimia social, en relaciones afectivas y en sentimientos morales que fundan relaciones de dominación y dependencia.

Esta existencia de la violencia simbólica refinada está presente en la deuda tanto como en el don que, a pesar de su aparente oposición, tienen en común el poder de fundar dependencia e incluso servidumbre tanto como solidaridad, según las estrategias a las que sirven. En este caso, se podría hablar de admiración, del sacrificio y un poco de comunitarismo. Es decir, esta alquimia social comporta, en su seno, una violencia simbólica que debe ejercerse de manera tal que no se haga patente su violencia, puesto que lo importante a mantener, además de la dominación, es la forma de la relación social que comporta esta dominación: lo importante es investir a ésta con los valores de la admiración, del sacrificio, del comunitarismo, para generar adhesión de los estudiantes y para legitimar la relación asimétrica.

Pero si se leen atentamente los discursos citados, surge un nuevo actor que introduce todo un nuevo campo de significaciones. La Facultad de Ciencias Sociales, naturalmente, pertenece a la Universidad de Buenos Aires. Y se tiene una especial consideración por ella, ya que todos los entrevistados se mostraban con dudas o directamente reticentes a participar en una práctica pre-profesional ofrecida por un medio grande, privado y comercial. ¿Entonces cuál es la verdadera especificidad de ANCCOM? En este sentido, ¿el sentimiento y el afecto por la gratuidad, por algo que es de todos, no es también un sentimiento y afecto que despiertan las dádivas que vienen de *lo público*? ¿No es acaso lo público el universo por excelencia de las sociedades modernas democráticas donde la búsqueda del beneficio estrictamente económico está más bien desaconsejada por normas explícitas o tácitas?

La violencia simbólica, con sutilezas, eufemismos y bajo el velo del desinterés, se ejerce casi sin que se den cuenta los practicantes, y se encarna en el terreno de lo que menos deciden: sus afectos. La deuda parece ir más allá, incluso, del amor al periodismo. Parece tomar el sentido de una deuda para con lo público, para con lo gratuito desinteresado que proviene del Estado. La Carrera de Ciencias de la Comunicación hace uso esta proyección de los estudiantes para con lo público, y funda la relación social de la agencia en ese piso de significaciones.

La cuasi sistematización afectiva que Pierre Bourdieu identifica en su trabajo sobre Argelia (2006) se hace presente. Se activa una visión de mundo que le otorga a la situación un sentido que no proviene de una comprensión de la situación objetiva, sino del sentimiento. Esta cuasi sistematización afectiva, en la teoría del sociólogo francés, es la que da lugar a posicionamientos como el fatalismo pesimista o la revuelta del sentimiento, donde se espera la satisfacción de algunas de las necesidades como si fuesen limosnas que no se merecerían, o que incluso no correspondería que les sean otorgadas a los sujetos. Los practicantes de ANCCOM ven en su educación un regalo, y por lo tanto asumen su deuda. Pero al adjudicarle, tanto ANCCOM, a la Carrera y a la UBA, una actitud desinteresada para con su educación, están sin darse cuenta dando por tierra la idea de que la educación es un derecho, y no un regalo. Construyen una figura paternal de la UBA como benefactor gratuito que les hace imposible escapar a la obligación moral de dar algo a cambio. Saben subjetivamente del intercambio, pero necesitan negarlo individual y colectivamente.

 En términos freudianos:

El contenido de representación o de pensamiento reprimido puede irrumpir en la conciencia a condición de que se deje negar. La negación es un modo de tomar noticia de lo reprimido; en verdad, es ya una cancelación de la represión, aunque no, claro está, una aceptación de lo reprimido. Se ve cómo la función intelectual se separa aquí del proceso afectivo. Con ayuda de la negación es enderezada sólo una de las consecuencias del proceso represivo, a saber, la de que su contenido de representación no llegue a la conciencia. De ahí resulta una suerte de aceptación intelectual de lo reprimido con persistencia de lo esencial de la represión. Por medio del símbolo de la negación, el pensar se libera de las restricciones de la represión y se enriquece con contenidos indispensables para su operación. (2004:253)

 Hay una aceptación intelectual de su sentimiento de deuda, pero al mantener negada la ecuación primordial –“la educación pública no debería implicarme ningún tipo de deuda, por lo tanto no debería comportarme obligación alguna”-, se disocia la función intelectual del proceso afectivo en cuestión, conservándolo, porque en él está en juego la subjetividad del actor, su narcisismo, su principio de placer. Su amor propio.

 Y ese sentimiento de deuda está motorizado por un habitus muy poderoso, y que sería interesante investigar y profundizar a través de la mirada de una sociología del trabajo. “El estigma de la gratuidad al que nos tenemos que someter” donde el trabajo de los estudiante de Comunicación Social “es constantemente negado”, sin dudas que está articulado por muchas otras relaciones sociales previas, por las familias, por el mercado de trabajo y por las esperanzas subjetivas respecto de la importancia de los comunicadores sociales para una sociedad específica. Son discursos que preceden a la relación de ANCCOM, pero que abonan el terreno para que esta relación sea posible.

**Bibliografía**

-Althusser, L. (1988), *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Buenos Aires: Nueva visión.

-ANCCOM [En línea]. Consultado en: <http://anccom.sociales.uba.ar/nosotros/> [Recuperado en 2016, 24 de abril]

-Agencia Télam (2015, 27 de marzo), Los estudiantes de Comunicación de la UBA cuentan con una agencia de noticias para hacer sus prácticas periodísticas [En línea], Disponible en: <http://bit.ly/1NoPoAD> [2016, 23 de abril]

-Bourdieu, P. (2006), “Esperanzas subjetivas y oportunidades objetivas”, en *Argelia 60*, Bs. As., Siglo XXI.

-Bourdieu, P. (1991) “Estructuras, habitus, prácticas” y “Los modos de la dominación” en *El sentido práctico*, Buenos Aires: Siglo XXI.

-Bourdieu, P. (1998), “Violencia simbólica y luchas políticas”, en *Meditaciones pascalianas*, Barcelona: Anagrama.

-Bourdieu, P. (1997) “¿Es posible un acto desinteresado?”, en *Razones prácticas*, Barcelona: Anagrama.

-Ciencias de la Comunicación - UBA (2016, 12 de febrero), Convocatoria ANCCOM – Nuevo cierre de inscripción: 10 de marzo [En línea] Puede verse en: <http://bit.ly/1SqIQEk> [Recuperado en 2016, 23 de abril]

-Freud, S. (2004), “La negación”, en *Obras Completas Vol. XIX*, Buenos Aires: Amorrortu.

-Godelier, M. (1996), “El legado de Mauss”, en *El enigma del Don*, Barcelona: Paidós.

Kojeve, A. (1999), *La dialéctica del amo y del esclavo en Hegel*, Buenos Aires: Fausto.

-Laclau, E. (1977), *Politics and Ideology*, Londres: New Left Books.

-Lefort., C. (1988) “El intercambio y la lucha de los hombres”, en *Las formas de la historia. Ensayos de antropología política,* Distrito Federal: Fondo de Cultura Económico.

-Mauss, M. (2009), *Ensayo sobre el Don. Forma y función del intercambio en las sociedades arcaicas*, Buenos Aires: Katz.

-Mannoni, O. (2006), “Ya lo sé, pero aun así…”, en *La otra escena. Claves de lo imaginario*, Buenos Aires: Amorrortu.

1. Taller precedido por otros dos talleres correlativos, y por lo tanto obligatorios. En este taller, compuesto por dos opciones, gráfica/radio o televisión/radio, los estudiantes que hagan gráfico/radio realizan cabezas informativas, crónicas, noticias, notas, entrevistas y experiencias como editor, jefe de redacción o redactores. [↑](#footnote-ref-0)
2. En negritas, el entrevistador. Sin negritas, el entrevistado. [↑](#footnote-ref-1)