



El concepto de poder simbólico como recurso para comprender la dimensión política de la comunicación masiva: hacia una posible articulación entre las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson

The concept of symbolic power as a resource for understanding the political dimension of the mass media: towards a possible articulation between the proposals of Pierre Bourdieu and John B. Thompson

Abel Somohano Fernández^(*)
Universidad de La Habana - Cuba
abelsf@fcom.uh.cu

Resumen

En este artículo se analiza el concepto de poder simbólico desde las aportaciones de autores como Pierre Bourdieu y John B. Thompson, entre otros, para proponer una posible articulación que tribute a una comprensión compleja del papel de la comunicación masiva en la esfera pública. Las consideraciones de estos autores podrían contribuir a explicar la

Abstract

This article analyses the concept of symbolic power made by authors such as Pierre Bourdieu and John B. Thompson, among others, to propose a possible joint articulation in tribute to a complex understanding of the political role that the mass media play in the public sphere. The considerations made by these authors can help to explain the position of the

posición de los medios en el desarrollo de luchas simbólicas en contextos socio-históricos particulares y promoverían una definición más certera en torno a las múltiples tensiones que atraviesan su accionar cotidiano.

Palabras clave: *poder simbólico, luchas simbólicas, comunicación masiva, Bourdieu, Thompson.*

media in the development of symbolic struggles in specific sociohistorical contexts while also promoting a more accurate definition of the multiple tensions in one's everyday ac.

Keywords: *symbolic power, symbolic struggles, mass communication, Bourdieu, Thompson.*

1. INTRODUCCIÓN

Según un autor como Charles Wright Mills (1966: 59) para comprender al concepto de poder, “al lado de la coacción hay que tener en cuenta también la autoridad (el poder justificado por las creencias del obediente voluntario) y la manipulación (el poder esgrimido sin que lo advierta el impotente). En realidad, los tres tipos deben tenerse en cuenta constantemente al pensar en la naturaleza del poder”, pues lo cierto es que en el mundo moderno, como apunta el sociólogo, este no se constituye de manera tan autoritaria como puede haberlo sido en la época medieval.

El análisis de la ubicuidad del poder y de su carácter multiforme, que no obedece “a la sola forma de la prohibición y el castigo” (Foucault, 1992: 80), constituye una tarea imprescindible, pero a su vez, de grandes proporciones. Este propósito se complejiza si consideramos con Michel Foucault (1990, p. 138) que el poder no es una sustancia sino “un tipo particular de relaciones entre individuos”. Ellas se encuentran imbricadas con otros tipos de relaciones, “donde juegan un papel a la vez condicionante y condicionado” (Foucault, 1992: 80).

En la búsqueda de una mirada certera y coherente en torno a la acción cotidiana de las instituciones mediadoras como las asociadas a la comunicación masiva, es indispensable acudir a este concepto. Como ha apuntado Manuel Martín Serrano (2009: 172) la mediación comunicativa opera entre dos tensiones fundamentales: la evidenciada entre la previsión necesaria para la programación de los procesos productivos y la imprevisibilidad consustancial a cualquier acontecer; así como la manifestada entre la producción constante de nuevos acontecimientos y “la reproducción continuada de normas, valoraciones, justificaciones, que cada grupo se esfuerza en preservar o implantar” (Martín Serrano, 2009: 172). Desde el punto de vista de este autor,

“el hecho de que un mediador medie según un tipo determinado de representación, es significativo para comprender el modelo de control de la realidad que está usando. En ningún caso es significativo atribuir a la realidad un modo objetivo de ser, partiendo de los códigos que sirven para interpretarla. Los problemas de análisis de la mediación tienen que ver con el

control social y, consecuentemente, con el poder, y nada autoriza a concluir sobre la estructura metafísica de esa realidad” (Martín Serrano, 2008: 74)¹.

En el análisis del poder mediático se hace pertinente partir de las posibilidades de la comunicación pública de proveer relatos que encierran interpretaciones sobre el entorno, vinculadas a las metas y representaciones que le interesa conservar a grupos específicos (Martín Serrano, 2009: 37). Se alude con ello al modo en que los medios son aprovechados para generar un proceso de identificación de determinados actores, con un proyecto dominante.

La comunicación masiva podría comprenderse, entonces, como recurso utilizado para la conformación del consentimiento en las sociedades actuales a partir de la constitución de determinadas representaciones que intentan sostener el orden social. Sin embargo, siempre existen actores y fuerzas que entran en disputa para apropiarse de un poder que, dicho en términos de Rossana Reguillo (2010: 14), es capaz de “estabilizar ciertos sentidos sociales sobre el mundo y su funcionamiento”². Con la atención al concepto de poder simbólico desde las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson, podría aludirse a las tensiones y luchas que atraviesan a la comunicación masiva, así como al modo en que podría tributar tanto a la dominación como a su desafío³.

¹ Desde esta perspectiva se ha señalado que el desarrollo del control por el recurso a la información opera sobre los actores sociales a partir de la integración de diversos componentes vinculados al manejo de cosas, conductas e ideas. Ello se asocia a la generación de modelos mediadores que son el resultado de la participación de varios planos en la reducción de la disonancia promovida por el cambio social: el cognitivo, de la situación y de los *principia*. El primero de ellos corresponde a la mediación y exhibe un proceso de interacción entre los otros dos. El segundo alude a los cambios que el acontecer origina en la realidad, y el tercero refiere las constancias necesarias para asegurar la reproducción del grupo (Martín Serrano, 2008: 93).

² Esta autora alude específicamente al concepto de “poder de representación”. Desde su punto de vista este poder permite “construir y configurar visibilidad y sentido sobre la realidad haciendo (a) parecer esa representación no sólo como la única posible, sino además como algo ‘natural’, ‘buena o mala’, ‘deseable o indeseable’; el poder de representación tiene el poder de ‘estabilizar’ ciertos sentidos sociales sobre el mundo y su funcionamiento” (Reguillo, 2010: 13-14).

³ La investigadora Nora Gámez (2005, 2007), en una propuesta que constituye un referente fundamental para este artículo, sugiere aportaciones de los autores antes mencionados, entre otros, para redefinir el concepto de mediación comunicativa. Desde su punto de vista si bien el paradigma propuesto por Martín Serrano “resulta adecuado para comprender los intentos de contención del cambio social recurriendo a la comunicación pública, dice poco sobre la posibilidad del cambio mismo. El énfasis en el ajuste, en el rol de los aspectos normativos y

2. EL CARÁCTER SIMBÓLICO DE LA COMUNICACIÓN MASIVA EN EL DISCURSO TEÓRICO SOBRE COMUNICACIÓN Y CULTURA

La relación entre comunicación y cultura, vínculo en el que se insertaría la alusión a lo simbólico desde las propuestas indicadas⁴ para comprender el papel de la comunicación masiva en las sociedades actuales, ha sido asumida desde un posicionamiento crítico por diversidad de autores y perspectivas que, sin ánimo de ser exhaustivos, podrían destacarse como referentes en este recorrido.

Un antecedente importante proviene de la Escuela de Frankfurt, pues con ella “los procesos de comunicación van a ser pensados no como sustitutivos, sino como constitutivos de la conflictividad de lo social” (Martín Barbero, 2008a: 52). Con Frankfurt se atiende al modo en que lo comunicativo a través de la manipulación de los individuos interviene activamente en la contención del cambio social al interior de la sociedad industrial avanzada, hasta convertir el adoctrinamiento en modo de vida (Marcuse, 1968). Es así como se conforma la trama de pensamiento y conducta unidimensional en la cual las aspiraciones y metas que trascienden este universo son reducidas a los términos de la reproducción del sistema (Marcuse, 1968).

Aunque no podría indicarse de la misma forma en todos los casos, ciertos aportes frankfurtianos perdieron de vista las múltiples tensiones que atraviesan el ámbito de lo comunicativo y la posibilidad de desafiar a la dominación. En *Dialéctica del Iluminismo* (1947), por ejemplo, se busca interpretar el devenir histórico “que arrancando de la razón ilustrada

cohesionadores de la cultura para la reproducción, dejan poco espacio al conflicto y la negociación, y evacua el modo en que las formas simbólicas también pueden ser usadas para la subversión y la resistencia a ese orden social” (Gámez, 2007: 201-202). Esta investigadora propone que se entienda a la mediación como “proceso estructurante que resulta de la interrelación de los actores, agentes, procesos y prácticas comunicativas con distintas instancias (estructuras) y procesos sociales. Como proceso estructurante, dicho encuentro pone en juego constricciones y habilitaciones que condicionan, configuran y otorgan sentido a la comunicación”. Asumir el concepto de interrelación implica atender a las posibilidades de transformación no sólo de la comunicación sino de los otros componentes de la relación; y enfatizar en los agentes y actores, desde esta perspectiva, permite detenerse en el modo en que los sujetos reflexivos tributan a la continuidad o al cambio social (Gámez, 2007: 208-209).

⁴ Las consideraciones de Pierre Bourdieu y John B. Thompson han sido destacadas por Héctor Gómez Vargas (2008) como referentes importantes de la Sociología Cultural, en tanto fuente histórico-científica de la Comunicología posible.

desemboca en la irracionalidad que articula totalitarismo político y masificación cultural como las dos caras de la misma moneda” (Martín Barbero, 2008a: 54). Para Horkheimer y Adorno (2004) “la libertad en la elección de las ideologías, que refleja siempre la constricción económica, se revela en todos los sectores como libertad de lo siempre igual”. La industria cultural se enfrenta a la individualidad y la posible resistencia, lo que promueve el triunfo del pseudoindividualismo (Horkheimer y Adorno, 2004).

Podría señalarse, como crítica, la pertinencia de asumir una postura distinta en la interpretación del papel de la comunicación masiva, pues en la atención a todo proceso de construcción de hegemonía, dicho en términos gramscianos, en el cual los medios de comunicación son esenciales, deberían examinarse no sólo las intenciones de los sectores dominantes de promover consentimiento en torno a su proyecto particular, sino las más disímiles presiones de los subalternos en su enfrentamiento. Ello implica un análisis del modo en que tanto unos como otros atienden a diversos recursos, que como los comunicativos, tributan al alcance de sus objetivos asociados a sus ubicaciones estructurales específicas.

La alusión a la complejidad simbólica de las sociedades actuales ha sido asumida también por la semiótica, lo que ha promovido considerables aportes a los estudios sobre comunicación. Desde ella se ha planteado el examen de la naturalidad con que la prensa, el arte y el sentido común encubren constantemente “una realidad que no por ser la que vivimos deja de ser absolutamente histórica” (Barthes, 1999: 7). Ello implica el análisis del “abuso ideológico que (...) se encuentra oculto en la exposición decorativa de lo *evidente - por - sí - mismo*” (Barthes, 1999: 7) y el arribo a la conclusión de que en la sociedad capitalista “el mito es un habla despolitizada” (Barthes, 1999: 141). Sus aportaciones se vinculan fundamentalmente al señalamiento del carácter negociado de los procesos comunicativos y las construcciones de sentido asociadas. Varias de sus conclusiones han constituido un referente para posteriores elaboraciones teóricas al trascender las miradas simplificadoras en torno a la comunicación de masas, y preocuparse por los recorridos de interpretación que se dan desde el lado del público en su interacción con las propuestas de los medios.

Otro referente fundamental es la obra de Edgar Morin. Con este autor el término de industria cultural nombra “no tanto la racionalidad que informa esa cultura cuanto el modelo peculiar en que se organizan los nuevos procesos de producción cultural” (Martín Barbero, 2008a: 69). El análisis que propone sobre la cultura de masas se orienta particularmente en dos direcciones: la estructura semántica y los modos de inscripción en lo cotidiano, hasta apuntar que su función es la de comunicar lo real con lo imaginario (Martín Barbero, 2008a: 70). Como han señalado Armand y Michèle Mattelart (2008: 58), este autor se destaca por su posición de vanguardia en la reflexión sobre la importancia de los medios de comunicación y en el análisis de la nueva cultura que estos promueven.

En los *Cultural Studies* ingleses y los aportes provenientes de América Latina podrían delimitarse también algunas consideraciones pertinentes en este punto. En el caso de los primeros podría apuntarse que agrupan a un conjunto de perspectivas múltiples asumidas por investigadores con trayectorias diversas, preocupados por un concepto amplio de cultura. Comprendida, en términos de Raymond Williams, como una de las dos o tres palabras más complejas de la lengua inglesa, la cultura se asume como “el conjunto de las formas de la actividad humana que se manifiestan en el interior de todas la actividades sociales y en sus recíprocas relaciones” (Grandi, 1995: 95).

Con los *Cultural Studies* se critica a las disciplinas académicas y se asume una multiplicidad de fuentes (teorías de la crítica literaria, del neomarxismo, del psicoanálisis, del estructuralismo, del postmodernismo, del feminismo, de la antropología cultural, del postcolonialismo, etc.) y metodologías (desde las asociadas al análisis textual hasta las etnometodológicas) en la que se ampara el posicionamiento crítico de los investigadores en torno a la realidad (Grandi, 1995: 95).

Entre sus fuentes específicas se encuentran los aportes de Antonio Gramsci y Louis Althusser. A través de la obra del marxista sardo, los *Cultural Studies* se detienen entre otros conceptos, en el de hegemonía, comprendida como la conformación del consenso y orientación política de la sociedad a través de un liderazgo intelectual y moral que incide en las conciencias y los métodos de apropiación de la realidad. Constituye “un hecho de conocimiento, un hecho filosófico” (Gramsci, 1997: 34). Se trata de una combinación particular entre fuerza y consenso. Gramsci es una

f fuente fundamental no solo para la interpretación por parte de los *Cultural Studies* del papel de los medios de comunicación en las sociedades actuales y los procesos culturales de manera general, sino para otras propuestas teóricas que desde América Latina se preocupan posteriormente por el análisis de la comunicación masiva.

Sobre el autor francés, quien declara cierta relación con las propuestas de Gramsci, podrían indicarse, entre otras, sus consideraciones en torno a la ideología como “representación de las relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia” (Althusser, 1970), que los interpela como sujetos. Sus aportaciones también se vinculan a la definición de Aparatos Ideológicos del Estado (AIE) comprendidos como realidades presentadas “bajo la forma de instituciones distintas y especializadas” (religiosas, escolares, familiares, jurídicas, políticas, sindicales, de información y culturales) (Althusser, 1970: 11). Para Althusser (1970: 12) los Aparatos Ideológicos del Estado actúan con la ideología como forma predominante pero también utilizan en situaciones límites “una represión muy atenuada, disimulada, es decir simbólica”.

Si bien las propuestas althusserianas han sido asumidas por diversidad de autores, enmarcados o no en los *Cultural Studies*, podría indicarse, entre otras críticas, su imposibilidad de dar cuenta del cambio social y la vinculación de los medios de comunicación a estos procesos. La comunidad entre Althusser y Gramsci, explícitamente declarada por el primero, al sugerir a la ideología como elemento cohesionador en las sociedades capitalistas a partir de la acción cotidiana de los AIE, culmina con una notable diferencia: “si el teórico italiano la utiliza para explicar cómo lograr la revolución, el francés lo hace para caracterizar el estatismo burgués” (Díaz, 2010: 106).

Desde el paradigma culturalista asumido desde la década del 50 por los padres fundadores (Richard Hoggart, Raymond Williams y Edward Palmer Thompson) hasta la posterior irrupción estructuralista (con la inclusión de Stuart Hall como director del *Centre for Contemporary Cultural Studies*) y las investigaciones asociadas al análisis etnográfico de las audiencias, las propuestas desarrolladas al interior de los *Cultural Studies* han poseído como preocupación recurrente el examen del carácter simbólico de la comunicación masiva.

En este sentido, desde un acercamiento semiótico-lingüístico al lenguaje televisual y sus diversos procesos de codificación y decodificación, se ha indicado en un texto paradigmático para los *Cultural Studies* y los estudios de comunicación de manera general, que “en el análisis cultural, la interconexión de las estructuras y procesos sociales con las estructuras formales y simbólicas es absolutamente crucial” (Hall, 2004: 217). Desde el reconocimiento del carácter de “comunicación sistemáticamente distorsionada” de la interacción entre las élites que producen contenidos audiovisuales y las audiencias, se ha indicado que “la forma simbólica del mensaje ocupa un lugar privilegiado dentro del intercambio comunicativo (...) y los momentos de codificación y decodificación aunque ‘relativamente autónomos’ en relación con el proceso en su totalidad, son instantes determinantes” (Hall, 2004: 218). Es por ello que podría apuntarse que detener la mirada analítica sobre la naturaleza simbólica/lingüística/codificada de la comunicación, implica una apertura provechosa a un terreno en el cual “se trasmite un contenido cultural de un tipo muy difundido pero también latente” (Hall, 2004: 227).

En América Latina los estudios sobre comunicación han transitado por varios períodos⁵. Es desde mediados de los 60 que se habla de una orientación crítico- reflexiva motivada por “el agotamiento de los modelos de desarrollo de nuestras naciones y la necesidad urgente de cambio de las estructuras sociales” (Esteinou, 1998). En este período comienza a trascenderse la “orientación hacia los efectos” y el “modelo de difusión de innovaciones tecnológicas” que había caracterizado parte de la investigación anterior (Sunkel y Catalán, 1993). En la investigación se hacen frecuentes las preocupaciones en torno al desarrollo de la comunicación alternativa o popular, la estructura del sistema de medios, las políticas de comunicación y la democratización de la comunicación, entre otras problemáticas (Esteinou, 1998). Asociado a ello podría apuntarse como rasgo fundamental, la manera en que el debate en torno a un Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación marcó considerablemente el posicionamiento crítico de los investigadores latinoamericanos. En la constitución del “paradigma crítico” convergen varias orientaciones: el estructuralismo marxista de matriz althusseriana, cierta versión de la Teoría de la Dependencia y el enfoque semiológico

⁵ Javier Esteinou Madrid (1998) ha referido las siguientes etapas: clásico humanista (1930-1945), científico-técnica (1946-1965), crítico-reflexiva (1966-1985), de apertura conceptual (1986-1990), y la fase de la comunicación-mercado (1990-2000).

(Sunkel y Catalán, 1993), a lo que se podrían agregar aportaciones provenientes de la Escuela de Frankfurt.

A partir de la segunda mitad de los 80 se habla de una “apertura conceptual” en los estudios de comunicación en América Latina (Esteinou, 1998). Desde entonces, con la apropiación creativa de multiplicidad de fuentes provenientes de distintas disciplinas, se hace más denso el cuestionamiento en torno a las posturas que comprendían a la comunicación como proceso unidireccional desarrollado entre emisores dominantes y receptores dominados. Las propuestas críticas de la etapa anterior no se detuvieron en la seducción y la resistencia, vinculadas directamente a todo proceso comunicativo; desde ellas se hizo imposible analizar el modo en que los conflictos, las contradicciones y las luchas atravesaban a la comunicación.

Es por esto que se propone un cuestionamiento a la “contrafascinación del poder”, en palabras de Mattelart, en la que se sustenta el “funcionalismo de izquierda”. En América Latina la ruptura con la perspectiva funcionalista por parte de la orientación crítica fue “más afectiva que efectiva” (Martín Barbero, 1980). Se comienza a reconocer entonces, la necesidad de mirar a lo comunicativo no sólo como sustento de la dominación, sino también como recurso de su desafío. Emergía una concepción sobre el Estado, capaz de comprenderlo “como lugar de lucha y de conflicto en las relaciones de poder”, así como una toma de conciencia “de la actividad de los dominados en cuanto cómplices de la dominación pero también en cuanto sujetos de la decodificación y la réplica de los discursos del amo” (Martín Barbero, 1980).

Es este un rasgo general del paradigma cultural latinoamericano: la atención al carácter conflictual de la comunicación, a lo que se une la preocupación por los múltiples relaciones entre cultura de masa y culturas populares, así como la alusión a los procesos de recepción y consumo manifestados en la interacción de los públicos con las propuestas comunicativas de los medios. Para Martín Barbero (2008a: 10) la comunicación se hace cuestión de cultura y mediaciones, “más que de medios”, por tanto, de “reconocimiento”. Ello implica una “operación de desplazamiento metodológico para rever el proceso (...) desde su otro lado, el de la recepción, el de la resistencia que ahí tiene lugar, el de la apropiación desde los usos” (Martín Barbero, 2008a: 10). Esta propuesta

alude directamente no sólo a la compleja “colaboración y transacción” (García Canclini, 1991) típica de todo proceso comunicativo, en el cual el receptor viene a asumir un papel más activo y desafiante en torno a las propuestas de los medios, sino a las diversas maneras de manifestarse la intervención política en la escena pública por parte de los distintos sectores sociales a partir de la apropiación creativa de lo comunicativo, lo que se expresa en formas de luchas simbólicas por el recurso a la comunicación masiva.

En una escena pública compleja, multidimensional y contradictoria como es el espacio de confrontación ciudadana contemporáneo, emergen actores que disputan “el monopolio de la representación legítima de la realidad” (Reguillo, 2010: 16). Sin embargo, no es esta una especie de confrontación nueva: “de las llamadas sociedades simples a las sociedades complejas, del mito al logos como dispositivos orientadores del sentido, de la creencia a la razón y viceversa, el poder de representación ha sido un ‘bien’ en disputa nunca del todo monopolizado por las instituciones” (Reguillo, 2010: 16-17). En torno a este poder específico poseen una posición protagónica los medios de comunicación, pues como apunta Jesús Martín Barbero (2002, 2008b), estos se constituyen hoy en “espacios decisivos del reconocimiento social” que promueven reconfiguraciones en las mediaciones en que se conforman los modos de interpelación de los sujetos desde la política y las representaciones cohesivas de la sociedad. La comunicación mediática conforma actualmente la trama de la política.

Para Martín Barbero (2008b: 45) “pensar la política desde la comunicación significa poner en primer plano los ingredientes simbólicos e imaginarios presentes en el proceso de formación del poder”. Ello implica atender al símbolo como componente en el que “se condensa y expresa la realidad última de la comunicación” (Martín Barbero, 2008c: 26).

A partir de las consideraciones de Paul Ricoeur, una de las fuentes fundamentales en sus elaboraciones teóricas, Martín Barbero ha destacado al símbolo como “origen de un universo humano”, amparado en la doble mediación conformada por su propia naturaleza y el posible desciframiento de su sentido (Martín Barbero, 2008c: 26). Además de ello, se ha detenido en la imposibilidad de reducirlo a estructura formal, hecho psicológico o reflejo social, así como en el triple estatus, que como ha señalado Ricoeur, lo caracteriza: como simbólica sedimentada (conformada por estereotipos),

actuante (condicionante del tejido social de los grupos) y prospectiva (interviniente en la conformación de otros símbolos) (Martín Barbero, 2008c: 26).

A partir de Ricoeur, Martín Barbero (2008c: 25) señala que es imprescindible “hacernos la pregunta por ‘¿cómo resimbolizar la política?’, cómo devolverle densidad simbólica, esto es, capacidad de convocarnos y mantenernos juntos para enfrentar su deriva hacia la mera administración e intrumentalización por la burocracias y tecnocracias partidarias”. Este planteamiento visto en conexión con la comunicación masiva y sus complejidades constitutivas, significa un reconocimiento implícito del posible carácter emancipatorio de lo que se hace visible a través de los medios, así como de sus usos particulares promovidos por grupos sociales específicos. Podría apuntarse, de esta manera, que la alusión a lo simbólico para comprender la comunicación masiva permitiría asumir la apropiación creativa de lo comunicativo por parte de los actores sociales, que insertos en condiciones estructurales específicas, determinantes de sus posibilidades de expresión e interpretación, podrían promover la dominación, pero también potenciar su desafío.

El concepto de poder simbólico, a partir de una articulación entre las consideraciones de Bourdieu y Thompson, posibilitaría referir las complejidades que condicionan a los medios de comunicación y a la vez son condicionadas por ellos en el sostenimiento del orden o su transformación, sus múltiples relaciones con otras dinámicas y estructuras sociales, así como la acción generada a partir de estas estructuras socializadoras en el entramado social.

Ello estaría indicando una dimensión analítica asociada a su posicionamiento político particular en contextos socio- históricos específicos, al conformarse como “instituciones paradigmáticas” (Thompson, 1998) de gran relevancia en el área de confrontación ciudadana, capaces de intervenir directamente en la conformación del “conocimiento del mundo social y (...) de las categorías que lo posibilitan” (Bourdieu, 1990). Como ha apuntado Pierre Bourdieu (1990: 212), es esto lo que se pone verdaderamente en juego en la lucha política: “una lucha inseparablemente teórica y práctica por el poder de conservar o transformar el mundo social conservando o transformando las categorías de percepción de ese mundo”.

3. TENSIONES Y CONFLICTOS EN LA RELACIÓN ENTRE PODER SIMBÓLICO Y COMUNICACIÓN MASIVA

3.1. Campos en interacción: sobre la autonomía y dependencia relativas del poder simbólico

La comprensión de la complejidad del poder simbólico puede partir de considerar a los agentes sociales, con capitales distintos, inmersos en campos de interacción particulares. Las posiciones ocupadas por los sujetos al interior de estos campos de interacción dan cuenta de relaciones de poder que son, a su vez, manifestaciones de tensiones, conflictos, movilizaciones y luchas (Thompson, 1998: 29).

Para un autor como Pierre Bourdieu las relaciones económicas entre clases son esenciales pero siempre en su vínculo con otras formas de manifestarse el poder (simbólicamente) que tributan tanto a la reproducción como a la diferenciación social⁶. La clase dominante puede constituirse como tal solo si hegemoniza sentido. De esta manera podría apuntarse que dado su modo de establecer la relación indisoluble entre lo material y lo cultural, la teoría de la sociedad de este autor “no organiza los hechos a partir de la división entre estructura y superestructura. Si hay que encontrar un gran esquema ordenador, será más bien su teoría de los campos” (García Canclini, 1990: 12).

Para Pierre Bourdieu (2004a: 161) un campo cuyas “fronteras dinámicas” pueden definirse en el punto donde culminan sus efectos, se encuentra conformado por

“una trama o configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Esas posiciones se definen objetivamente en su existencia y en las determinaciones que imponen a sus ocupantes, agentes o instituciones, por su situación (*situs*) actual y potencial en la estructura de distribución de las diferentes especies de poder (o de capital), cuya posesión comanda el acceso a los beneficios específicos que están en juego en el campo, y, al mismo tiempo, por sus relaciones objetivas con las otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etcétera)”.

⁶ Desde el punto de vista de este autor “las clases existen dos veces, una vez objetivamente y otra, en la representación social más o menos explícita que se forman los agentes y que es una de las cosas que están en juego” (Bourdieu, 1990: 76).

Los “microcosmos sociales relativamente autónomos” que son los campos, constituyen el “cosmos social” en sociedades altamente diferenciadas (Bourdieu, 2004a: 161). A su interior se desarrollan lógicas específicas, pero se manifiesta también la necesidad de interrelación con otros “microcosmos”. Por ello, en su análisis debería atenderse no solo a “las estructuras objetivas de las relaciones entre las posiciones ocupadas por los agentes o las instituciones que están en competencia en ese campo” y a “los diferentes sistemas de disposiciones que han adquirido a través de la interiorización de un tipo determinado de condiciones sociales y económicas [*habitus*]”, sino a la posición del campo en relación con otros “microcosmos” que pueden regular sus dinámicas (Bourdieu, 2004a: 167).

La alusión a la noción de campo implica comprender, también, otras definiciones como las de *habitus* y capital, que solo pueden ser asumidas en toda su complejidad al ser insertadas en un sistema teórico en el que existen diversas relaciones entre sus categorías. El primero de estos conceptos, comprendido como “lo social incorporado”, es el resultado de la apropiación de las necesidades del campo y establece una coincidencia entre disposición y posición de los agentes; entre el significado con que se dota a su juego interno y el desarrollo del propio juego (Bourdieu, 2004a).

Al interior de los campos, jerárquicamente estructurados, los agentes individuales, colectivos e institucionales se definen en su posición relativa en relación con los otros, a partir del volumen y estructura del capital⁷ que han acumulado históricamente. Cada uno de los agentes posee una serie de “cartas” (triumfos) con valores significativos para las dinámicas particulares de estos “microcosmos”, que les permite intervenir en la lucha por lo que está en juego. Las especies fundamentales de capital son cartas válidas en todas las esferas de actuación “pero su valor relativo en tanto que triunfos, varía según los campos, e incluso, según los estados sucesivos de un mismo campo” (Bourdieu, 2004a: 161-162).

⁷ La tipología de capitales de la que habla este autor incluye al cultural [que puede asumir los estados de incorporado, objetivado e institucionalizado (Bourdieu, 1979)], el social, el económico y el simbólico. Estos pueden intercambiarse entre sí, pero según el sociólogo francés, la conversión más poderosa se da en la transformación de cualquiera de los otros tres en capital simbólico. Aunque las propuestas de Bourdieu atienden a esta tipología de capitales, en las alusiones en este trabajo a la relación del poder simbólico con otros tipo de poderes, nos detendremos especialmente en la clasificación que realiza John B. Thompson (1998) amparado en otros autores.

Los agentes sociales se orientan a partir de la cantidad y forma del capital que poseen, y conducen su actuación hacia la conservación del modo en que se ha distribuido, o su subversión. El capital es considerado de esta manera como aquello que se caracteriza por su efectividad en un campo particular como arma de combate. Cuando la estructura y volumen de los distintos tipos de capitales pasan a considerarse como legítimas, estamos en presencia de una conversión poderosa que dota de cierto simbolismo las propiedades de los agentes (Fernández, 2005). Ello les facilita el ejercicio del poder al interior de un espacio social, y por tanto, la generación de influencia.

Existen campos de interacción particulares cuya prácticas específicas, que inciden en el todo social, se vinculan al desarrollo de poderes determinados como el político, simbólico, coercitivo y económico, según ha señalado John B. Thompson a partir de las propuestas de otros autores⁸. Estos “microcosmos” se institucionalizan cuando son estructurados por reglas, normas, recursos y relaciones con cierto grado de persistencia en el tiempo y extensión espacial, con la intención de alcanzar los objetivos comunes de los actores que los integran (Thompson, 1998). En dichos ámbitos se conforman “instituciones paradigmáticas”, que ofrecen plataformas privilegiadas para el desarrollo de las formas de poder señaladas anteriormente.

Los poderes aludidos se encuentran interrelacionados entre sí con nexos a veces imperceptibles. El poder político hace valer su autoridad a través de formas de coerción y de las simbólicas, sin embargo, las relaciones simbólicas son mucho mayores “en cuanto que el estado de las relaciones de fuerza permite en menor grado a las clases dominantes, el invocar el hecho bruto y brutal de la dominación, como principio de legitimación de su dominación” (Bourdieu y Passeron, 2001: 29). El poder simbólico alcanza un mayor protagonismo allí donde el poder coercitivo no puede extenderse en toda su amplitud pues opera a partir de una violencia invisible. Esta, en tanto violencia simbólica, se conforma como

⁸ Aunque podrían existir otras clasificaciones, John B. Thompson (1998: 29-30) a partir de las consideraciones de Michael Mann y otros autores, establece una distinción analítica entre los poderes mencionados. Estos “reflejan los diferentes tipos de actividad en las cuales los seres humanos están implicados con frecuencia, y los diferentes tipos de recursos que emplean en el ejercicio del poder”.

“imposición por un poder arbitrario, de una arbitrariedad cultural” (Bourdieu y Passeron, 2001: 19) que precisamente intenta encubrir las relaciones de fuerza en la sociedad.

Los rasgos fundamentales del poder simbólico se asocian a la posibilidad de universalizar las consideraciones particulares de los grupos. Posee, a su vez, dos condiciones específicas: se ampara en un capital simbólico, es decir, se genera por los agentes con el suficiente reconocimiento como para imponérselo a los otros; y estructura visiones en una relación determinada con la realidad; es el poder “de consagrar o revelar las cosas que ya existen” (Bourdieu en Diego, 2011).

Es por ello que el poder simbólico se encuentra atravesado por una serie de tensiones entre los grupos sociales. Este se manifiesta en forma de luchas expresadas diversamente tanto entre las clases sociales como al interior de los diferentes campos pues “las instancias que, en una formación social concreta, aspiran objetivamente al ejercicio legítimo de un poder de imposición simbólica, entran necesariamente en relaciones de competencia, o sea, en relaciones de fuerza y relaciones simbólicas, ya que la legitimación es indivisible” (Fernández, 2005: 27).

El poder de determinadas instituciones como los medios se sustenta en el recurso a la información para la generación del universo simbólico que como apuntan Peter Berger y Thomas Luckmann (2005: 126) proporciona legitimación al orden institucional “concediéndole la primacía en la jerarquía de la experiencia humana”⁹. Desde sus puntos de vista el universo simbólico tiene un carácter nómico y ordenador.

Sin embargo, estos mismos autores han reconocido la dimensión conflictual de la constitución del universo simbólico, al señalar que este “no sólo se legitima sino que también se modifica mediante los mecanismos conceptuales construidos para resguardar el universo oficial contra el

⁹ Para estos autores pueden existir distintos niveles de legitimación: el primero se asocia a “las afirmaciones tradicionales sencillas referentes al ‘así se hacen las cosas’”; el segundo se vincula a construcciones teóricas rudimentarias, a este corresponden los proverbios, máximas morales y sentencias; el tercero es el de las teorías a través de las que un sector institucional se legitima en relación con un cuerpo de conocimientos diferenciados; y el cuarto, el de los universos simbólicos, se relaciona con los cuerpos teóricos que “abarcan al orden institucional en una totalidad simbólica” (Berger y Luckmann, 2005: 121 y 122).

desafío de los grupos heréticos” (Berger y Luckmann, 2005: 136). Ello hace pensar en las múltiples condicionantes que intervienen en el campo asociado a los medios, las cuales emanan directamente de sus dinámicas internas, pero a su vez de una multiplicidad de intereses de agentes externos, preocupados por la legitimación de un orden institucional específico, y por ello mismo, en constante lucha con los agentes desafiantes.

Los medios ejercen la violencia simbólica a partir de construcciones que responden a intereses dominantes, provenientes de campos particulares, sin embargo, sus prácticas y propuestas comunicativas pueden considerarse además, como resultado y condición de las luchas simbólicas entre agentes sociales con capitales diversos, que se orientan a la subversión o reproducción del orden. Los medios “incorporan, negocian, se diferencian y critican constantemente a lo que Bourdieu denomina como el ‘discurso oficial’ que opera en el campo político” (Diego, 2011). Si bien existe un punto de vista naturalizado al que tributa cierto sector de los medios de comunicación, nunca se manifiesta el monopolio simbólico absoluto; existen siempre conflictos con los poderes simbólicos orientados a componer grupos y agentes desafiantes, a los que potencialmente podría responder la comunicación masiva.

3.2. La dimensión comunicativa del poder simbólico

El poder simbólico como instrumento legitimador de la dominación no puede ejercerse sin el apoyo de aquellos que lo sufren; la violencia simbólica ejercida por los sectores dominantes cuenta con el apoyo inconsciente de los afectados. Los agentes sociales dominantes y los mismos dominados, se encuentran en una “relación oscura de adhesión casi corporal”, pues el poder de las formas simbólicas sólo se ejerce sobre los que han sido preparados para creer en ellas (Bourdieu, 2004b: 210-211). El poder simbólico implica “cierta complicidad activa” por los que se someten a sus efectos (Fernández, 2005).

Para ello, muchos significados y valores que se encuentran fuera del núcleo central dominante son “reinterpretados, diluidos o formalizados de modo que apoyen, o al menos no contradigan a otros elementos de la cultura dominante efectiva” (Williams en Hall, 1981). Este es un proceso que en su interior posee movimientos de seducción y complicidad; un

poder ejercido para hacer identificar a los agentes sociales con la ideología dominante, pero que a la vez se conforma con aparentes concesiones a lo subalterno. Con la acción del poder simbólico se establece una construcción de la realidad; y se edifica con ella un orden gnoseológico y de disposición ante el mundo, promotor del “acuerdo entre las inteligencias” (Bourdieu, 2000).

El poder simbólico encubre, como señalamos antes, la violencia que encierran las relaciones de fuerza y es capaz de producir efectos reales con el menor gasto de energía. Posee, de esta forma, la función de legitimar y encubrir la dominación que ejerce una clase sobre otra, lo que en palabras de Max Weber podría ser llamado “domesticación de los dominados”. Este poder promueve la identificación de una porción de los agentes sociales dominados, con las construcciones conceptuales de los dominadores, y provoca que el punto de vista particular de estos últimos se convierta en posicionamiento expandido en el entramado social, al actuar en un contexto en el que distintas clases se encuentran inmersas en la lucha por alcanzar “el monopolio de la violencia simbólica legítima” (Bourdieu y Passeron, 2001). Ello refiere la imposición de instrumentos de conocimiento, de expresión y actuación identificados con un interés específico.

Para Pierre Bourdieu (en Fernández, 2005), los sistemas simbólicos, amparados en un arbitrariedad cultural, realizan las funciones de comunicación, conocimiento y diferenciación, que permiten la constitución del consenso y la reproducción social. Existe una dimensión comunicativa en el desarrollo de la violencia simbólica, al ser entendida como “violencia amortiguada, insensible, e invisible para sus propias víctimas, que se ejerce esencialmente a través de los caminos puramente simbólicos de la comunicación y del conocimiento o, más exactamente, del desconocimiento, del reconocimiento o en último término del sentimiento” (Bourdieu en Fernández, 2005: 23).

Es aquí cuando se puede destacar la importancia que posee para la reproducción simbólica de la sociedad la comunicación masiva, entendida como “la producción institucionalizada y la difusión generalizada de bienes simbólicos por conducto de la transmisión y la acumulación de información/comunicación” (Thompson, 2008b: 75). La referencia a la “mediatización de la cultura moderna”, realizada por un autor como John

B. Thompson¹⁰, está dando cuenta del modo en que, primero los medios impresos y más tarde los electrónicos, se constituyen como “instituciones paradigmáticas” que tributan al mantenimiento del orden, y por tanto, como reproductores de la ideología¹¹ legitimadora de las sociedades burguesas. Los medios se conforman como productores simbólicos especializados.

Desde el punto de vista del autor inglés

“con el advenimiento de las sociedades modernas, impulsado por el desarrollo del capitalismo en la Europa moderna temprana, la naturaleza y el alcance de la circulación de las formas simbólicas adquirió una apariencia cualitativamente diferente. Se desarrollaron recursos técnicos que, en conjunción con las instituciones orientadas hacia la acumulación del capital, permitieron la producción, reproducción y circulación de las formas simbólicas en una escala hasta entonces sin precedentes” (Thompson, 2008a: 5).

La difusión mediática de formas simbólicas, conformadas como “las acciones, objetos y enunciados significativos de varios tipos, en relación con contextos socialmente estructurados e históricamente específicos” (Thompson, 1991) incide en las experiencias de los agentes sociales. Los

¹⁰ Las propuestas de este autor, quien considera pertinente la conformación de una teoría social de la comunicación de masas, parten de una concepción estructural de la cultura, al comprender el “carácter simbólico de los fenómenos culturales como el hecho de que tales fenómenos se inserten siempre en contextos sociales estructurados” (Thompson, 2008: 184).

¹¹ El término ideología desde su primer uso a finales del siglo XVIII ha sido asumido de diversas maneras, no obstante aquí nos detendremos en las aportaciones de Marx, pues en ellas ha hecho énfasis John B. Thompson. En Marx se pueden delimitar tres concepciones sobre la ideología: polémica, epifenoménica y latente (Thompson, 2008). La primera alude a la ideología como “doctrina y actividad teórica que erróneamente considera las ideas como autónomas y eficaces” (Thompson, 2008: 50). En el segundo caso se entiende como “sistema de ideas que expresa los intereses de la clase dominante, pero que representa de manera ilusoria las relaciones de clase” (Thompson, 2008: 54). Por último, la concepción latente la entiende como “un sistema de representaciones que sirve para mantener las relaciones existentes de dominación de clase al orientar a los individuos hacia el pasado más que hacia el futuro, o hacia imágenes o ideales que ocultan las relaciones de clase y se apartan de la búsqueda colectiva del cambio social” (Thompson, 2008: 58). Thompson (2008) establece en un primer momento una distinción entre concepciones neutrales y críticas de ideologías (en estas se encuentran las propuestas de Marx), para más tarde concentrarse en otra clasificación a partir de la cual se realiza una distinción entre el “gran relato de la transformación cultural” y la “teoría general de la reproducción social organizada y resguardada por el Estado”. Al interior de esta última se encuentran, entre otras, aportaciones de un autor como Louis Althusser en torno a los AIE.

medios, aunque no pueden ser considerados como las únicas instituciones que intervienen en este proceso, adquieren una centralidad con la Modernidad, no sólo en las dinámicas de circulación y difusión de las formas simbólicas, sino también en el sustento de tipos de relaciones particulares, definidas por su asimetría.

Precisamente, el vínculo entre el poder y las formas simbólicas, caracterizadas por su carácter intencional, convencional, estructural, referencial y contextual, es el eje fundamental de las ideas de Thompson sobre el proceso de reproducción ideológica, a partir del que se activa el significado para responder a intereses de individuos y grupos (Thompson, 1991). Desde el punto de vista del autor, “no se puede captar el carácter ideológico de las formas simbólicas sin poner de relieve las relaciones de dominación que estas pueden ayudar a establecer y mantener en circunstancias específicas” (Thompson, 2008b: 172).

Sin embargo, el poder de los medios debe ser relativizado pues para comprender la apropiación de las formas simbólicas difundidas a través de la comunicación masiva, debe señalarse en primera instancia que los productos mediáticos son objeto de recepción “por parte de individuos que siempre están ubicados en contextos socio-históricos específicos”. En segundo término, la recepción debe verse como una actividad, “como un tipo de práctica en la que los individuos se implican y trabajan con los materiales que reciben” (Thompson, 1998: 62).

El significado de un mensaje se refiere a “un fenómeno complejo y cambiante en continua renovación, y en cierta medida transformado por el verdadero proceso de recepción, interpretación y reinterpretación” (Thompson, 1998: 66). Con ello se alude al modo en que los sujetos acogen estos mensajes y los incorporan a sus experiencias cotidianas, a sus intercambios en el espacio de interacción cara a cara, y a la reproducción simbólica de las condiciones de producción o de recepción. Se parte del presupuesto de que en las decodificaciones realizadas por los públicos de los discursos mediáticos se manifiestan inevitablemente las condiciones sociales y materiales de los sujetos.

Por este motivo podría apuntarse que “al recibir e interpretar las formas simbólicas, los individuos participan en un proceso permanente de constitución y reconstitución del significado, y este proceso es típicamente

parte de lo que puede llamarse la reproducción simbólica de los contextos sociales” (Thompson, 2008a: 207). Los significados propuestos por las formas simbólicas y los conformados en la recepción podrían tributar al mantenimiento de las relaciones sociales estructuradas en las cuales se producen o reciben.

John B. Thompson ha reconocido el carácter conflictual del proceso comunicativo. No es posible dar cuenta del poder simbólico asociado a la comunicación masiva, sin referirse a la asignación de valores diversos a las propuestas comunicativas de los medios por parte los productores o receptores de formas simbólicas, ubicados en contextos sociales estructurados. Ello promueve la conformación de “conflictos de evaluación simbólica” (Thompson, 2008a: 209). En el caso particular de la recepción, el autor ha señalado la pertinencia de abandonar la suposición de que este proceso por sí mismo está exento de problemas,

“de que se trata de un proceso carente de perspectiva crítica a través del cual los productos son absorbidos por los individuos como la esponja absorbe el agua. Suposiciones de este tipo tienen poco que ver con el carácter actual de las actividades receptoras y con las complejas formas en que los productos mediáticos son aceptados por los individuos, interpretados por ellos e incorporados a sus vidas” (Thompson, 1998: 45).

Estos aportes se centran, de manera general, en la interpretación del papel de los medios de comunicación desde un posicionamiento crítico, al intentar aprehender el modo en que inciden en la conformación de una disposición ideológica legitimadora de las sociedades capitalistas. No obstante, la propuesta thompsoniana sobre el poder simbólico no sólo refiere el proceso de reproducción de la ideología a través de la acción cotidiana de los medios, sino que alude a la forma en que se constituyen las prácticas políticas de los agentes sociales. Desde el punto de vista del autor inglés “los *media* politizan lo cotidiano haciéndolo visible y observable de manera que anteriormente no resultaba posible, logrando así convertir los acontecimientos cotidianos en un catalizador para la acción que se derrama más allá de los lugares en que ocurre” (Thompson, 1998: 318).

Para Thompson se hace pertinente restringir el significado del concepto de ideología “y utilizar la noción más general de poder simbólico para tratar de comprender las maneras en las que se emplean las formas simbólicas para influir y dar forma al curso de los acontecimientos”

(Thompson, 1998: 30). Por esta razón podría apuntarse que las consideraciones de este autor y las de Bourdieu, pueden articularse para comprender el modo en que la comunicación masiva se vincula al control o generación de acciones de transformación política. Ello significa atender directamente a la dimensión política de los medios de comunicación y las múltiples complejidades y tensiones que los conforman en tanto instituciones de gran importancia en el desarrollo de luchas simbólicas, que podrían definir las condiciones particulares de lo público y las acciones emanadas de este ámbito en contextos socio-históricos específicos.

4. UNA POSIBLE ARTICULACIÓN PARA COMPRENDER LA DIMENSIÓN POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN MASIVA

La alusión a la dimensión política de la comunicación masiva en las sociedades actuales implica considerar a los medios en su relación con la democracia y su configuración como recursos de poder económico, actores políticos relevantes, articuladores de poder, recursos melodramáticos y generadores de poder simbólico (Rincón y Magrini, 2010: 58). Su intervención en el área de confrontación ciudadana es fundamental para el desarrollo de las dinámicas políticas, pues en la esfera pública se manifiestan tensiones específicas entre los distintos grupos sociales, y a su vez se originan diversidad de “contrapúblicos subalternos” que desafían las dinámicas dominantes de este espacio (Fraser, 2009). Para ello se valen, entre otros recursos, de la comunicación masiva.

Los medios de comunicación intervienen en la visibilización y formación de los más diversos actores ubicados en contextos sociales estructurados, pues al contrario de lo planteado por Habermas (1994) con la tesis sobre la existencia de un proceso de refeudalización de lo público a partir del siglo XIX, han creado, como apunta Thompson (1996), “nuevas formas de interacción social y de difusión de la información, que existen a una escala y que son organizadas de una manera que excluye cualquier comparación consistente con las prácticas teatrales de las cortes feudales”.

Es por ello que actualmente una de las tareas para la teoría crítica es “hacer visible las maneras en las que la desigualdad societal permea a las esferas públicas existentes y formalmente incluyentes, y compromete a la interacción discursiva dentro de estas” (Fraser, 1997), pero a su vez,

atender al modo en que los medios podrían contribuir potencialmente a la conformación de un espacio de confrontación más plural, inclusivo y justo. Al asumir las consideraciones abordadas aquí en torno al poder simbólico se podría generar una mirada más certera y conflictual sobre el papel de la comunicación masiva en las sociedades actuales. No obstante, habría que relativizar su protagonismo al mostrar con frecuencia rasgos constriñentes de su potencial poder simbólico, como por ejemplo, el llenado de tiempos y espacios de “vacuidad, de nada o casi nada” (Bourdieu, 1997: 23), así como la representación simplificada y parcial de determinadas complejidades políticas en contextos socio-históricos particulares

Las aportaciones vinculadas al poder simbólico desde la obra de John B. Thompson y Pierre Bourdieu permitirían comprender la posición de agentes que no sólo tributan al orden social sino a su subversión, posibilitarían entender los antagonismos promovidos por herejes y dominantes de ámbitos específicos de actuación que atraviesan la actividad mediática, pues “la sociedad, y por tanto, la confrontación entre las clases, es resultado de la manera en que se articulan y combinan las luchas por la legitimidad y el poder en cada uno de los campos” (García Canclini, 1990: 8-9)¹². No estaríamos hablando solamente de la visibilización o silenciamiento de determinados discursos a partir de estas tensiones, sino de la importancia de los medios para la conformación de unos y otros actores, asociados a la dominación o al desafío a esa dominación.

Por otro lado, las propuestas de Bourdieu y Thompson vinculadas al poder simbólico, específicamente las referidas al modo en que este influye y promueve el curso de los acontecimientos, permitirían comprender, desde sus presupuestos específicos, la conformación del intercambio discursivo en los entornos políticos actuales a partir de la intervención de variedad de actores no solo orientados a la deliberación, sino a la generación de acciones de reafirmación o transformación política. El espacio de confrontación ciudadana sería comprendido no sólo como ámbito discursivo, sino como esfera en la que se constituye la potencial

¹² Aunque la obra de Bourdieu ha recibido varias críticas por no analizar con detenimiento las cuestiones vinculadas al desafío a la dominación, pues “su concepción reproductivista del consenso no deja espacio para entender la especificidad de los movimientos de resistencia y transformación” (García Canclini, 1990: 13), aquí hacemos énfasis en el concepto de campo y las categorías con que se relaciona, como definiciones pertinentes para dar cuenta de las tensiones y luchas entre agentes asociados al mantenimiento del orden o su subversión.

acción política, a partir de la interacción de diversos componentes entre los que se encuentra la comunicación masiva.

Como se ha apuntado en torno al concepto de poder, este “no se conforma con la obediencia interiorizada, (...) para el poder la obediencia no puede quedarse en su interiorización ni esta puede prevalecer sobre su realización” (Sánchez, 2006: 14). El poder de manera general, y su dimensión asociada a la conformación del consenso al que tributa la acción cotidiana de los medios, de la misma manera que no se conforma con la interiorización de la obediencia, tampoco le es suficiente la obediencia discursiva, declarada. “En consecuencia, si al ejercicio del poder corresponde necesariamente la obediencia, esta correspondencia no se da en el plano del discurso. O sea, al lenguaje del poder no corresponde necesariamente el lenguaje de la obediencia, sino la obediencia real, en acto” (Sánchez, 2006: 15).

Para Reguillo (2010: 17) “el poder de representación configura imaginarios, conduce colectivos, compromete voluntades y produce imperativos en cuyo nombre se actúa”. En este sentido podría apuntarse que la intervención mediática en la esfera pública, potencialmente dotada de poder simbólico, “ha entrado (...) a hacer parte de la trama de los discursos y la acción política misma” (Martín Barbero, 2005: 259).

El examen de la relación medio- poder simbólico promueve, además, el estudio del enlace multidimensional y complejo de lo comunicativo con otras dinámicas y estructuras (Bacallao, 2009: 44)¹³, pues la comunicación no se puede comprender sino es en su vínculo con “las condiciones sociales de posibilidad” (Bourdieu, 1990) en las que se inserta, asociadas a dinámicas de un campo en específico, pero a su vez, en su relación con otros “microcosmos sociales”. A partir de estas complejidades se configuran los procesos de “eufemización” que operan sobre las expresiones en tanto ajustes “entre un interés expresivo y una censura

¹³ Se ha apuntado en relación con este aspecto, específicamente en el examen de la articulación entre lo comunicativo, lo político, lo económico, lo militar y lo cultural, que mostrar estos complejos vínculos promovería una comprensión de las especificidades mediáticas y su protagonismo en los procesos de dominación o el desafío a ella. “Este análisis, con sus entrecruzamientos, complementaciones y reconfiguraciones –en sintonía con demandas y contextos históricos-, resulta la perspectiva pertinente para una comprensión compleja de las especificidades y espesor propio de los *media* en el concierto de los mecanismos de dominación/liberación” (Bacallao, 2009: 31).

constituida por la estructura del campo en el cual se presenta esta expresión” (Bourdieu, 1990: 115), así como por sus dinámicas externas. Los contenidos y las “puestas en forma” de las expresiones se encuentran abiertos tanto a las presiones del campo en el que emergen estas, como a las condicionantes externas que constituyen el espacio social de su emergencia. Como apunta Néstor García Canclini (1990: 31) en una interpretación de la obra de Pierre Bourdieu, “no basta decir que los sistemas simbólicos son instrumentos de dominación en tanto son estructurantes y están estructurados; hay que analizar cómo la estructura interna de esos sistemas (...) se vincula con la sociedad global”.

En relación con lo anteriormente apuntado podría decirse que el concepto de poder simbólico permite determinar con claridad la complementariedad entre la posición de las instituciones mediadoras y el beneficio que le genera a otro tipo de poderes, y por tanto, el sentido de las luchas simbólicas en las sociedades actuales, entendidas como disputas por “la representación misma del mundo social” asociadas al establecimiento de jerarquías al interior de campos específicos y entre ellos (Bourdieu, 1990: 205). Esta relación implica una alusión directa, por ejemplo, a la significación de los medios de comunicación en sus lazos con las relaciones de fuerza; a la relación bidireccional entre poder simbólico y coercitivo (Thompson, 1998) ya que “lo característico de una relación de fuerza, es el hecho de que sólo posee toda su fuerza en la medida en que se disimula como tal” (Bourdieu, 1990: 172).

Los conflictos generados por una ubicación desigual en torno al poder son encubiertos por la violencia simbólica ejercida por instituciones mediadoras como las asociadas a la comunicación masiva, y a su vez inciden sobre ella. Partir del concepto de poder simbólico implica atender al encubrimiento de la violencia real por parte de las instituciones mediadoras, y al modo en que ello interviene en la generación de opinión pública, lo que se engarza directamente con algunas consideraciones gramscianas. Como apunta el marxista italiano,

“lo que se llama opinión pública está estrechamente vinculado con la hegemonía política, o sea, que es el punto de contacto entre la sociedad civil y la sociedad política, entre el consenso y la fuerza (...) La opinión pública es el contenido político de la voluntad política pública que podría ser discordante: por eso existe la lucha por el monopolio de los órganos de la opinión pública; periódicos, partidos, parlamento, de modo que una sola

fuerza modele la opinión, y con ella la voluntad política nacional, convirtiendo a los disidentes en un polvillo individual e inorgánico” (Gramsci, 1997: 151).

Las propuestas teóricas de Bourdieu y Thompson, permitirían dar cuenta a su vez del modo en que el flujo generado desde la comunicación masiva se encuentra necesariamente en competencia con diversas formas asumidas por los actores sociales, para apropiarse de las dinámicas características de la esfera de confrontación ciudadana e incidir sobre ellas. El concepto de poder simbólico, al no descuidar lo que tiene de negociado y transaccional todo proceso de interacción del público con los medios, al no concebirse como “poder total”, atiende necesariamente a la relación contradictoria entre dinámicas “centrales” generadas por la comunicación masiva y dinámicas de confrontación conformadas a partir de la apropiación creativa de las TIC, entre otros recursos asumidos cotidianamente por los sujetos. Estos procesos, emergentes en la periferia de la esfera pública, podrían, potencialmente, ganar en centralidad y reconocimiento.

Las aportaciones abordadas promoverían una mirada más profunda y compleja en torno a las condiciones y dinámicas que configuran a la comunicación masiva, pero a la vez son configuradas por ella en diversos entornos políticos. Asumir estas propuestas permite ajustar su tratamiento analítico para abordarla como objeto y condición de las luchas simbólicas, lo que explica el interés de diversidad de actores en su control en tanto recurso político de las sociedades actuales.

BIBLIOGRAFÍA

ALTHUSSER, L. (1970): “Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Freud y Lacan”. Disponible en <http://www.philosophia.cl>. Consultado el 8 de julio de 2011.

BACALLAO, L. M. (2009): “Poder y comunicación: una segunda revisión crítica”, *Perspectivas de la Comunicación*, vol. 2, n° 1, pp. 28-40.

BARTHES, R. (1999): *Mitologías*. México: Siglo XXI.

BERGER, P. y LUCKMANN, T. (2005): *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.

BOURDIEU, P. (1979): “Los tres estados del capital cultural”, *Sociológica*, nº 5, pp. 11-17. Disponible en: <http://sociologiac.net/biblio/Bourdieu-LosTresEstadosdelCapitalCultural.pdf>. Consultado el 30 de noviembre de 2011.

BOURDIEU, P. (1990): *Sociología y cultura*. México: Grijalbo.

BOURDIEU, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

BOURDIEU, P. (2000): *Intelectuales, política y poder*. Buenos Aires: Eudeba.

BOURDIEU, P. (2004a): “La lógica de los campos. Entrevista a Pierre Bourdieu”, en BASAIL, A. y ÁLVAREZ, D. (comps.): *Sociología de la cultura*. La Habana: Félix Varela, pp. 159-172.

BOURDIEU, P. (2004b): *Intervenciones 1961-2001. Ciencia social y acción política*. Marsella: Hiru y Ciencias Sociales.

BOURDIEU, P. y PASSERON, J. C. (2001): *La reproducción. Elementos para una teoría del sistema de enseñanza*. Madrid: Popular.

DÍAZ, M. DEL P. (2010): “Louis Althusser: mito y realidad”, *Temas*, nº 64, pp. 100-108.

DIEGO, J. DE (2011): “Las luchas simbólicas del discurso de la prensa. Aportes de la perspectiva de Bourdieu al análisis del acontecimiento político”, *Razón y Palabra*, nº 76. Disponible en http://www.razonypalabra.org.mx/N/N76/varia/3a%20entrega/33_Diego_V76.pdf. Consultado el 3 de julio de 2011.

ESTEINOU, J. (1998): “La investigación de la comunicación en tiempos neoliberales”, *Razón y Palabra*, nº 11. Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n11/esten11.html>. Consultado el 17 de enero de 2011.

FERNÁNDEZ, J. M. (2005): “La noción de violencia simbólica en la obra de Pierre Bourdieu: una aproximación crítica”, *Cuadernos de Trabajo Social*, vol. 18, pp. 7-31.

FOUCAULT, M. (1990): *Tecnologías del yo*. Madrid: Paidós.

FOUCAULT, M. (1992): *Microfísica del poder*. Madrid: La Piqueta.

FRASER, N. (1997): “Repensando la esfera pública. Una contribución a la crítica de la democracia actualmente existente”, *Ecuador Debate*, nº 46. Disponible en <http://es.scribd.com/doc/23178831/Repesando-la-esfera-publica>. Consultado el 16 de febrero de 2011.

FRASER, N. (2009): “Política, cultura y la esfera pública: hacia una concepción postmoderna”, *Criterios*, cuarta época, nº 36, pp. 52-64.

GÁMEZ, N. (2005): *Los usos del concepto de mediación en el campo de la comunicación: crítica y perspectivas*. La Habana: Universidad de La Habana. Tesis de maestría.

GÁMEZ, N. (2007): “El paradigma de la mediación: crítica y perspectivas”, *Mediaciones Sociales*, nº 1, pp. 195-213. Disponible en <http://www.ucm.es/info/mediars/MediacioneS1/resources/%C3%8Dndice-MS-1/G%C3%A1mez-Torres,-N.-2007/195-213-Gamez-Torres.pdf>. Consultado el 17 de enero de 2011.

GARCÍA CANCLINI, N. (1990): “Introducción. La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu”, en BOURDIEU, P.: *Sociología y cultura*. México: Grijalbo, pp. 4-40.

GARCÍA CANCLINI, N. (1991): “El consumo sirve para pensar”, *Diálogos de la Comunicación*, nº 30, pp. 6-9.

GÓMEZ, H. (2008): “La sociología cultural como fuente histórica científica de la comunicología posible”, en GALINDO, J. (coord.) *Comunicación, ciencia e historia. Fuentes científicas históricas hacia una Comunicología posible*. Madrid: McGraw- Hill, pp. 165-243.

GRAMSCI, A. (1997): *Gramsci y la filosofía de la praxis*. La Habana: Ciencias Sociales.

GRANDI, R. (1995): *Texto y contexto en los medios de comunicación. Análisis de la información, publicidad, entretenimiento y su consumo*. Barcelona: Bosch.

HABERMAS, J. (1994): *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. México: Gustavo Gili.

HALL, S. (1981): “La cultura, los medios de comunicación, y el efecto ideológico”, en CURRAN, J. (comp.): *Sociedad y comunicación de masas*. México: Fondo de Cultura Económica. Disponible en <http://www.nombrefalso.com.ar/?pag=111>. Consultado el 5 de noviembre de 2007.

HALL, S. (2004): “Codificación y decodificación en el discurso televisivo”, *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, n° 9, pp. 210-236.

HORKHEIMER, M. y ADORNO, T. (2004): *Dialéctica del Iluminismo*. Disponible en <http://www.marxists.org/espanol/adorno/1944-il.htm>. Consultado el 18 de noviembre de 2009.

MARCUSE, H. (1968): *El hombre unidimensional*. La Habana: Instituto del Libro.

MARTÍN BARBERO, J. (1980): “Retos a la investigación en Comunicación en América Latina”, *Humánitas. Portal temático en humanidades*. Disponible en: http://www.perio.unlp.edu.ar/catedras/system/files/barbero_martin_retos_a_la_investigacion_en_la_comunicacion_en_a.l.pdf. Consultado el 30 de noviembre de 2011.

MARTÍN BARBERO, J. (2002): *Oficios de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*. Santiago de Chile: Fondo de Cultura Económica.

MARTÍN BARBERO, J. (2005): “Reconfiguraciones comunicativas de lo público”, en VV.AA.: *Comunicología. Temas actuales*. La Habana: Félix Varela.

MARTÍN BARBERO, J. (2008a): *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. La Habana: Félix Varela y Pablo de la Torre.

MARTÍN BARBERO, J. (2008b): “Pistas para entre-ver medios y mediaciones”, *Anthropos. Huellas del conocimiento*, n° 219, pp. 43-48.

MARTÍN BARBERO, J. (2008c): “De la experiencia al relato. Cartografías culturales y comunicativas de Latinoamérica”, *Anthropos. Huellas del conocimiento*, n° 219, pp. 21-42.

MARTÍN SERRANO, M. (2008): *La mediación social*. Madrid: Akal.

MARTÍN SERRANO, M. (2009): *La producción social de la comunicación*. La Habana: Pablo de la Torre y Félix Varela.

MATTELART, A. y MATTELART, M. (2008): *Historia de las teorías de la comunicación*. La Habana: Pablo de la Torre y Félix Varela.

REGUILLO, R. (2008): “Saber y poder de representación: la(s) disputa(s) por el espacio interpretativo”, *Comunicación y Sociedad*, nueva época, n° 9, pp. 11-33.

RINCÓN, O. y MAGRINI, A. L. (2010): “La lucha por la hegemonía del proyecto político y el control del espacio público”, *Oficios Terrestres*, año XVI, n° 25, pp. 51-69.

SÁNCHEZ VÁZQUEZ, A. (2006): *Entre la realidad y la utopía. Ensayo sobre política, moral y socialismo*. La Habana: Ciencias Sociales.

SUNKEL, G. y CATALÁN, C. (1993): “Comunicación y política en América Latina”, *Historia Crítica*, n° 7, pp. 81-91. Disponible en: <http://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/122/index.php?id=122>. Consultado el 28 de noviembre de 2011.

THOMPSON, J. B. (1991): “La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología”, *Versión. Estudios de Comunicación y Política*, n° 1. Disponible en <http://www.nombrefalso.com.ar/index.php?pag=100>. Consultado el 23 de enero de 2008.

THOMPSON, J. B. (1996): “La teoría de la esfera pública”, *Voces y Cultura*, n° 10. Disponible en <http://entimema.pbworks.com/f/La+Teor%C3%ADa+de+la+Esfera+P%C3%BAblica-J.B.Thompson.pdf>. Consultado el 5 de julio de 2011.

THOMPSON, J. B. (1998): *Los media y la Modernidad*. Barcelona: Paidós.

THOMPSON, J. B. (2008a): *Ideología y cultura moderna. Tomo I*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela.

THOMPSON, J. B. (2008b): *Ideología y cultura moderna. Tomo II*. La Habana: Pablo de la Torriente Brau y Félix Varela.

WRIGHT MILLS, Ch. (1966): *La imaginación sociológica*. La Habana: Revolucionaria.

PARA CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

SOMOHANO FERNÁNDEZ, Abel (2012): “El concepto de poder simbólico como recurso para comprender la dimensión política de la comunicación masiva: hacia una posible articulación entre las propuestas de Pierre Bourdieu y John B. Thompson”, *Mediaciones Sociales. Revista de Ciencias Sociales y de la Comunicación*, nº 10, pp. 3-33. DOI: http://dx.doi.org/10.5209/rev_MESO.2012.n10.39680

(*)El autor

Abel Somohano Fernández es licenciado en Periodismo por la Facultad de Comunicación de la Universidad de La Habana. Se desempeña como profesor-investigador de la disciplina Problemas Conceptuales del Periodismo en este centro de estudios. Ha impartido las asignaturas de Fundamentos del Periodismo, Teoría de la Comunicación II y Teoría de la Comunicación III. Coordina la asignatura de Estudios de la Praxis Periodística. Cursa las maestrías de Ciencias de la Comunicación, y Estudios Políticos y Sociales de la Facultad de Comunicación y la Facultad de Filosofía e Historia de la Universidad de La Habana respectivamente. Coordina la sección Itinerarios de Investigación de *Alcance. Revista Cubana de Información y Comunicación*.

RECIBIDO: 17 de agosto de 2011.

ACEPTADO: 27 de enero de 2012.

