

La comunicación como una relación social. Reflexiones sobre la pertinencia de la sociología de Pierre Bourdieu en el campo actual de la comunicación

Sandra Vera Zambrano

Matthew Powers

119

Resumen

Una de las acepciones más utilizadas de la comunicación se refiere a la cuestión de la transmisión de señales entre un emisor y un receptor. Si en una primera instancia esta definición puede parecer convincente, falta poder explicativo enfocado en los atributos de los agentes que (se) comunican. ¿Por qué las personas se expresan como se expresan? Si partimos del viejo principio que entre humanos es imposible no comunicar y que comunicamos lo que somos, entonces el objetivo de este artículo es el de mostrar que, en la medida en que quienes comunican son agentes sociales, la comunicación puede entenderse como una relación social a partir de una perspectiva sociológica anclada en Pierre Bourdieu. Esta propuesta se articula alrededor de cuatro pistas de reflexión que desplazan la focal de la interacción misma para pensar la comunicación como un encuentro entre por lo menos dos individuos, y, por tanto, como una relación entre dos sistemas de relaciones objetivas y de percepciones subjetivas. En primer lugar, se expone la posición marginal de Bourdieu en el campo de la comunicación para interrogar la pertinencia de su utilización. En segundo lugar, se propone una reflexión de cómo pensar sociológicamente la comunicación en su aspecto sociocultural con su respectiva preocupación sobre el mantenimiento del orden social; en tercero se presenta la pertinencia de los estudios de Bourdieu sobre el lenguaje. Al final, para lograr la operacionalización de dicho pensamiento, se propone una reflexión de la comunicación a partir del concepto de reflexividad refleja. Éste último nos permite objetivar cualquier interacción a partir de la comprensión de la posición de los actores en el espacio social y de ajustar(se) para resolver problemas

de comunicación que dependen menos de cuestiones lingüísticas que de cuestiones sociales.

Palabras clave: comunicación, sociología, relación social, Bourdieu.

Abstract

One of the most commonly used meanings of communication refers to the question of the transmission of signals between a sender and a receiver. If in the first instance this definition can seem convincing, lack of explanatory power focused on the attributes of the agents that (are) communicated. Why do people express themselves as they express themselves? If we start from the old principle that between humans it is impossible not to communicate and we communicate what we are, then the objective of this article is to show that, to the extent that those who communicate are social agents, communication can be understood as a social relationship from a sociological perspective anchored in Pierre Bourdieu. This proposal is structured around four tracks of reflection that shift the focus of the interaction itself to think of communication as an encounter between at least two individuals, and, therefore, as a relationship between two systems of objective relationships and subjective perceptions. In the first place, Bourdieu's marginal position in the field of communication is exposed to question the pertinence of its use. Secondly, we propose a reflection of how to think sociologically communication in its sociocultural aspect with its respective concern about the maintenance of social order; in third, the relevance of Bourdieu's studies on language is presented. Finally, in order to achieve the operationalization of said thought, a reflection on communication is proposed based on the concept of reflexive reflexivity. The latter allows us to objectify any interaction based on the understanding of the position of the actors in the social space and adjust to solve communication problems that depend less on linguistic questions than on social issues.

Keywords: communication, sociology, social relationship, Bourdieu.

Fecha de recepción: 29 de enero de 2018

Fecha de aceptación: 3 de junio de 2018

INTRODUCCIÓN

Reflexionar sobre la pregunta de qué es la comunicación desde la perspectiva sociológica de Pierre Bourdieu parece una tarea doblemente paradójica y *a priori* poco original. Primero porque Bourdieu no se interesó en específico en la comunicación como concepto, aun cuando haya dejado bastantes pistas indirectas sobre la cuestión. Segundo, Bourdieu no es un autor considerado un pilar de los estudios en comunicación y sin embargo aparece como uno de los autores más citados en el campo. ¿Cómo hablar entonces de la comunicación como un concepto a partir de las ideas de alguien relativamente marginal en el campo y que no se interesó de forma directa en la cuestión? Además, podría parecer que la perspectiva sociológica del autor no ha aportado nada nuevo al campo de la comunicación, en tanto la sociología desde otras corrientes, como por ejemplo la interaccionista, ha generado varias pistas de reflexión.

121

La propuesta de este artículo es de conceptualizar a la comunicación como una relación social por medio del andamiaje teórico de Pierre Bourdieu y de mostrar cómo las especificidades de dicha teoría contribuyen a los aportes de otras corrientes que toman por igual a la comunicación como una relación social.

La génesis de este artículo se ubica en gran medida en una preocupación de dos docentes inscritos en programas de comunicación y quienes han utilizado a Bourdieu en su propia investigación. Durante las clases, ha sido fácil darse cuenta que para los estudiantes la propuesta teórica del sociólogo francés parece sumamente interesante, pero también de muy difícil acceso, sobre todo cuando se trata de estudiarlo bajo el prisma de los estudios en medios de comunicación. Si bien los alumnos encuentran que los estudios sobre el sistema educativo o sobre las prácticas culturales son apasionantes, no saben cómo responder a la pregunta de cómo utilizarían ellos mismos dicho andamiaje en sus propias inquietudes relativas a la comunicación. Cabe señalar entonces que la apuesta de este artículo es realizar un esfuerzo por dirigirse a

los estudiantes principalmente y mostrar un primer acercamiento a una mirada puesta en la relación entre la posición de una persona en el espacio social y su forma de interactuar con los otros individuos. Para ello, en este artículo cuestionamos la pertinencia del enfoque bourdiano, así como proponemos la aplicación de dicha teoría sobre casos prácticos de comunicación humana.

122 Podría parecer que las propuestas de Pierre Bourdieu son obvias (pensar la comunicación como el resultado de una relación social no es una propuesta novedosa o inédita). Sin embargo, el matiz que da este autor al principio mismo de relación social es lo que se revela en particular interesante. Como lo explicaremos más adelante, una relación social se entiende en un nivel meso-sociológico, en donde las acciones verbales y no verbales de los individuos se encuentran insertas en una lógica estructural mucho más amplia. Así, el aporte de Bourdieu es comprender que lo que los individuos hacen y dicen se genera a partir de sus características individuales en relación con la posición que ocupan en el espacio social.

Como aporte a otras corrientes que consideran un enfoque micro-sociológico o un enfoque macro-sociológico, el andamiaje de Pierre Bourdieu propone un nivel intermedio donde se juzga a la estructura incorporada en las acciones verbales y no verbales del individuo. Esto quiere decir que todas las “variables pesadas” en sociología (como por ejemplo los criterios sociodemográficos) entran en relación directa con lo que las personas dicen y hacen en su día a día. Si bien esta perspectiva podría parecer obvia (todos sabemos, incluso de manera intuitiva, que una mujer mayor de clase baja entiende el mundo y entra en interacción con las otras personas de forma muy distinta que un niño pequeño de clase alta), podemos constatar en la literatura que, si bien es cierto que “el contexto” y “lo social” se toman en cuenta en casi todos los enfoques de la comunicación, un nivel meso sociológico y además relacional (Bachelard, 2000/1938) no es tan común.

En ningún caso se pretende indicar que nuestra propuesta es la de desdeñar otras corrientes donde el contexto y lo social son importantes

como la Escuela de Palo Alto, que mencionaremos más adelante y de la cual también nos inspiramos, sobre todo en las figuras de Paul Watzlawick y Erving Goffman. De este modo, nuestro objetivo se concentra en mostrar las particularidades del andamiaje bourdiano y su pertinencia en el campo de la comunicación. Para lograrlo, parece necesario comenzar por delimitar qué se ha entendido por comunicación desde sus distintos aspectos.

LAS MÚLTIPLES DEFINICIONES DE LA NOCIÓN DE COMUNICACIÓN

Comunicación es una palabra polisémica. Aun cuando es evidente encontrar definiciones en los diccionarios, múltiples de entre ellas cohabitan y más aún, la mayoría genera más preguntas que respuestas. Así, por ejemplo, en la definición de los diccionarios cuya función es dar un primer acercamiento a la comprensión de esta noción, la comunicación tiene por lo menos ocho acepciones distintas, que van desde verbos (“acción y efecto de comunicar”) hasta objetos (“papel”). Lo interesante de esto es que no sólo es en un primer acercamiento donde se encuentra la polisemia, sino que esta constatación se repite en todos los manuales, con independencia del nivel de especialización que tengan. Una propuesta interesante y que nosotros retomamos es la síntesis dada por Eric Neveu en su libro *Une société de communication?* (2011) donde expone cuatro grandes vertientes en las que se ha puesto a la comunicación en términos de usos sociales. La primera delimitación es relativa a un sector económico, se trata en realidad del universo de los medios de comunicación (prensa escrita y audiovisual, internet, radio), de la publicidad y de la edición. En la segunda, se hace referencia a la noción tradicional de las redes: carreteras, líneas aéreas, terrestres o marítimas quienes aseguran la circulación de individuos y de mercancías en el espacio. Éste es el uso con el que se pensaban las telecomunicaciones en la primera mitad del siglo xx. Lo importante de la comunicación eran cuestiones de las ciencias físicas (el ancho de banda, las medidas

de las ondas, la potencia de las transmisiones, etcétera) más que de las ciencias sociales. El tercer uso remite a los esquemas de percepción o a las descripciones de la vida social como una inmensa escena (como de teatro) donde se opera la producción de sentido a partir de las imágenes. En este apartado podemos hablar de una gama de actividades por las cuales los individuos (en particular de notoriedad pública, funcionarios o celebridades) tratan de controlar con mayor o menor éxito su imagen e intentan de ese modo regular la percepción que producen. El cuarto uso se concentra más en la comunicación interpersonal y envía a la capacidad de escucha, de construcción de relaciones, de intercambios de experiencias y de significación.

124

Frente a tal diversidad de definiciones, debemos tomar la mirada del sociólogo bourdiano y considerar que nuestra tarea no es zanjar cuál es la definición correcta de la comunicación, sino considerar que el sentido de las palabras es algo que está socialmente en juego (*enjeu social*). Quiere decir que el sentido de las palabras es dinámico y multifacético y que, poco a poco, diferentes sentidos y diferentes usos se han hecho de la comunicación tomándola a veces como medio, como industria o como relación interpersonal. En esa línea de pensamiento, Neveu propone ver a la construcción de la palabra comunicación como el resultado de relaciones de poder y de intereses divergentes entre grupos sociales que han hecho que la palabra comunicación sea tan flexible según los usos sociales que se le hacen. Lo interesante de la vaguedad en la noción es que ella puede transformarse en concepto e incorporarse en las instituciones, ser transportada por los actores y sobre todo institucionalizarse hasta convertirse en ineludible (Neveu, 2011). En esa línea de pensamiento podemos añadir entonces una sexta vertiente, aquella que se ha abordado en los estudios sobre la comunicación y que retoma la polisemia a pesar de guardar *a minima* una misma base, la del modelo heredado por la teoría matemática: emisor-mensaje-receptor y que se retomará como base de nuestra reflexión.

LA SUPUESTA NEUTRALIDAD DEL MODELO DEL EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR

No debemos olvidar los orígenes matemáticos de las teorías de la comunicación. Si bien estas teorías parecen hoy trascendidas, su fundamento sigue teniendo impacto hoy en día. Ejemplos concretos de estos orígenes se pueden ver en México con la existencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, donde las comunicaciones están ligadas con la infraestructura y con cuestiones de ingeniería (carreteras, anchos de banda, longitud de ondas, etcétera) o en las características de los medios de comunicación donde existen divisiones fundamentales que no se remiten al contenido sino a sus características técnicas (AM o FM, televisión digital o analógica, televisión por ondas abiertas o por cable, etcétera).

125

Si aceptamos la apuesta de no olvidar la base matemática de la comunicación, podemos entonces concebir que no estuvo pensada en su principio como una relación social. Así, la comunicación entre dos individuos supone que un individuo equivale a cualquier otro (un emisor equivale a otro emisor, así como un receptor equivale a otro receptor). Esta característica fue impulsada por los modelos matemáticos (Shannon, 1948), cibernéticos (Wiener, 1948), o, en cierta medida, los lingüísticos (Jakobson, 1961). Para estos modelos fundadores, la atención está puesta en el proceso de la comunicación (el paso del mensaje entre el emisor y el receptor), más que en las condiciones de producción y de recepción, preocupación mayor de la sociología de la comunicación. De la misma manera, los acercamientos que se hicieron a la comunicación desde la psicología y la ciencia política en sus orígenes suponen la neutralidad social de los agentes, pues estos estudios están orientados a la propaganda (Lasswell, 1927), donde los individuos tienen relativamente poco margen de diferenciación entre los unos y los otros.

La neutralidad de la comunicación también se puede observar, pues la enorme mayoría de especialistas en estos temas comparten (o por lo menos no rechazan) el modelo de emisor-mensaje-receptor. En

términos generales, se parte de este modelo al estudiar la comunicación. El renovamiento de los trabajos en torno a la comunicación y tecnología han traído de nueva cuenta la atención sobre el dispositivo (internet, celular, como en su época fue la televisión, la radio o la prensa) más que sobre las disposiciones de los agentes, lo que tiende a evacuar de nueva cuenta las diferencias (o inclusive las desigualdades) sociales entre ellos. Inclusive, si lo llevamos a los estudios más recientes, nos podemos dar cuenta que los algoritmos de las diferentes plataformas digitales están implícitamente pensados en esos términos, por más sofisticados que sean sus cálculos; así como podemos darnos cuenta que la reflexión con base en los individuos como seres en su totalidad autónomos permite de igual forma el desdibujamiento de los anclajes sociales a los que están sometidos los usuarios.

Por supuesto, no se trata de ignorar los debates que se han dado desde los años 40. Si bien es cierto que la neutralidad en términos sociales forma parte de los supuestos de las teorías de la comunicación, también es cierto que muchas corrientes se han dedicado a mostrar que la comunicación, al formar parte de la naturaleza humana, se inserta en un contexto social. Natural se refiere a que “es imposible no comunicar” como dijera Paul Watzlawick de la escuela de Palo Alto en el primer axioma de su teoría de la comunicación (Watzlawick, Jackson, & Beavin Bavelas, 2015/1967) o inclusive natural pues “no hay sociedad sin comunicación” aunque para Luhmann esta afirmación trajera en sí grandes paradojas (Stober, 2015, p. 358). Para el caso específico de la Escuela de Palo Alto, no debemos olvidar la importancia que estos autores dieron a los individuos en términos de su agencia y de su inserción en un marco cultural. Así, como lo mencionaremos más adelante, la perspectiva bourdiana viene a alimentar la propuesta de Goffman, en tanto las interacciones pueden leerse a partir del prisma del encuentro entre dos o más individuos situados en diferentes posiciones del espacio social.

Sabiendo, entonces, que la comunicación es una palabra dinámica que depende de los actores que le den sentido, por ejemplo, en el campo de

los estudios sobre la comunicación, podemos darnos a la tarea de delimitarla a partir del pensamiento de un autor.

DE LA “COMUNICACIÓN SEGÚN BOURDIEU” A “CÓMO PENSAR LA COMUNICACIÓN SEGÚN HERRAMIENTAS BOURDIANAS”

Ligar una noción a un autor nunca va sin dificultades y sin toma de decisiones en sus condiciones de producción. Por ejemplo, esta reflexión partió de la idea de exponer cómo Bourdieu aprehendía la comunicación en tanto concepto. Tras una búsqueda rápida, supimos que este trabajo fue hecho por Stéphane Olivesi (Olivesi, 2005) hace algunos años, quien recopiló todas las citas en las que Bourdieu hacía alusión a la comunicación. En su obra, se pueden encontrar alusiones conocidas como las que se han extraído del libro *Sobre la televisión* (Bourdieu, Sur la télévision, 2006) y que retomaremos más adelante, así como otras más confidenciales como la publicada en *Rapport pédagogique et communication* (Bourdieu, Passeron, & De Saint Martin, 1965). Otra arista posible que decidimos abandonar fue la de analizar los usos de Bourdieu tanto en Estados Unidos como en Latinoamérica, pues esta labor de investigación también ya fue escrita por Mabel Moraña, quien pretende con su libro “analizar las formas a partir de las cuales las ideas [de Bourdieu] son apropiadas en la periferia latinoamericana” (Moraña, 2014, p. 2). Además, es interesante resaltar que la utilización que se hace de Bourdieu en América Latina está muy marcada por la relación que existe entre la cultura y la comunicación, y que muchos de los grandes intelectuales latinoamericanos, como es el caso de Néstor García Canclini o de Gilberto Giménez, se formaron bajo ese esquema teórico, pero sobre todo en su vertiente de la sociología de la cultura más que en la sociología de la comunicación. Por su parte, en Estados Unidos (por no decir en Nueva York), este trabajo también fue hecho a partir de una discusión muy estimulante por y contra Bourdieu en sociología de la comunicación principalmente en las obras de Rod Benson, Craigh

Calhoun y Michael Shudson. Fue así que al fin nos decidimos a escribir un artículo de corte más pedagógico, influenciados por los “*Trucos del oficio*” (Becker, 2009), para proponer una conceptualización de la comunicación como una relación social a partir de nuestra propia experiencia de jóvenes investigadores enmarcados por la sociología bourdiana, al partir de la posición particular de Bourdieu en el campo de la comunicación.

LA INCOMPRENSIÓN ENTRE BOURDIEU Y LA COMUNICACIÓN ENTENDIDA EXCLUSIVAMENTE COMO EL PROCESO EMISOR-MENSAJE-RECEPTOR

128

En *La comunicación según Bourdieu* (Olivesi, 2005) producir una reflexión alrededor de Bourdieu o de su obra despierta cuatro tipos de reacciones en el campo de las ciencias de la información y de la comunicación: aquellos para quienes la sociología bourdiana es central, otros que utilizan a Bourdieu sólo para algunos conceptos, otros más que ignoran su obra, pues resulta demasiado alejada de sus objetos o preocupaciones y, finalmente, aquellos que por aversión y por principio se muestran hostiles a todo acercamiento a esta propuesta teórica. El mismo libro es un claro ejemplo de lo antes citado. El esfuerzo por integrar plenamente a Bourdieu al campo de la comunicación trajo muchas reticencias de la parte de actores centrales de dicha disciplina por razones “de principio” pero también por enfoques diferentes, como el de la comunicación misma. Para autores como Fabien Granjon, académico importante dentro de las SIC francesas, Bourdieu no puede entrar al campo de la comunicación, pues no se interesa en el proceso de comunicación en sí mismo, sino en el proceso de las condiciones de producción y de recepción que (re)producen la dominación en el espacio social, lo que lo hace alejarse de las preocupaciones centrales del campo. En particular, señala: “[Hablar de la Comunicación según Bourdieu] es todo un desafío cuando sabemos el poco apetito que el sociólogo tenía

por la “comunicación” en general y por la interdisciplina de la que hizo después su especialidad en particular (inclusive negándole el status de ciencia de pleno derecho)” (Granjon, 2008). Si bien este último acepta que los seguidores de Bourdieu han trabajado objetos “naturalmente cercanos” a las SIC como la opinión pública, el periodismo, los sondeos o el marketing político, entre otros, la manera de aprehenderlos es sustancialmente distinta. Granjon señala a ese respecto:

Por ejemplo, el interés puesto en la “comunicación pedagógica” (lo que se debe leer principalmente como los prerequisites necesarios para una “buena” recepción de los conocimientos transmitidos en el seno de un sistema educativo) es suficientemente emblemático de esta postura buscando la mínima cercanía potencial. [...] En esta obra, Bourdieu y sus co-autores no se interesan tanto al “problema comunicacional del malentendido lingüístico” como a analizar los determinantes sociales que condicionan el (no-)éxito escolar y la *reproducción social* por el sistema de enseñanza. (Granjon, p. 272).

129

Lo interesante de la cita anterior es que muestra cómo la cuestión de la comunicación se mira desde una perspectiva restrictiva (“problema comunicacional del malentendido lingüístico”). Bourdieu, por su parte, propone partir de una mirada que incluya por igual las condiciones de producción de la comunicación.

Dicha perspectiva no es sólo propia de una perspectiva bourdiana en la medida en que, en general, una de las preocupaciones centrales de las teorías de la comunicación es la conservación del orden social. Así pues, es posible observar cómo el posicionamiento contra el autor se hace a partir de una posición de principio como las que se señalaron antes y que conllevan a una lectura parcial y parcelaria de la propuesta teórica, cuestión que sucede con regularidad cuando se trata de la lectura de la sociología de Bourdieu.

PIERRE BOURDIEU EN LA PRODUCCIÓN ACADÉMICA
EN COMUNICACIÓN: UN AUTOR “MÁS INVOCADO QUE LEÍDO”

130

Esta sección tiene como fin mostrar una objetivación del uso, en la actualidad de la sociología bourdiana en comunicación. La gran conclusión es la misma que la que obtuvo Mábel Moraña en 2014 (Moraña, 2014): los usos y las referencias que se hacen por lo general de Bourdieu hacen pensar que la lectura no fue tan dedicada o que tiene ciertas reticencias de principio. Sólo se toman los conceptos más conocidos como *habitus*, *doxa* o campo y se utilizan sin articularlos en verdad con el resto del andamiaje (Leclerq, Lizé, & Stevens, 2015). Es sólo de ese modo que podemos llegar a la multiplicación de capitales hasta llegar al “capital erótico”, noción ampliamente debatida por Eric Neveu, quien publicó un artículo llamando a la comunidad científica a que se detuviera la devaluación del concepto sobre todo si no estaba bien comprendido (Neveu, *Les sciences sociales doivent-elles accumuler les capitaux?*, 2013). En particular, sobre el uso que se da a la invención de un supuesto nuevo concepto por la parte de una investigadora inglesa, Neveu señala:

Contra una visión económica (en el doble sentido de la palabra) de la noción de capital, el uso que de ella hace Pierre Bourdieu invita a una sociología triplemente relacional poniendo en los datos [los mensajes] la cuestión del rendimiento desigual de los mismos capitales según los espacios y los juegos sociales. En segundo lugar, tomando en cuenta la desigualdad en la capacidad de obtener beneficios comparables con los mismos capitales. En tercer lugar, existe una relación entre las disposiciones y los capitales. (...) si el concepto tiene un sentido, éste no puede funcionar gracias a la infinita escisiparidad de las especies incesantemente nuevas, así como no puede convertirse en un trapeador conceptual que reabsorba nociones que deberían estar diferenciadas. (Neveu, 2013, p. 337).

Pero no sólo se usan los conceptos sin tomar en cuenta los supuestos teóricos que éstos conllevan, sino que la presencia de Bourdieu en la literatura sobre comunicación es sorprendentemente escasa comparada con los debates que ha suscitado y el tipo de reacciones que genera. Según Gabe Ignatow y Laura Robinson (2017, p. 950): “Bourdieu está considerado entre los teóricos sociales más influyentes del final del siglo xx, con contribuciones teóricas y empíricas a la sociología política, la educación y la estratificación cultural. Su influencia es evidente en las ciencias sociales [...] y en otras áreas que no estudió propiamente como la comunicación digital”.

A pesar de su influencia, observamos que su uso es más que marginal. Según un análisis sistemático de tres de las revistas más influyentes en Comunicación según el Web of Science, *Journal of Communication*, *Political Communication*, e *International Journal of Press Politics*, el uso de los conceptos de Bourdieu son más que marginales. En particular, si contamos desde 1995 para el *Journal of Communication*, sólo 17 artículos han tomado conceptos de Bourdieu para desarrollar su análisis. Si contamos que al año la revista publica 6 números por año con un promedio de 8 artículos, eso nos da un total de 1,056 artículos publicados desde 1995. 17 artículos de 1056 es... mínimo (0,01%). Un fenómeno similar aparece con *Political Communication* con 9 artículos y con *International Journal of Press Politics* con 4 artículos solamente.

En México podemos encontrar una filiación bourdiana en algunos de los académicos más importantes del campo como Gilberto Jiménez (Rizo & Rodríguez Mora, 2016), Néstor García Canclini (López Saavedra, 2011), Guillermo Orozco (por su uso del “campo educativo”) o Raúl Fuentes Navarro (por su uso de la “comunicación como campo”) pero la temática va más orientada a las cuestiones conceptuales, culturales, o educativas que a la comunicación propiamente dicha. Esto último se puede observar como constatación al seguir el trabajo de objetivación del campo de académicos especialistas en este tema como Raúl Fuentes Navarro (1992) o como Jesús Galindo (2009), con sus distintas perspectivas sobre el campo de la comunicación.

Más aún, en los manuales de comunicación más utilizados en las licenciaturas en comunicación Bourdieu está prácticamente ausente. Podemos observar esta situación al hacer una revisión sistemática de los manuales de *Teoría e investigación de la comunicación de masas* (Lozano, 2007), *Teoría de la comunicación de masas* (De Fleur & Ball-Rokeach, 2009), *Historia de las teorías de la comunicación* (Mattelart & Mattelart, 2013), así como las *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América Latina y Europa* (Moragas, 1993), o también las *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas* (Alsina, 2001) donde nos dimos cuenta que el nombre de Bourdieu apenas aparece. Por supuesto, existen algunas excepciones, pero no se cuentan entre los libros más utilizados. Una de ellas es la propuesta dada por el capítulo destinado a Bourdieu en las *Teorías sociológicas de la comunicación* (Schützeichel, 2015), enfocada en los aportes de la sociología bourdiana a los estudios de la comunicación relativos al lenguaje.

Es interesante hacer notar que entonces el debate acerca de la pertinencia de utilizar la “caja de herramientas” bourdiana queda expuesta de manera marginal o difusa. Este artículo presenta tres pistas de reflexión a partir de las cuales el uso de esta sociología parece pertinente. En primer lugar, nos detendremos en lo que se entiende por pensar un objeto de forma sociológica. En segundo lugar, retomaremos los estudios sobre lenguaje, que es un área donde Bourdieu es en particular reconocido y, al final abordaremos la cuestión de cómo pensar la comunicación a partir de un concepto particular, el de la reflexividad refleja.

LO QUE PENSAR SOCIOLÓGICAMENTE QUIERE DECIR

Si desplazamos el foco a lo que le interesa al sociólogo de la comunicación, esto quiere decir que partimos del principio que cada agente que comunica se encuentra situado en una posición en el espacio social

que contribuirá de forma más o menos tácita a mantener el orden establecido. En palabras de Rémi Lenoir en *La iniciación a la práctica sociológica* (Lenoir, 1993):

Lo que constituye el objeto de la investigación para el sociólogo no es zanjar luchas simbólicas, sino analizar a los agentes que las llevan a cabo, las armas que utilizan, las estrategias que ponen en práctica, teniendo en cuenta las relaciones de fuerza entre las generaciones y las clases sociales y las representaciones más legítimas asociadas a las definiciones [pertinentes para el estudio].

Entonces, pensar la comunicación como sociólogo requiere pensar en los agentes que la llevan a cabo [la comunicación], en sus estrategias y en los balances de poder que mantienen el orden social. Un ejemplo muy concreto es aquel donde dos individuos se encuentran en la calle y se saludan. Ahí existe un emisor, un mensaje y un receptor socialmente neutralizados. Si, al contrario, en el ejemplo dotamos de una posición a los individuos, nos podemos dar cuenta que la imagen que nos damos del tipo de saludo, será distinta. En este caso, para continuar con el ejemplo, se encuentran un hombre relativamente joven de traje y corbata con una mujer de edad avanzada descalza que vende chicles. A partir de esa imagen y de las asignaciones sociales que la imagen confiere, podemos suponer que la mujer responde al saludo del hombre y que la efusividad física será bastante menos evidente que si se tratara de un saludo entre pares socialmente equiparables. Si pensamos ese saludo como una expresión comunicativa y dicha expresión como un encuentro de dos posiciones en el espacio social distribuidas en lugares diferentes, podemos explicar por qué la efusividad en el saludo es más o menos explosiva, podemos darnos cuenta que durante esa interacción todos los agentes hicieron lo que estaba esperado de ellos y en ese sentido conservaron el orden social.

Por otra parte, otro de los elementos que nos muestran la pertinencia de pensar la comunicación desde la sociología bourdiana es que, si la

pregunta más general en el enfoque sociocultural de las teorías de la Comunicación trata de explicar la reproducción y el mantenimiento del orden social, entonces parece necesario pensar la comunicación desde una dimensión socialmente situada (Vidales, 2011).

De esta forma, el mayor aporte de la sociología de Pierre Bourdieu a la comunicación es, entonces, que nos permite pensar la comunicación como un proceso complejo que pasa por el esquema antes citado, pero también incluye sus condiciones de producción, de recepción, de posibilidad según la posición en el espacio social de los distintos agentes que interactúan, sin olvidar al lenguaje.

134

LO QUE HABLAR QUIERE DECIR.

BOURDIEU Y LOS ESTUDIOS DEL LENGUAJE

Bourdieu, en una obra traducida al español como *¿Qué significa hablar?* (2008), propone entender el lenguaje como un instrumento de reproducción social. Si pensamos en una traducción literal del título original, *Lo que hablar quiere decir* (*Ce que parler veut dire*), podemos darnos cuenta que hablar quiere decir reflejar la posición de cada quien en el espacio social. Este reflejo de posición impone, en cierta medida, la producción de un orden (social) en el que algunos elementos están privilegiados sobre otros, los más favorecidos son aquellos en quienes la desenvoltura al hablar y la seguridad en sí mismo están tan incorporados que parecen naturales y no aprendidos. Es así como la elocuencia y la seguridad de ciertos individuos (alumnos, abogados, políticos o jefes de familia en cualquiera de sus figuras posibles: padre, madre, abuela, primogénito o benjamín) refleja por lo general la palabra inserta en una posición conferida de una mayor acumulación relativa de recursos económicos y/o simbólicos, la cual les permite tomar la palabra y ser escuchados “naturalmente”. Es el caso de los maestros con los alumnos, de los abogados con sus clientes o de las relaciones intrafamiliares donde el monopolio de la palabra, así como el monopolio de las decisiones,

recae generalmente en el jefe. El caso de los políticos puede funcionar como doble ejemplo al margen de las predilecciones individuales o de las orientaciones ideológicas de cada uno de ellos. Los profesionales de la política más elocuentes son aquellos que, además de una carrera política en la cual se han profesionalizado, poseen una acumulación relativamente alta de capitales culturales y económicos debida también a un origen social alto. Si se piensa en los profesionales de la política con un origen social más bajo o que carecen de profesionalización, podemos observar las limitaciones de su vocabulario o, de forma más evidente, su facilidad (“naturalidad”) para enfrentar a periodistas o seguidores (Gaxie, 1980).

Este mismo fenómeno se puede observar con los alumnos y su uso del lenguaje más o menos amplio según su origen social. Así, en varios estudios sobre los estudiantes, se ha observado que su uso del lenguaje está íntimamente ligado con su origen social a pesar de la identidad de los programas educativos (Labov, 1978) o en su uso de lenguaje que se relaciona con la adaptación a las expectativas lingüísticas del sistema educativo (Bourdieu & De Saint Martin, 1987).

A partir de los ejemplos anteriores se puede retomar el principio bourdiano que el hecho de hablar resulta de un encuentro de causales independientes que dependen, por un lado, de la disposición al lenguaje y, por otro lado, de las estructuras del mercado lingüístico. La disposición al lenguaje se refiere a la capacidad lingüística que poseen los individuos a formar frases sintáctica y gramaticalmente correctas (por ejemplo, compuestas por un sujeto y un predicado mediado por un verbo y con un uso adecuado de complementos de objetos directos e indirectos) y también a la destreza social de articular la capacidad lingüística a una posición determinada. Esto quiere decir que un individuo posee las competencias lingüísticas que corresponden con su nivel de estudios, su educación familiar, su entorno social, su empleo, etcétera. Un ejemplo sería un individuo que utilice de forma regular un vocabulario muy amplio y que tenga muchos estudios, provenga de una familia que también tiene estudios y tenga un empleo donde la

corrección gramatical es necesaria. El mismo ejemplo en otro lado del espectro social podría ser que se piense en el caso de un individuo que utilice un vocabulario reducido, que tenga pocos estudios, familiares con pocos estudios también y un empleo donde tenga que hablar o escribir relativamente poco.

Por su parte, por mercado lingüístico Bourdieu entiende “una cierta situación social, más o menos oficial y ritualizada, un conjunto de interlocutores, situados más o menos altos en la jerarquía social, cuyas propiedades son percibidas y apreciadas de manera infra-consciente y que orientan inconscientemente la producción lingüística” (Bourdieu, 2002, p. 123). En otras palabras, por mercado lingüístico podemos entender el valor de cambio de cada una de las palabras según una determinada situación. En concreto, el mercado define quién puede hablar, en qué momento y con qué estilo (más o menos formal) independientemente de lo que dice.

Esta característica subraya la atención que pone Bourdieu en lograr una sociología praxeológica, es decir, que tome en cuenta el comportamiento de los agentes como una práctica que resulta de una adaptación, en cierta forma consciente, a las situaciones en las que se encuentra en relación con el lenguaje que se utiliza. En palabras del autor:

Cuando se habla acerca [de algo], para que las palabras “den en el clavo” (*fassent mouche*), para que las palabras reditúen, para que las palabras produzcan efectos, se deben decir palabras gramaticalmente correctas y también socialmente aceptables (...) De hecho, la aceptabilidad definida sociológicamente no consiste solamente en el hecho de hablar correctamente una lengua: en algunos casos, por ejemplo, se debe hablar de forma relajada, un [español] demasiado impecable podría ser inaceptable. En su definición completa, la aceptabilidad supone la conformidad de las palabras a las reglas inmanentes de la lengua y también a las reglas, dominadas intuitivamente, que son inmanentes a una situación o a un mercado lingüístico. (Bourdieu, 2002).

Para explicar este principio a los alumnos utilizamos el ejemplo de los ajustes inmediatos de vocabulario de ellos mismos, quienes maldicen mucho entre ellos, pero que moderan su lenguaje en presencia de un “extranjero”, sobre todo si es mayor. También lo explicamos a partir de ejemplos de cómo las personas que se sienten más cómodas con un tema serán más prolijas que aquellas que se sienten ajenas. Así, el derecho a monopolizar una conversación depende de ciertas condiciones sociales, donde quien define el orden social en esa situación tiene una mínima ventaja sobre los otros. Un ejemplo muy concreto de este caso es la situación en un salón de clases donde el profesor tiene, gracias a la estructura de este mercado lingüístico implícitamente aceptado por todos, el monopolio de la palabra. Al contrario, los alumnos, quienes tienen por lo usual un tipo de cambio menor, deben levantar la mano y esperar a que su turno se indique para poder tomar la palabra. Si la situación cambia la posición de dominio del monopolio de la palabra puede cambiar. Es decir, que si el mismo profesor se encuentra a los mismos alumnos fuera de la escuela, es más que probable que los alumnos no esperen a que el profesor les dé la palabra para que ellos la tomen. Lo más probable es que el profesor decida casi de inmediato separarse del grupo de alumnos para que el mercado lingüístico habitual entre los alumnos retome su estructura habitual.

137

Las reglas gramaticales como las reglas sociales están cargadas de un sentido práctico (Bourdieu, 2009) donde cada uno de los individuos se adapta de manera más o menos consciente a una situación logrando que el intercambio de mensajes cumpla con las condiciones necesarias de felicidad o no puesto que las formas de adaptarse al mercado lingüístico están también socialmente distribuidas. Esto quiere decir que una persona se puede sentir incómoda en una situación y modificar su lenguaje. Dicha modificación puede traer como resultado una adaptación exitosa (“la conversación fluye de manera natural”) o una no exitosa. Este caso sería aquel donde la modificación no se realizó en el sentido correcto de quienes llevan el monopolio de la discusión, al crear momentos de incompreensión que no necesariamente

están relacionados con las reglas gramaticales de la lengua y sí con las reglas sociales implícitas de la interacción. Un ejemplo concreto es una interacción donde los dos sujetos están social y jerárquicamente ligados (un jefe y una secretaria, una “patrona” con un empleado, un profesor con un alumno) donde el lenguaje de la persona posicionada un poco más elevada en la jerarquía toma un tono muy informal en su plática. Si la persona que tiene un rango menor en esa jerarquía durante la interacción toma el mismo tono informal sin alguna especie de aceptación se creará un desajuste (“¿por quién se toma para hablarme así?”). De ese modo, el uso de la lengua puede ser gramaticalmente adecuado sin serlo socialmente. Esto puede traer problemas de comunicación y, por ende, de entendimiento mutuo.

Como se puede leer en los párrafos anteriores, la entrada a la comunicación por los estudios de lenguaje puede ser muy interesante pues da pie a pensar el lenguaje como un proceso que está acompañado de un contexto y no pensar la construcción de las unidades comunicativas como unidades autoreferenciales. Pensar el lenguaje en toda su dimensión social es lo que permite el razonamiento sociológico referido a la comunicación. Dicho de otra forma, en todo discurso o en toda interacción está presente la estructura social. No sólo por el uso gramaticalmente correcto o no del lenguaje, sino por la capacidad social de enfrentar una situación determinada y la capacidad de adaptarse al mercado lingüístico.

OPERACIONALIZAR LA COMUNICACIÓN COMO UNA RELACIÓN SOCIAL: LA REFLEXIVIDAD REFLEJA

En la conclusión de la *Miseria del mundo* (Bourdieu & *et. al.*, 1993), llamada “Comprender”, Pierre Bourdieu propone el concepto de reflexividad refleja para comprender el sentido de un relato en función de las propiedades intrínsecas de la persona y de (su manera de ajustarse a) una situación determinada. Éste se puede comprender como la capaci-

dad para tener el reflejo sistemático de objetivar la interacción entre dos personas, incluso al investigador y al investigado. Así, “la reflexividad refleja se funda en un oficio, un “ojo” sociológico que permite de percibir y de controlar en el acto, mientras que la entrevista está sucediendo, los efectos de la estructura social en la que se lleva a cabo” (p. 903). Para Bourdieu es muy importante que el investigador pueda situarse socialmente y situar a su entrevistado para poder dar un sentido correcto a las palabras de cada uno de los dos. Si el investigador pone verdadera atención en “las estructuras sociales” que dan pie a una palabra, en lugar de cualquier otra, se pueden evitar, por lo menos, aquellos problemas de comunicación (en el sentido de lo que Fabien Granjon llama en la primera parte de este artículo “problema comunicacional en el sentido lingüístico”) al darles una explicación sociológica.

139

Un ejemplo concreto sería el malentendido de una de nuestras estudiantes con una artesana de muy escasos recursos durante su primera incursión a un trabajo de campo en una comunidad rural en el Estado de México. Durante todo el camino, explicamos a los estudiantes que para lograr “buenas” entrevistas era muy importante generar “*rapport*”, entendido como relaciones de confianza donde los entrevistados se sintieran “a gusto” para contarnos sus historias (de vida) a cambio de... “nuestra linda cara”. Les dijimos que debían estar al pendiente de la distancia social generada entre ellos, estudiantes de una universidad privada de la Ciudad de México, y las artesanas, habitantes de una comunidad de menos de 500 personas y con un ingreso menor al salario mínimo. Cuando llegamos al pueblo, una estudiante, privilegiada económicamente y muy motivada por el proyecto de investigación, se presentó con la artesana más joven, la abrazó de manera efusiva saludándola de beso y queriendo “ponerse a platicar con ella para generar *rapport*” le preguntó, sin ningún preámbulo, que cuál era su marca favorita de zapatos. La joven artesana se quedó petrificada ante la situación y, muy incómoda, miró al suelo sin hablar, sonriendo tímidamente. La alumna al darse cuenta que la artesana “no había entendido su pregunta”, la repitió, mucho más despacio. La artesana continuó su silencio

sin saber qué era lo que tenía que decir. Finalmente respondió con un tímido “no sé”, a lo cual la alumna añadió que ella “tenía muchísimas marcas favoritas, que *entendía perfecto* que uno pudiera no saber”, pues ella tampoco sabía.

En esta ilustración la incomodidad de la situación dada por un problema de comunicación no reenvía ni a una falla de la construcción de la frase (“¿Cuál es tu marca favorita de zapatos?” es una frase correctamente articulada gramática y sintácticamente), ni a un problema auditivo (repitió la pregunta pues supuso que no la había escuchado), ni a un problema de lenguaje (la alumna habló despacio y articuló mejor al suponer que el español no era la lengua materna de la artesana). El problema de comunicación, en este caso, se puede leer como una relación social desajustada. Desde luego, no se trata de argumentar que las artesanas no tengan sentido estético o no quieran “verse bien”, se trata de ejemplificar que la distancia social puede generar problemas de comprensión.

Si la artesana “no entendió” la pregunta de cuál era la marca de zapatos favorita es porque, para ella, la vestimenta y el uso de accesorios están mucho más ligado a criterios prácticos que de gusto. De hecho, no tienen mucha opción con lo que se ponen, ya que se visten principalmente de lo que les regalan (como camisetas y morrales estampadas con el logo de distintos partidos políticos o programas sociales) o de lo que compran en el tianguis de un pueblo cercano, donde la distinción radica entre la ropa nueva (“ropa importada desde China”) o usada (“ropa de paca”), y donde el criterio menos importante es el de la marca, aunque siempre se las arreglen para encontrar la ropa que les hace verse “bien arregladas” o “sentirse bonitas”.

Más aún, en su comunidad sólo hay un tipo de calzado, el de las chancas de plástico “pata de gallo”, que, al ser imitación barata de las originales, tampoco tienen marca. Lo que quiere decir que para esta artesana la marca no importa porque no le da sentido a su compra, y también porque, en sentido literal, su chancla no tiene marca.

Pero podemos llevar esta reflexión un poco más lejos. Cuando la alumna se da cuenta de que su pregunta está socialmente desajustada

trata de recuperar la empatía “entendiendo perfecto” que es muy fácil “no saber qué marca pues [ella tiene] muchísimas y finalmente tampoco podría escoger”. Si al final de la interacción las dos personas estaban de acuerdo que la respuesta idónea a la pregunta ¿cuál es tu marca favorita de zapatos? es “no sé”, podemos resaltar que dicha respuesta reenvía a dos realidades sociales en absoluto diferentes, que generan un sesgo en la comprensión de la interacción si no se mira socialmente.

Si es cierto que este caso parece en particular caricatural, es cierto también que es común encontrar situaciones de desajuste social, o, al contrario, de perfecto ajuste. ¿Cómo puede hacer un investigador que comienza por interesarse en este tipo de enfoque para no sobre-interpretar una respuesta cualquiera? En nuestra experiencia de investigadores, utilizamos el principio de reflexividad refleja al partir de un análisis sistemático de las condiciones de posibilidad que tiene una persona a decir ciertas palabras o a tener cierta legitimidad para hablar.

Bourdieu & Passeron, en su libro *La reproducción* (1971), mantenían que la posibilidad de los estudiantes de acceder a los estudios superiores podía ser una “condición imposible, posible, probable, normal o banal” según su posición en el espacio social (p. 172). Así, para algunos estudiantes cuyos padres (tíos, primos, o incluso abuelos) habían accedido a la universidad, el hecho de entrar a ésta se consideraba como algo banal (en el sentido de obvio o evidente), mientras que para los estudiantes cuyos miembros de la familia tenían pocos diplomas o ninguno, el hecho de acceder a la universidad se convertía en una posibilidad relativamente lejana a menos de invertir un gran esfuerzo.

Si tomamos que el uso de las palabras puede obedecer también a este esquema de “condición imposible, posible, probable, normal o banal”, podemos darnos cuenta del esfuerzo diferente que implica tomar la palabra en general o decir ciertas palabras en particular. Durante una investigación sobre condiciones laborales de periodistas, nos dimos cuenta de la importancia fundamental de comprender las diferencias sociales que existen entre los periodistas y, por ende, entre los periodistas y nosotros. De inicio, para lograr mantener las relaciones

de confianza con distintos tipos de periodistas, nos dimos a la tarea de cambiar un poco la formulación de las preguntas de nuestro instrumento, después de un malentendido sobre los valores más legítimos de la profesión con nuestros primeros entrevistados. Al hacer la pregunta de cuáles eran los valores profesionales que él más aplicaba en su día a día, un periodista de una revista de chismes para lectores de las clases populares nos respondió: “¿quieren que les diga que hago un trabajo... de mierda?” Esa respuesta nos sorprendió tanto que nos hizo pensar que hay una cierta jerarquía entre los géneros periodísticos (y, por ende, entre los periodistas) y que nosotros no la habíamos tomado en cuenta, por lo que debíamos ajustarnos a la posibilidad de que para un periodista los valores más legítimos de la profesión sean posibles, mientras que para otros serán normales o banales. De la misma forma, nos dimos cuenta que nosotros, universitarios, representábamos también la figura de interlocutor socialmente, más o menos, afín y que podría eventualmente proponer alguna salida laboral a ciertos periodistas en desgracia. Un ejemplo concreto es el de una entrevista con un periodista, de unos 50 años de edad, recién llegado a la ciudad y quien tenía unos 15 años *freelanceando*. Su llegada se debía a un ascenso laboral de su mujer, lo que a él lo ponía en desventaja económica. Durante la entrevista se mostró articulado, estructurado y argumentativo, hablaba ligeramente distinto que durante las pláticas informales que habían precedido la entrevista. Obtuvimos las respuestas que andábamos buscando y estábamos felices “de lo bien que había fluido la comunicación”. Nuestra sorpresa vino cuando, un par de días después, escribió para preguntarnos si no tendríamos la posibilidad de proponerle algunas clases (“*teaching gig*”) con las que pudiera “redondear su salario”. Fue a partir de experiencias como éstas que comenzamos a pensar cómo podíamos ajustar socialmente la presentación de nuestra investigación, así como las preguntas de nuestros instrumentos con el fin de evitar problemas de comunicación.

CONCLUSIÓN

Podemos afirmar que la comunicación puede entenderse también con una mirada sociológica bourdiana y que ésta puede ser pertinente. Nos parece muy interesante cómo un autor puede ocupar un espacio relativamente marginal en el campo y, aun así, generar reacciones de aceptación o rechazo sin que su trabajo haya sido estudiado y cuya pertinencia se cuestione o se asuma sin tener argumentos. Asimismo, nos pareció adecuado mostrar lo que implica mirar a la comunicación desde una perspectiva sociológica para mostrar también sus límites. Si lo que preocupa a los análisis anclados en los estudios socioculturales es la cuestión de la reproducción del orden social, entonces, es normal que el análisis no se focalice en el lenguaje en sí y por sí, ni se focalice en sus aspectos normativos o propios del mundo de las ideas. Comprender la comunicación desde la sociología bourdiana quiere decir que se está poniendo particular atención en los agentes que participan en la interacción, y también en las condiciones de la producción y la recepción de los mensajes. Esta mirada nos obliga así a agrandar el foco del esquema emisor-mensaje-receptor para tomar en cuenta también las propiedades sociales de quienes hablan y de su capacidad (social) de ajustarse a una situación determinada.

De igual manera, retomamos los estudios de Bourdieu sobre el lenguaje, donde se operacionaliza cómo el habla puede ser analizado como un instrumento de re-producción del orden social. Se ponen así en exergue las condiciones que propician (o no, o mal) la toma de la palabra y dentro de la toma de la palabra, las opciones que se eligen para articular las frases. Para finalizar, proponemos una serie de ilustraciones provenientes de nuestras propias investigaciones para resaltar cómo, a partir del concepto de reflexividad refleja, se puede estar al tanto (y actuar en consecuencia) de la distancia social entre los interlocutores. La conciencia de la distancia social permite una reducción voluntaria de la violencia simbólica que se genera entre individuos socialmente distanciados, evita así algunos problemas de comunicación. Al final,

podemos afirmar que, a pesar de algunas lecturas hostiles de Bourdieu en el campo de la comunicación, algunas de sus herramientas nos pueden ser muy útiles para comprender desde las condiciones de producción y de recepción hasta las condiciones de posibilidad para que la comunicación se comprenda en un sentido amplio, pero al mismo tiempo lo suficientemente delimitado como para resolver algunos problemas. Es decir, que en respuesta a la crítica de Frabien Granjon donde dice que “Bourdieu y sus co-autores no se interesan tanto al “problema comunicacional del malentendido lingüístico” como a analizar los determinantes sociales que condicionan el (no)éxito escolar y la *reproducción social* por el sistema de enseñanza” (Granjon, 2008), éste puede también entenderse como parte de la comunicación desde su anclaje sociocultural en la medida en que la “reproducción social por el sistema de enseñanza” es también un problema de comunicación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alsina, M. (2001). *Teorías de la comunicación: ámbitos, métodos y perspectivas*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Bachelard, G. (2000/1938). *La formación del Espíritu Científico*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Becker, H. (2009). *Los trucos del oficio. Como conducir su investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
- Bourdieu, P. (2002). Le marché linguistique. En P. Bourdieu, *Questions de Sociologie*. Paris: Minuit.
- Bourdieu, P. (2006). *Sur la télévision*. Paris: Liber.
- Bourdieu, P. (2008). *¿Qué significa hablar?* Mexico: Akal.
- Bourdieu, P. (2009). *El sentido práctico*. México: Siglo XXI editores.
- Bourdieu, P., & De Saint Martin, M. (1987). Agrégation et Ségrégation. Le champ des Grandes Ecoles et le champ du pouvoir. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 60, 2-50.

- Bourdieu, P., & *et. al.* (1993). *La misere du monde*. Paris: Seuil.
- Bourdieu, P., & Passeron, J.C. (1971). *La reproduction*. Paris: Minuit.
- Bourdieu, P., Passeron, J. C., & De Saint Martin, M. (1965). *Rapport pédagogique et communication*. Paris: Mouton.
- De Fleur, M., & Ball-Rokeach, S. (2009). *Teoría de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.
- Fuentes Navarro, R. (1992). El estudio de la comunicación desde una perspectiva sociocultural en América Latina. *Dia-logos de la comunicación*.
- Fuentes Navarro, R. (2008). Bibliografías, biblionomías, bibliometrías: los libros fundamentales en el estudio de la comunicación. *Comunicación y Sociedad*, 15-53.
- Galindo, J. (2009). *Sociología y comunicología. Historias y posibilidades*. Salta: Universidad Católica de Salta.
- Gaxie, D. (1980). Les logiques du recrutement politique. *Revue Française de Science Politique*, 5-45.
- Granjon, F. (2008). Stéphane Olivesi, La communication selon Bourdieu. Jeu social et enjeux de société. *Communication*, 270-275.
- Ignatow, G., & Robinson, L. (2017). Pierre Bourdieu: theorizing the digital. *Information, Communication & Society*, 950-966.
- Jakobson, R. (1961). Linguistics and Communication Theory. En A. M. Society, *Structure of language and its mathematical aspects*, 245-252. Rhode Island: American Mathematical Society.
- Labov, W. (1978). *Le parler ordinaire*. Paris: Minuit.
- Lasswell, H. (1927). *Propaganda Technique in the World War*. New York: Kegan Paul.
- Leclercq, C., Lizé, W., & Stevens, H. (2015). *Bourdieu et les sciences sociales. Réceptions et usages*. Paris: La Dispute.
- Lenoir, R. (1993). Objeto sociológico y problema social. En P. Champagne, R. Lenoir, D. Merllié, & L. Pinto, *Iniciación a la práctica sociológica*, 57-102. Buenos Aires: Siglo XXI.
- López Saavedra, L. (2011). Bourdieu y Canclini: sus enfoques frente a la globalización cultural. *Contribuciones a las ciencias sociales*.

- Lozano, J. (2007). *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. México: Pearson.
- Mattelart, M., & Mattelart, A. (2013). *Historia de las teorías de la comunicación*. Madrid: Paidós.
- Moragas, M. (1993). *Teorías de la comunicación: investigaciones sobre medios en América Latina y Europa*. México: Gustavo Gili.
- Moraña, M. (2014). *Bourdieu en la periferia: capital simbólico y campo cultural en América Latina*. Santiago: Cuarto Propio.
- Neveu, E. (2011). *Une société de communication?* Paris: Montchrétien.
- Neveu, E. (2013). Les sciences sociales doivent-elles accumuler les capitaux? *Revue Française de science politique*, 337-358.
- Olivesi, S. (2005). *La communication selon Bourdieu. Jeu social et enjeux de société*. Paris: L'Harmattan.
- Rizo, M., & Rodriguez Mora, T. (2016). Epistemología y habitus académico en la enseñanza de la investigación. Entrevista a Gilberto Giménez Montiel. *Andamios*, 177-197.
- Schützeichel, R. (2015). *Teorías sociológicas de la comunicación*. Mexico: Universidad Iberoamericana.
- Shannon, C. (1948). A mathematical theory of communication. *The Bell System Technical Journal*, 27, 623-656.
- Stober, R. (2015). Redundant layers of efficient media communication. Why communication seems to be stable and the media is not. *SCM Studies in Communication and Media*, 300-363.
- Vidales, C. (2011). El relativismo teórico en comunicación. Entre la comunicación como principio explicativo y la comunicación como disciplina práctica. *Comunicación y Sociedad*, 11-45.
- Warschauer, M. (2004). *Technology and Social Inclusion: Rethinking the Digital Divide*. Cambridge: MIT Press.
- Watzlawick, P., Jackson, D., & Beavin Bavelas, J. (2015/1967). *Teoría de la Comunicación Humana*. Buenos Aires: Herder.
- Wiener, N. (1948). *Cybernetics or control and communication in the animal and the machine*. New York: Willey.