

Medios hegemónicos y capital simbólico en el campo literario argentino contemporáneo

Marina Arias

Resumen: Pensar el rol de los medios hegemónicos en la distribución del capital simbólico en el campo literario local contemporáneo es fundamental para vislumbrar qué textos son reconocidos como literarios y cuáles no. En este sentido, y mediante una operación que no es otra cosa que ideológica, aquellos textos que tematizan cuestiones política resultan deslegitimados.

Palabras claves: campo literario – medios hegemónicos – política – legitimación – capital simbólico.

Históricamente, la literatura argentina ha sido abordada como objeto de estudio por la crítica literaria desde marcos teóricos que no la han considerado como un campo en el cual se producen pujas de poder por la distribución del capital simbólico en juego. Pero desde la comunicación, sabemos que Pierre Bourdieu, en *Las reglas del arte* ha señalado que,

En las sociedades modernas caracterizadas por un alto grado de diferenciación y complejidad, el espacio social se torna multidimensional y se presenta como un conjunto de campos relativamente autónomos, aunque articulados entre sí: campo económico, campo político, campo religioso, campo intelectual, etc. Un campo, por lo tanto, es una esfera de la vida social que se ha ido autonomizando progresivamente a través de la historia en torno a cierto tipo de relaciones sociales, de intereses y de recursos propios, diferentes a los de otros campos (Bourdieu: 1992: 73).

Y en *Cosas dichas*, el sociólogo francés señala además que “existe una génesis social de los esquemas de percepción, de pensamiento y de acción que son constitutivos de lo que llamo habitus, por una parte; y por otra de las estructuras sociales, particularmente de lo que llamo campos o grupos, así como

también de lo que ordinariamente suelen llamarse clases sociales” (Bourdieu: 1987: 147). A pesar de que la literatura local debería ser pensada, entonces, como un campo en el cual es fundamental el papel de los medios masivos de comunicación a través de todos los discursos que producen sobre ella –discursos que suelen señalar si un texto es legítimamente literario o no– este aspecto ha sido mayoritariamente ignorado o apenas enunciado como una característica más del ambiente literario.


En *Las reglas del arte* Bourdieu señala particularmente, el papel de los medios de comunicación en el campo de la literatura como un elemento fundamental:

Una parte cada vez más importante de la producción cultural, cuando no procede de personas que, al trabajar en los medios de comunicación, tienen la seguridad de contar con el apoyo de los medios de comunicación, viene definida por su fecha de publicación, su título, su formato, su extensión, su contenido y su forma de colmar las expectativas de los periodistas que la harán existir hablando de ella (Bourdieu: 1992: 449).

Como si se ignoraran estos aportes de Bourdieu, los trabajos y estudios que han tomado a la literatura argentina contemporánea como objeto de estudio no parecen haber puesto la mirada sobre este aspecto fundamental del campo. Visibilizar y desmenuzar esa relación es una deuda pendiente del pensamiento argentino actual.

Los trabajos publicados en los últimos años por las críticas literarias Beatriz Sarlo y Elsa Drucaroff han incluido el intento por analizar puntualmente textos pertenecientes a la literatura argentina contemporánea (la cosmopolita, deberíamos agregar) publicada después de 2001. Y resulta interesante traer aquí sus posiciones respecto a la tarea. Dice Drucaroff en la introducción de *Los prisioneros de la torre*:


El objetivo central de este ensayo es perseguir en algunos libros de la NNA [*Nueva Narrativa Argentina*], y en algunos problemas literarios, ideologías, imaginarios inconscientes y conflictos hasta ahora irresueltos que laten en nuestra tierra y que la literatura condensa más allá de la voluntad individual de los escritores. Leer, en definitiva, en las obras, deseos o traumas sociales; leer este tiempo y este país (2011: 20).



En el libro citado, Drucaroff sostiene también: “la teoría literaria sabe que el arte no se hace las preguntas necesariamente desde lo referencial o explícito. Adorno explicó mil veces que la política y la historia atraviesan las formas artísticas, a veces con mucha más intensidad, precisamente, porque lo referencial no aparece” (2011: 219).

Por su parte, Beatriz Sarlo, quien recorta como objeto de estudio a la cultura argentina y su imaginario social encabalgados entre la escritura y la lectura (en la línea de Raymond Williams, teórico del que esta autora ha sido una importante difusora desde los años 90 en la Argentina), sostiene en *Escritos sobre literatura argentina*: “Los magazines [de principios del siglo XX] contribuyen a organizar esas expectativas simbólicas, a precisar aspiraciones, a proponer un conjunto de textos que conformarán un horizonte literario y también una manera de leer” (2007: 66). Los verbos presentes en la cita (“contribuir”, “precisar”, proponer”) no parecen dar cuenta de lo que implica la lucha por el capital simbólico y por la legitimidad. Así como tampoco parece ir en ese sentido la siguiente reflexión presente en el mismo libro sobre el rol de los medios gráficos en relación a la literatura: “Sobre el novecientos, este sistema se moderniza y la competencia entre los diferentes diarios ya no es meramente una competencia facciosa, basada en los avatares o los escándalos de la política. Podía decirse que la forma en que *La Nación* prepara su suplemento especial de mayo de 1910 pertenece a la metodología moderna y profesional del periodismo” (Sarlo, 2007: 68).

Esta caracterización de un periodismo como “moderno” y “profesional” (dejemos a un lado que además se está refiriendo al diario fundado y dirigido por la dinastía de los Mitre) no es otra cosa que la repetición de un mito en el sentido barthesiano del término. Dice Roland Barthes en *Mitologías*: “algunos objetos se convierten en presa de la palabra mítica durante un tiempo (...) Puesto que la historia humana es la que hace pasar lo real al estado de habla, sólo ella regula la vida y la muerte del lenguaje mítico. Lejana o no, la mitología sólo puede tener fundamento histórico, pues el mito es un habla elegida por la historia: no surge de la “naturaleza” de las cosas” (2008: 200). Es importante destacar que esta definición ideológica –y como tal, natural a los ojos de un lector desprevenido– es la única mención de los medios de comunicación en todo el libro *Escenas de la literatura argentina*.



Tomando como marco la teoría de los campos de Pierre Bourdieu es preciso introducir en el análisis de la literatura actual argentina el rol de los medios hegemónicos de comunicación gráfica en la legitimación de algunos textos como “literarios” y la deslegitimación de otros como “no literarios”. Porque la importancia de los medios de comunicación en la construcción de sentido constituye actualmente un axioma que ningún actor vinculado a las ciencias sociales puede desconocer ni poner en duda.

En *El sentido social del gusto*, Bourdieu ha señalado que,

Los conflictos propiamente estéticos sobre *la visión legítima del mundo*, es decir, en última instancia, sobre lo que merece ser representado y la mejor manera de representarlo, son conflictos políticos (sumamente eufemizados) por la imposición de la definición dominante de la realidad y, en particular, de la realidad social, en una palabra, de la *ortodoxia*, el *arte de reproducción* (cuya forma por excelencia es el “teatro burgués”) es adecuado para procurar, a los que lo perciben según esos esquemas, la experiencia tranquilizadora de la evidencia inmediata de la representación, es decir, de la necesidad del modo de representación y del mundo representado (Bourdieu, 2010: 203).

Sin embargo, la producción y la crítica literaria actuales parecen seguir negando ese aspecto en su campo, como si los discursos de los medios hegemónicos sobre ellas, y su circulación, no fueran un factor fundamental en la construcción de legitimidad y valoración (lo que es *buena* y lo que es *mala* literatura).

En este punto, es preciso aclarar a qué se alude en el presente trabajo cuando se dice medios “hegemónicos”. En *Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular*, Néstor García Canclini, señala que “La hegemonía es entendida –a diferencia de la dominación, que se ejerce sobre adversarios y mediante la violencia– como un proceso de dirección política e ideológica en el que una clase o sector logra una apropiación preferencial de las instancias de poder en alianza con otras clases, admitiendo espacios donde los grupos subalternos desarrollan prácticas independientes y no siempre ‘funcionales’ para la reproducción del sistema” (García Canclini, 1984: 69). Por “hegemónicos” entendemos, entonces, a los medios gráficos que actualmente poseen gran

circulación e influencia en la formación de opinión pública y responden no a una dirigencia política sino a los intereses de una alianza de clases contrarios a ella. Gramsci definió a la ideología como “una concepción del mundo que se manifiesta implícitamente en el arte, en el derecho, en la actividad económica, en todas las manifestaciones de la vida intelectual y colectiva” (Portelli, 1973: 12). Pero esa ideología no responde a una “dominación” o una “dirigencia” sino a un sistema hegemónico coherente, que consiste en la construcción de un poderoso “bloque ideológico” (Portelli, 1973: 19). Ese bloque ideológico puede no responder a la clase dirigente.

Los medios de comunicación hegemónicos son un actor fundamental en la construcción contemporánea del bloque ideológico, por eso en cualquier intento por analizar la literatura argentina contemporánea resulta insoslayable analizar los discursos mediáticos sobre ella, es decir, rastrear qué conceptos de literatura “legítima” e “ilegítima” se están construyendo en ellos, e identificarlas como construcciones ideológicas.

Para finalizar: la dimensión comunicacional del campo de la literatura, y en particular los discursos de los medios hegemónicos en relación a este último, debe ser observada y descrita, ya que es una variable fundamental en la distribución del capital simbólico del campo y la legitimación de sus actores.

Bibliografía

- Barthes, Roland (2008). *Mitologías*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, Pierre (1987). *Cosas dichas*. Buenos Aires: Gedisa.
- Bourdieu, Pierre (2010). *El sentido social del gusto*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Bourdieu, Pierre (1992). *Las Reglas del Arte. Génesis y estructura del campo literario*. Francia: Seuil.
- Drucaroff, Elsa (2011). *Los prisioneros de la torre. Política, relatos y jóvenes en la postdictadura*. Buenos Aires: Emecé.
- García Canclini, Néstor (1984). “Gramsci con Bourdieu. Hegemonía, consumo y nuevas formas de organización popular” en *Nueva Ciudad* Nro.71. México.
- Portelli, Huges (1973). *Gramsci y el bloque histórico*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.
- Sarlo, Beatriz (2007). *Escritos sobre literatura argentina*. Buenos Aires: Siglo Veintiuno Editores.