

**POLÍTICA, PRENSA Y DISTINCIÓN SOCIAL
O POR QUÉ “HAY DIARIOS PARA TODOS LOS GUSTOS”
El análisis de la prensa en la obra de Pierre Bourdieu**

Micaela Baldoni
Universidad de Buenos Aires (Argentina)

Introducción

Los medios de comunicación y, particularmente, el periodismo, no han sido temas centrales de la obra bourdieusiana. Como afirma Lemieux (2005), los dos estudios de Bourdieu específicamente abocados al análisis de los medios, *L'emprise du journalisme* (1994) y *Sobre la televisión* (1996), carecen de la envergadura de sus trabajos sobre el campo intelectual y sobre la reproducción de las jerarquías culturales, tales como *Homo academicus*, *La reproducción* y *La distinción*; sustentados en investigaciones empíricas de amplio alcance. En este sentido, Patrick Champagne (2007), uno de sus discípulos y quien más profundamente desarrolló la perspectiva bourdieusiana para el análisis de los medios, considera que el libro *Sobre la televisión* debe entenderse principalmente como una intervención de Bourdieu en el espacio público, en el marco de una disputa entre éste, ciertos sectores del periodismo y los intelectuales mediáticos, por la definición legítima de la figura del intelectual en la coyuntura política francesa de los años noventa.

Ahora bien, el carácter multifacético de la obra bourdieusiana permite encontrar en ella una serie de tematizaciones sobre diferentes tópicos que, aunque no constituyan su interés capital, pueden funcionar como orientaciones teóricas o recaudos metodológicos para la aprehensión de ciertos objetos del análisis social. En este sentido, en este trabajo nos proponemos rescatar y sistematizar algunas de la hipótesis centrales sobre la relación entre medios de comunicación y clases sociales, trabajadas por Bourdieu en *La distinción* (1988) [1979]. Aunque circunscrito, este análisis nos permitirá rescatar una de las dimensiones escasamente exploradas de esta obra y los posibles aportes de este tipo de abordaje sobre la prensa.

Una de las primeras cuestiones a considerar refiere al tipo de análisis que realiza Bourdieu en este caso. Si tanto en *L'emprise du journalisme* como en *Sobre la televisión*, el foco se encuentra puesto en el campo del periodismo, es decir, en las lógicas específicas que atraviesan a este espacio especializado de *producción* cultural y en el impacto que éstas han sufrido a partir de la preeminencia ganada por los medios televisivos y la lógica comercial; en *La distinción*, a la inversa, la indagación se concentra en el análisis del *consumo* de ciertos medios de prensa. La mirada, por tanto, no está puesta en los productores de la información sino en la relación que las diferentes clases y fracciones de clase mantienen con diversos tipos de diarios y semanarios.

Una segunda cuestión, relacionada con la anterior y que enriquece esta perspectiva, es que ella da cuenta del modo en que el consumo de ciertos productos periodísticos expresa la relación objetiva y subjetiva de las clases y fracciones de clase con la “política”. En este sentido,

lejos de un análisis endogámico de la prensa lo que se presenta es una indagación que pone de relieve el carácter relacional de los medios con la estructura social y con las segmentaciones del espacio político. Por ello, la manera en que nos aproximaremos a la temática de los medios en este trabajo supone un rodeo, que va desde las *distinciones* –en el sentido de inclusiones y exclusiones– que se producen en el espacio político, hasta la forma en que la prensa opera como un instrumento de *distinción* –en el sentido de diferenciación y jerarquización– entre las clases.

El juicio estético y el juicio político

Si una de las principales premisas del pensamiento bourdieusiano refiere al carácter rupturista del conocimiento sociológico, en el sentido de que éste debe orientarse principalmente a *develar* las determinaciones sociales de aquello que es vivenciado como “natural” o “innato”, *La distinción* constituye una de las principales obras en las que este principio es llevado hasta sus últimas consecuencias. Esta vasta investigación, que se nutre de un amplio y diferenciado abanico de fuentes (estadísticas, etnográficas, periodísticas, etc.), muestra como el *gusto* –el gusto por determinado tipo de música, de comida, de vestimenta, de mobiliario, de lecturas, etc.– al mismo tiempo que *distingue* a unos hombres de otros, niega lo social y, por tanto, legítima, al presentarse como “naturaleza”, aquello que es producto de unas condiciones específicas de existencia.

La tesis principal de esta obra, orientada a mostrar cómo el *gusto* por ciertos bienes culturales es la expresión y la forma en que en cada “elección” estética se actualizan diferencias sociales, presenta así una ruptura radical con toda una línea de pensamiento, asentada en la filosofía kantiana, que concibe al “juicio estético” como universal y transhistórico. A lo largo de la mayor parte de los capítulos de *La distinción*, Bourdieu se concentra en demostrar que lejos de ser universal, el juicio estético, y las competencias sociales necesarias para ponerlo en práctica, varían según la posición (definida principalmente por el volumen y la estructura del capital incorporado y objetivado) que se ocupa en el espacio social o, en otros términos, según la clase y la fracción de clase de la que se trate. Asimismo, muestra cómo el *gusto legítimo*, es decir, el gusto definido como tal en un momento específico, es el resultado de un proceso histórico de lucha entre las diferentes clases y fracciones de clase, que se expresa en los diversos modos de apropiación y en los usos sociales de determinados bienes culturales, que operan, por tanto, como bienes enclasantes.

Por el hecho de que su apropiación supone unas disposiciones y unas competencias que no están distribuidas universalmente (aunque tengan la apariencia de lo innato), las obras culturales constituyen el objeto de una apropiación exclusiva, material o simbólica, y, al funcionar como capital cultural (objetivado o incorporado), aseguran un *beneficio de distinción*, proporcionado a la singularidad de los instrumentos necesarios para su apropiación, y un *beneficio de legitimidad*, beneficio por excelencia, que consiste en el hecho de sentirse *justificado de existir* (como se existe), de *ser como es necesario* (ser) (Bourdieu, 1988:226).

Siguiendo esta línea de argumentación, en los capítulos abocados al análisis de la relación entre cultura y política, puede decirse que Bourdieu se detiene en el universo del “gusto político” (1). Si el “juicio estético” no constituye una competencia innata y, por tanto, universalmente distribuida, el “juicio político” o, más precisamente, la competencia social para reconocer a una cuestión política como política y tratarla como tal, depende en gran medida de la posición que se ocupe en el espacio social. En efecto, la primera observación que realiza Bourdieu sobre esta cuestión es que la producción del discurso sobre el mundo social y, en consecuencia, la capacidad de acción consciente sobre ese mundo, se encuentra concentrada en “algunos individuos”. En este sentido, “la concentración de los instrumentos (incorporados u objetivados) de producción es apenas menor en materia de política que en materia de arte” (Bourdieu, 1988:405).

Preocupado por los mecanismos que aseguran y reproducen esta exclusión, Bourdieu se pregunta por aquellos que “no responden” en los sondeos de opinión, artefactos que se asientan en el supuesto de que todo el mundo tiene el derecho y el poder de tener una “opinión personal”. Allí encuentra que la probabilidad de no responder a una pregunta formulada en términos “políticos” es mayor entre las mujeres que en los hombres, entre los menos instruidos que entre los más instruidos, entre los que viven en poblaciones rurales que entre los que viven en grandes ciudades, y que esas diferencias y la probabilidad general de no dar una respuesta se incrementan aún más cuando se desciende en la jerarquía social, tanto en términos de capital cultural (objetivado a través de las titulaciones) como de capital económico (medido por los ingresos). Asimismo, la probabilidad de no respuesta se acrecienta en los sectores “dominados” cuando la pregunta se aleja del registro de la experiencia cotidiana y se expresa en términos “politológicos” o, si se quiere, más abstractos y propiamente políticos.

Sería inexacto, nos dice Bourdieu, ver en esa variación sólo el efecto de la adquisición de una cultura política que la titulación, es decir, la instrucción educativa, podría asegurar en tanto que herramienta para comprender el discurso político, para reproducirlo e, incluso, para producirlo. Más bien se trata de una sobredeterminación. La propensión a –o el desinterés por– participar políticamente (ya sea por medio del voto, la movilización o la simple lectura de un periódico de opinión) no están escindidos de las condiciones de existencia que producen un *habitus*, como conjunto originario de disposiciones y competencias que se reactualizan en un determinado *estilo de vida*, y que expresan una relación, más o menos cercana, más o menos distante, con el mundo político. Para estar interesado en la política es necesario tener “el sentimiento (socialmente autorizado y alentado) de tener buenas razones para participar en política, de tener autoridad para hablar políticamente de las cosas políticas, utilizando una cultura política específica, esto es, unos principios de clasificación y de análisis explícitamente políticos (...) condición para el ejercicio de ese derecho de que se dotan los que se sienten con derecho para ejercerlo” (Bourdieu, 1988:418-419).

“Esto no es para mí”, “esto no me interesa” parecen ser las formas de expresión de la resignación, en forma de delegación, de aquellos excluidos de este derecho estatutario a la política. Así opera la división del trabajo político entre los que admiten que la política no es

asunto de ellos y los que se sienten con derecho de tener una “opinión personal”, división que reproduce en “las disposiciones, las prácticas y los discursos la división objetiva de los ‘poderes’ políticos entre las clases y los sexos y que contribuye con ello a reproducir esa división” (Bourdieu 1988:424).

La homología estructural entre el campo de la producción y el campo del consumo, o lo que permite que “haya diarios para todos los gustos”

Existen múltiples universos estilísticos, en el sentido de espacios de preferencias, que al proporcionar rasgos distintivos permiten expresar, mediante las elecciones del *gusto*, diferencias sociales. El espacio de los diarios y los semanarios constituye uno de esos universos en los que a través del consumo se actualizan los criterios de apreciación y selección que constituyen un determinado *estilo de vida* y que expresan, de modo complejo, la relación que las distintas clases sociales y fracciones de clase mantienen con la “política”.

Para considerar esta relación entre unos bienes culturales específicos y el gusto, hay que atender a la manera en que el campo de producción se articula con el campo del consumo. En primer lugar, el campo de la producción es lo que le permite al *gusto* realizarse, en este sentido, este universo limita el universo de las formas de experiencia, tanto estéticas como políticas, que son objetivamente posibles en un momento dado. Esto produce, lo que Bourdieu llama, un “efecto de imposición simbólica”: en tanto un producto cultural (un cuadro, un programa político o un diario) es un *gusto constituido* –es decir, un gusto que, por la intermediación de determinados profesionales, es llevado de la experiencia vital a la realidad de un producto acabado– posee la fuerza de legitimación de todo proceso de objetivación y establece así los límites de lo pensable, los límites de lo posible.

Ahora bien, no sería exacto ver en esta relación la imposición directa de la producción sobre el consumo ni, a la inversa, pensar a la producción como la simple respuesta a una demanda preexistente. Lo que posibilita el encuentro entra dos esferas de acción, nos dice Bourdieu, es un concierto objetivo entre dos lógicas independientes, que no fue buscado ni explícitamente planeado por nadie, es decir, un concierto sin “director de orquesta” que es producto de la *homología estructural* entre el campo de la producción y el campo del consumo, y que permite explicar el hecho de que, como se dice comúnmente, “haya cosas para todos los gustos”. Esta homología estructural entre los campos de producción especializados que producen unos bienes y el campo de clases sociales en el que se producen los gustos hace que los productos que se elaboran competitivamente en el campo de la producción encuentren una demanda que se elabora en las relaciones de distinción que mantienen entre sí las clases y las fracciones de clase. Este encuentro, en el orden de las prácticas, se expresa como *afinidad electiva*, en la forma más sencilla de la simpatía o antipatía, del gusto o del disgusto, al modo de una especie de encuentro y reconocimiento entre *habitus* afines.

Es el privilegio de aquellos que, guiados por su sentido social (...) han encontrado *su sitio natural* en el campo de la producción. Según la ley que pretende que no se predique más que a los conversos, un crítico no puede

tener 'influencia' sobre sus lectores más que en tanto ellos le concedan este poder porque están estructuralmente de acuerdo con él en su visión del mundo social, en sus gustos y en todo su *habitus*. Jean Jacques Gautier, durante mucho tiempo crítico literario de *Le Figaro*, describe bien esta afinidad electiva que une al periodista con su periódico y, por medio de éste, con su público: un buen director de *Le Figaro*, que se ha elegido a sí mismo y ha sido elegido según los mismos mecanismos, sabe reconocer a un crítico literario de dicho diario por el hecho de que "tiene el tono que conviene para dirigirse a los lectores del periódico", que, *sin haberlo hecho adrede*, "habla naturalmente la lengua de *Le Figaro*" y que sería "el lector tipo" de este diario. [...] Hay que creerle cuando afirma que el principio de la eficacia de sus críticas reside, no en un ajuste calculado con las expectativas del público, sino en un *acuerdo objetivo* que permite, entre el crítico y el público, una perfecta sinceridad, indispensable también para ser *creído*, luego eficaz (Bourdieu 1988:237).

El gusto por los periódicos y los semanarios

Esta relación entre universos de producción cultural y el espacio de las clases no debe entenderse como una relación lineal y mecánica, sino que, al contrario, en cada caso particular deberá atenderse a las lógicas específicas que definen cada espacio y a las formas en que son significados los usos sociales de determinados productos culturales. Así, en relación con el consumo de la prensa, el análisis que realiza Bourdieu sobre el significado que las diferentes categorías de lectores pueden conferirle a la lectura de un periódico muestra el carácter mediatizado de estas relaciones. En este sentido, advierte que la tentación de considerar a las elecciones, que realizan las distintas clases y fracciones de clase, entre los diarios y semanarios más políticamente orientados, como una fiel expresión de la distribución de las opiniones políticas según las clases –tentación que se asienta en el mito del carácter universal de la "opinión personal"– olvida "que el periódico (cuando se lee alguno) sólo es un periódico de opinión para unos pocos" (Bourdieu, 1988:451).

El periódico, a diferencia del partido político, presenta una información que no es exclusivamente política, por tanto, su lectura puede ser objeto de intereses diversos, relativamente independientes de los intereses específicamente políticos. Asimismo, la lógica comercial que atraviesa profundamente a este espacio de producción, lleva a los órganos de prensa denominados "ómnibus" a evitar todo posicionamiento político explícito que pudiera alejar a cierto sector de su audiencia. En este sentido, el efecto propiamente político de un diario no se puede medir por su línea política explícita, ni por el espacio que le dedica al tratamiento de temas de "política" (como las secciones de política nacional o internacional), "sino en la relación que los lectores mantienen con el periódico, del que pueden ignorar su mensaje político, y cuya acción política más importante puede ser la de no conceder ninguna importancia a la política" (Bourdieu, 1988:452).

Tenemos, así, en el espacio de la producción periodística por un lado, a los grandes periódicos o semanarios "ómnibus", orientados a la búsqueda de un "gran público" mediante la neutralización del producto, y, por otro lado, los periódicos "de opinión" y los semanarios especializados, orientados a públicos más específicos con los que comparten ciertas visiones o líneas políticas más explícitas. Como afirma Bourdieu, en un estudio posterior, el espacio de competencia de la prensa, al igual que el de los partidos, se ve, así, constantemente impulsado

por dos tendencias contradictorias: una guiada por la lógica de la distinción, que lleva a los periódicos a acentuar sus diferencias para atraer a sectores del público que poseen determinados sistemas de clasificación, y otra que los impulsa a ampliar su base anulando las diferencias (Bourdieu, 1984:260).

Las variaciones en la distribución de las elecciones de los periódicos según las clases, que muestra que el consumo de productos “ómnibus” se acrecienta a medida que se desciende en la jerarquía social, reproducen de manera más contundente, al interior de la clase media y la clase dominante, las oposiciones ordinarias según el volumen y la estructura del capital. Atendiendo a la cantidad y tipo de lecturas de las diferentes fracciones de clase se observa que las fracciones relativamente ricas en capital económico leen menos y sobre todo leen productos ómnibus, mientras que las fracciones relativamente ricas en capital cultural leen más y consumen tanto periódicos nacionales (y, entre estos, los más “legítimos”) como semanarios especializados.

La visión semiculta que opone, como especies en sí mismas diferenciables, los denominados “periódicos sensacionalistas” a los periódicos “de reflexión”, oculta el hecho de que la principal diferencia entre el consumo de uno o de otro tipo de periódico se encuentra, no en el contenido mismo del diario, sino en la relación de los lectores con la política que se manifiesta a través de esa elección. Leer un diario “de opinión”, para formarse una “opinión”, constituye una forma de poner de manifiesto que uno se siente con el derecho y con el deber participar en la política. Que la probabilidad de leer diarios de este tipo, especialmente los periódicos más legítimos, como *Le Figaro* o *Le Monde*, aumente a medida que crece el nivel de instrucción (medido por la titulación), expresa ese tipo de relación estatutaria con la política que, como mostramos en el primer apartado, contribuye a través de la titulación académica y, por lo tanto del dominio de la cierta cultura política, a reforzar el sentimiento de formar parte del mundo político en aquellos que por sentirse dotados para ello se dotan de los instrumentos que le permiten ejercer su “legítimo” derecho. Asimismo, esta relación con la política no sólo se expresa a través de la elección de cierto tipo de prensa sino también en la relación que se mantiene con otros medios masivos.

En el hecho de que los cuadros superiores sean los más numerosos a la hora de decir que, en materia de información política, se fían sobre todo de los periódicos (en el 27% de los casos y el 24% de los cuadros medios y empleados, frente al 14% de los agricultores, el 11% de los obreros, el 8% de los pequeños artesanos y comerciante) o de los semanarios (el 19% frente al 7% de los cuadros medios y de los empleados, el 6% de los obreros, el 5% de los artesanos y pequeños comerciantes y 4% de los agricultores), puede verse una muestra de la preocupación (que aumenta con el nivel de instrucción) por hacerse una opinión, como suele decirse, recurriendo al instrumento más específico y más legítimo, el diario llamado de opinión, que se puede elegir con arreglo a la propia posición, por oposición a la televisión o la radio, “medios de comunicación de masa”, que ofrecen productos “ómnibus” (SOFRES, *Télévision et politique*, mayo de 1976 cit. En Bourdieu, 1988:427).

Con todo, este análisis muestra cómo los medios, en tanto que productos culturales, pueden operar también como instrumentos de *distinción* social y cómo el encuentro entre los

productos de un campo de producción relativamente autónomo y el *gusto* de determinada categoría de agentes, definidos por diversas variables, puede expresar las fragmentaciones del espacio político. En efecto, la diferencia entre “prensa seria” y “prensa sensacionalista” parece reproducir la oposición entre los que son socialmente competentes para comprender, reproducir e incluso producir la palabra política y los que reciben esos discursos; entre los que *hacen* la política y los que la *reciben*. No parece casual, nos dice Bourdieu, que el conjunto de oposiciones mediante los que se clasifican estos dos tipos de prensa, *entendimiento-sensibilidad*, *reflexión-sensación*, sean parte constitutiva de la representación dominante de la relación entre dominantes y dominados, del punto de vista soberano que, al igual que el análisis propiamente político, puede colocarse a distancia y por encima del mundo y llevar al dominio de la expresión aquello que es producto de la experiencia.

A modo de cierre

Si, como mencionamos al comienzo, a lo largo de *La distinción*, Bourdieu se encarga de *develar* las bases sociales del *gusto* y de qué manera estos criterios de apreciación y clasificación realizan en la prácticas las diferencias sociales de las que son fruto; en los capítulos abocados a la relación entre cultura y política, Bourdieu se concentra en mostrar que el espacio de la política no es ajeno a esta dinámica social de *distinción*. El *habitus de clase* no sólo supone una relación específica con los productos más específicamente culturales, como lo son las obras de arte, sino que también involucra competencias diferenciales en torno a la política. La dinámica de la *distinción* se expresa, en este caso, a la manera de la *inclusión* y la *exclusión*. Según la posición que se ocupe en el espacio social, en razón del volumen y la estructura del capital (incorporado u objetivado) que se tenga, se establece un tipo de relación más o menos cercana, más o menos distante, con el mundo político. En ese marco, el universo periodístico constituye uno de los espacios en los que esa relación con la política se realiza, en el orden de las prácticas, a través de la elección de uno u otro tipo de periódico y de la significación social que esa lectura comporta para las distintas categorías de agentes.

La puesta en jaque de la idea de la universalidad del “juicio político” y, en consecuencia, de la idea de “opinión personal” como algo que todo actor puede expresar en un lenguaje propiamente político, le permite a Bourdieu realizar un análisis del consumo periodístico que no supone una afinidad directa entre la orientación política de un órgano de prensa y las opiniones políticas de sus lectores, sino que se concentra en mostrar el carácter mediatizado de esta relación, en la que la competencia política, en términos de disposiciones sociales diferenciales frente a la política, juega un papel central. Si bien las conclusiones a las que arriba refieren a un caso histórico específico, como es el caso francés de los años 70, lo interesante de este análisis, y que es extrapolable a otros contextos, es que pone de relieve la fuerte imbricación que existe entre el campo periodístico, el espacio político y las clases sociales. En efecto, desatender a estas dinámicas, cuando se analizan los medios de comunicación, puede llevar a hipótesis apresuradas sobre el poder de determinación de un espacio sobre el otro. Este es, por ejemplo, el caso de aquellos análisis que centrados en el

estudio del discurso periodístico suponen una determinación directa de éste sobre, lo que ellos mismos conciben como, la “opinión pública”.

Por último, el análisis precedente permite abrir una serie de interrogantes sobre este espacio de producción, algunos de los cuales fueron atendidos por Bourdieu en sus estudios específicos sobre el periodismo, y que pueden servir como puntos de entradas para análisis futuros. ¿Cómo se procesa la dinámica de clases al interior del campo periodístico? ¿De qué manera se reconfiguran al interior de este espacio de producción, relativamente autónomo, las presiones externas? ¿Cuáles son las lógicas que rigen la competencia periodística y qué estrategias despliegan en ella los periodistas? ¿Son los productos periodísticos una expresión del estado de la competencia periodística o ella sólo puede apreciarse a través de las prácticas de los actores? Para terminar, si el periodismo se encuentra fuertemente imbricado con el campo político, ¿es el periodismo político el espacio que mejor expresa esa relación? ¿En qué medida el posicionamiento político de un medio es afín o no al de sus lectores? ¿Cuáles son las mediaciones existentes en la relación entre la prensa y su público?

Nota

(1) La expresión “gusto político” no es utilizada en *La distinción*, sino que es introducida por Bourdieu poco tiempo después de la publicación de este libro en una conferencia dictada en la Universidad de Grenoble, el 29 de abril de 1980, en la que especifica el método mediante el cual llegó a la mayor parte de las hipótesis que se tratan en este apartado. Ver Bourdieu (1984).

Bibliografía

- BOURDIEU, Pierre (1984): “Cultura y política”, en *Sociología y Cultura*, México: Grijalbo, pp. 251-264.
- BOURDIEU, Pierre (1988) [1979]: *La Distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- BOURDIEU, Pierre (1994): “L’emprise du journalisme”, en *Actes de la recherche en Sciences Sociales*, Vol. 101-102, pp. 3-9.
- BOURDIEU, Pierre (1996): *Sobre la televisión*, Buenos Aires, Anagrama.
- CHAMPAGNE, Patrick (2007): “Sobre la ‘mediatización’ del campo intelectual. A propósito de *Sobre la televisión*, de Pierre Bourdieu”, en Champagne, P; Pinto, L. Y Sapiro, G. (dir.), *Pierre Bourdieu, sociólogo*. Buenos Aires: Nueva Visión, pp. 303-322.
- LEMIEUX, Cyril (2005): “¿Una crítica sin razón? El abordaje bourdieusiano a los medios y sus límites”, en Lahire, B. (dir.) *El trabajo sociológico de Pierre Bourdieu. Deudas y críticas*, Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 239-268.