

El poder como herramienta de análisis de los medios¹

por Rodrigo Aramendi

Introducción

Estudiar a los medios de comunicación no se limita a un análisis de éstos como herramientas de comunicación, como meros instrumentos o extensiones del cuerpo. Implica necesariamente pensarlos como actores protagónicos de la escena cultural, política, económica y social. No buscamos ponerlos en el lugar de centralidad de estos campos, pero tampoco podemos obviar su fuerte presencia e influencia en cada uno de ellos. **Nos vemos obligados entonces a pensarlos como agentes productores de sentidos.**

Los medios aparecen en el imaginario colectivo como un reflejo de la realidad, como “el cuarto poder”, como dominación o como actores políticos. En cualquiera de estos casos su protagonismo se valora como central (y en algunos casos fundacional) de la vida en sociedad.

Para atravesar el entramado que permite pensar complejamente a los medios resulta determinante darle lugar a una perspectiva que los piense como actores de poder, y en ese sentido es que proponemos en este trabajo detallar algunas cuestiones ordenadoras sobre la categoría de Poder desde el punto de vista del campo de la comunicación.

Definición de poder

Pensar el poder es pensar en *relaciones* de poder, dado que el poder en sí mismo no existe. Siempre que se habla de poder se habla del ejercicio de un sujeto o grupo sobre otro sujeto o grupo. Es decir, siempre que se habla de poder se habla de la relación entre dos.

La tradición ha configurado la idea de relación de poder en tono dual. Señalando una división de “poder” en dos: aquel que lo tiene y lo usa, y aquel que no lo tiene y lo sufre. En ese sentido se ha determinado que el poder se posee o se desea, que el poder fija lugares en la relación, y que el poder construye las subjetividades de los sujetos que se encuentran en esa relación desigual: poderoso vs. débil. **Aquí propondremos leer a contrapelo esta idea.**

Discurso y poder

Será clave para ordenar todas estas ideas, los aportes generados por uno de los principales pensadores del siglo XX. Michel Foucault realizará una vasta producción científica que, para finales de la década de 1970, servirán de material ineludible de los estudios franceses, británicos,

¹ Este documento es de carácter introductorio para pensar la relación medios de comunicación y poder. Es un material didáctico de la Cátedra III de “Modernidades, medios y poder” (FPyCS-UNLP), 2020.

norteamericanos y de los estudios y trabajos de las Ciencias Sociales y la Comunicación en América Latina.

Foucault propondrá una teoría social revolucionaria. La centralidad del discurso en la construcción del poder y del poder, en la configuración de la subjetividad.

Un primer escalón que debemos pisar es aquel en donde propone que sólo es posible pensar lo social caracterizado por una apertura constitutiva. Quiere decir con esto que toda sociedad está abierta al constante cambio. Que no hay relaciones fijas. El espacio social que conocemos está constantemente amenazado por otros posibles; es un sistema de múltiples signos y sentidos que nunca logra estabilizarse. O, para decirlo mejor, que se estabiliza provisoriamente, dando la impresión a quienes lo habitan de ser estable y constante.

Si bien por momentos hay prácticas, rituales, sentidos que parecen fijados y naturales, esto no es solo más que un espejismo. Nada de lo que conocemos en el plano simbólico es natural, y siempre está disponible para ser de otra manera.

¿Qué es lo que hace entonces que algo parezca que es así y no puede ser de otra manera? El poder.

Las relaciones de poder luchan permanentemente por cambiar o conservar. Esa es la madre de las batallas. Quien, dentro de la relación de poder, ejerce circunstancialmente una posición dominante, tratará de mantener los símbolos que lo confirman en ese lugar protagónico. Quien en dicha relación se sitúe en el lugar de desventaja, utilizará todos los recursos disponibles para lograr transformar esos símbolos que lo ponen en dicho lugar inferior.

Una relación de poder, es entonces, una batalla permanente por el cambio o la conservación. Y la batalla es en el plano de lo discursivo.

Si cada sujeto se relaciona con otros a través de significantes que reemplazan su verdadero deseo, esa relación establece rangos de poder: quien posea aquello que el otro desea tiene poder sobre el que lo desea (un jefe sobre el empleado tiene el dinero que el empleado desea para comprar lo que quiere comprar). Pero el poder no lo tiene ni el poseedor del objeto ni el deseante, **lo tiene la relación que establecen ambos en torno al símbolo que representa ese objeto.**²

Volvamos al ejemplo. El poder no lo tiene ni el jefe ni el empleado que desea el sueldo. Lo tiene la relación que establecieron ambos en torno al dinero, el sentido socialmente atribuido al ascenso

² Cada individuo se relaciona con el mundo y con otros a través de significantes (palabras, ideas, objetos) que ocupan el lugar de su deseo. El deseo de saciar el hambre es reemplazado por el deseo de un significante puntual: por ejemplo, una hamburguesa. Esa relación establece rangos de poder: quien posea aquello que el otro desea tiene poder sobre el que lo desea (un jefe sobre el empleado tiene el dinero que el empleado desea para comprar lo que quiere comprar). Pero el poder no lo tiene ni el poseedor del objeto ni el deseante, **lo tiene la relación que establecen ambos en torno al símbolo que representa ese objeto.**

En este caso el poder no lo tiene ni el jefe ni el empleado que desea el sueldo. Lo tiene la relación que establecieron ambos en torno al dinero, el sentido socialmente atribuido al ascenso social y al dinero. No está ni en uno ni en otro, está en aquello que acordaron como valioso ambos. Un empleado que no deseara su salario, automáticamente no aceptaría ninguna orden de su jefe. Un jefe que no reconociera el valor de sueldo, no se atrevería a dar ninguna orden a su empleado.

Entonces, el poder no está ni en A ni en B (ni en el jefe ni en el empleado), está en el discurso que ambos se han formado en torno al dinero. En el valor simbólico que para ambos tiene ese significante que disputan.

social y al dinero. No está ni en uno ni en otro, está en aquello que acordaron como valioso ambos. Un empleado que no deseara su salario, automáticamente no aceptaría ninguna orden de su jefe. Un jefe que no reconociera el valor de sueldo, no se atrevería a dar ninguna orden a su empleado.

Entonces, el poder no está ni en el jefe ni en el empleado, está en el discurso que ambos se han formado en torno al dinero. En el valor simbólico que para ambos tiene eso que disputan.

Comunicación y poder

Será Ernesto Laclau quien termine de ordenar estas ideas sobre el poder y las relaciones de poder. Laclau planteará una teoría del discurso en torno a la idea de poder ordenada por el concepto de hegemonía.

Hegemonía será un modo específico de explicar y entender las relaciones de poder y cómo éstas construyen nuestro mundo. Se refiere a un modo de concebir el ejercicio del poder, que no es por imposición (o no solamente) sino que establece un modo de conducción o dirección de un agente o grupo o clase sobre otro.

Será hegemónico en una relación de poder aquel que logre que su modo de nombrar las cosas, su visión del mundo, sea el modo de los demás sujetos que están en relación con él: de instalar su sentido como el sentido común. En esa relación se establece un discurso hegemónico que ordena en la sociedad al conjunto de los sujetos en posiciones determinadas según su adhesión o enfrentamiento con dicho discurso.

Una relación hegemónica es la articulación de elementos (ideas, palabras, sentidos) para que dejen de estar dispersos. Como cuando de pequeños aprehendemos los géneros (masculino y femenino) y vamos fijando prácticas e ideas, y hasta colores propios de unos y otros para, después, poder ser reconocidos como varón o mujer.

Celeste, pelota, no llorar, pelo corto, pantalón, fuerza, son elementos que no tienen ninguna relación entre sí que no sea la que, en un momento histórico dado, la sociedad les ha dado como equivalencias de lo masculino. De tal modo, todo sujeto que se suma a esa sociedad para poder ser catalogado como masculino, deberá articularse con esos símbolos puntuales.

Rápidamente uno piensa en su contrario: lo femenino. Pero para Laclau lo opuesto a masculino será lo no-masculino. Cualquier otro símbolo que no sea masculino dará origen a una identidad no masculina. Y si lo masculino es el orden, todo lo demás es el desorden, lo diferente, lo incómodo, lo que no se desea ser (según el discurso hegemónico).

Toda articulación es contingente, histórica y arbitraria. Es decir, fue intencionalmente construida en algún momento por algún grupo, sujeto o sector que se beneficiaba con ella.

Medios y relaciones de poder

Con este inicial bagaje presentado podemos arribar a una mirada crítica sobre el poder y los medios de comunicación. La misma fue presentada por el filósofo francés Louis Althusser, en el año 1969,

en un libro que se tituló “Ideología y Aparatos ideológicos de Estado”³. En este trabajo presenta una novedad en torno a la idea de la reproducción del poder, de la fijación de las relaciones de poder y del orden social.

El autor propone pensar que existen **mecanismos dentro del sistema social que permiten enseñar, reproducir, controlar, vigilar, y corregir el orden y el desorden de los sujetos en las prácticas humanas**. El modo en que aprehendemos y aprendemos los órdenes establecidos por las relaciones de poder al momento de incorporarnos al mundo.

A estos mecanismos los llamara Aparatos Ideológicos de Estado (AIE). Estos son un sinfín de estrategias disponibles en el sistema social para enseñarnos y recordarnos los modos normalizados de ser sujetos. Los AIE funcionan como ritualizadores y educadores de ciertas prácticas y significaciones que se establecen para perpetuar un modo de articulación.

Cuando en alguna circunstancia, y a pesar de estos mecanismos, algún agente o grupo social se corre de este ordenamiento establecido se utilizan otros mecanismos de coerción y control, los Aparatos Represivos del Estado. El conjunto de estos Aparatos (Ideológicos y Represivos) son más propios de la sociedad civil que de la sociedad política, por lo que Althusser entiende que Estado no es el Estado Nación sino, el estado de las relaciones de poder que se fijan como Estado Nación.

Los medios de comunicación resultan Aparatos Ideológicos centrales en las sociedades actuales, autores como Rossana Reguillo los proponen como el principal en las sociedades occidentales modernas, por encima de la escuela, la familia y la religión. Presentan de modo permanente y omnipresente una limitada disposición de símbolos y significaciones que regulan las prácticas cotidianas: agenda, sentidos, voces autorizadas, modas, morales y éticas, horarios y roles sociales, estereotipos y estigmatizaciones.

Resistencia(s)

En pos de presentar algunas herramientas que permitan complejizar aún más la cuestión del poder, los poderes y las relaciones de poder en las sociedades actuales, debemos destacar un aporte centrales que planteara Foucault: toda relación de poder da lugar indefectiblemente a procesos de **resistencia**. Tan así es, que el filósofo propone pensar que el único modo de entender el poder es a través de las resistencias que le dan contorno, que la limitan. Ningún poder puede abarcarlo todo y aquello que no abarca, es su resistencia. Remarcamos una vez más que se trata de relaciones, no de sujetos con poder. Una relación siempre será de a dos y cuando el poder se fija en algún discurso todo lo que no quedó incluido en él, emerge como su resistencia.

En ese sentido, vemos como la lucha no es por la aniquilación de las condiciones de orden dadas por los discursos que emergen de las relaciones de poder en un momento dado, sino que se apunta al reconocimiento de las condiciones en las que se da ese orden, en la generación de tácticas emancipatorias y en la lucha constante por transformar.

³ Resulta necesario destacar que Althusser no se refiere a Estado únicamente en el sentido de gobierno o instituciones públicas. Incluye en esta idea todo el conjunto de dispositivos que mantienen y reproducen un orden dado: mercado, empresas, familia, religión y muchísimas más.

A modo de cierre

Queda claro a partir de lo expuesto que no se está diciendo aquí que los medios impongan o determinen a los sujetos sociales. Pero sí que su lugar resulta central en la conformación de las relaciones de poder actuales. Sobre todo cuando nos encontramos en un mundo cada vez más mediatizado, sobrepoblado, con acceso a tecnologías de comunicación a gran escala, en donde se vuelve difícil conocer en primera persona las complejidades de la realidad y en donde la producción discursiva que se genera desde los medios es tan elaborada que se encuentra en el centro de toda construcción cultural.

Finalmente, queremos señalar que cuando se trabaja en torno al poder de los medios, se busca presentar un escenario que permite emancipaciones, resistencias, negociaciones y conflicto. Y que en el análisis de los medios y sus implicancias culturales y políticas es clave poder poner en evidencia la intencionalidad de los medios, su rol en la historia, y su preponderancia a un modelo de organización particular de la sociedad, la del consumo.