



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 7º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - **Universidad de La Laguna** 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

El discurso como acción social

Dra. Renée Isabel Mengo ©

Universidad Nacional de Córdoba – República Argentina

El abordaje del discurso como acción social, se presenta como forma de habilitar nuevos caminos en la reconstrucción de acontecimientos, mostrando tanto las estructuras del lenguaje como la ideología que compromete a los actores sociales de un momento determinado.

A partir del libro de Teun A. Van Dijk [1] se puede conceptualizar esta alternativa para el análisis del discurso. Para reforzar el enfoque, se considerará otro texto del mismo autor [2] para quien el análisis del discurso puede describirse en distintos niveles de estructuras, tales como:

- **La sintaxis:** El uso de pronombres, sobre la base de la dualidad NOSOTROS/ELLOS, es una de las categorías gramaticales más conocida de la expresión y manipulación de relaciones sociales, status y poder. De la misma forma, el "estilo" -el conjunto de elecciones que se hacen entre las posibles estructuras de la forma sintáctica en un discurso en particular-. Por definición, el estilo es una función del control ideológico (el uso cortés o descortés en la forma de dirigirse a otro).

- **Significado e interpretación:** El análisis léxico es el componente más obvio del análisis ideológico del discurso. Los significados son el tipo de cosas que los usuarios del lenguaje asignan a cada expresión de procesos de interpretación y comprensión. De modo que hablante y receptor pueden asignar distintos significados a la misma expresión, y la misma expresión puede significar distintas cosas en diferentes contextos. Muchas opiniones pueden volverse convencionales y codificarse en el léxico, como por ejemplo los significados negativo y positivo de los términos "terrorista" versus "luchadores por la libertad".

- **Proposiciones:** Quién aparece como el villano o el héroe, el victimario y la víctima, son cuestiones que organizan actitudes ideológicas y tales percepciones pueden ser proyectadas directamente en estructuras proposicionales y sus formulaciones sintácticas (activas, pasivas, nominalizaciones).

- **Lo implícito y lo explícito:** La función ideológica de ocultar los hechos o condiciones sociales o políticas "reales" del discurso puede ser manejada semánticamente mediante diversas formas de dejar información implícita.

- **Estructuras esquemáticas:** Las posiciones ideológicas también quedan plasmadas en las estructuras formales del discurso: qué aparece en el titular, qué en la bajada, qué enfatiza el copete y qué resalta el cuerpo de la noticia.

- **Estructuras retóricas:** Predominan en los contextos persuasivos, y abarcan la repetición, la supresión, la sustitución, figuras de rima, paralelismos, comparación, metáforas. Se pueden emplear metáforas para destacar el carácter negativo de nuestros enemigos, comparaciones para atenuar nuestra culpa, e ironía para desafiar los modelos negativos de nuestros oponentes.

- **Interacción:** Otra forma de expresión ideológica en el discurso son las estrategias de interacción, en las que quedan impresas la posición social, el poder y el control que ejercen los miembros sociales de un grupo. Por caso, los hablantes poderosos podrán controlar las estructuras contextuales de modo de prohibir la presencia de ciertos participantes, sancionando formal o informalmente el léxico, cambiando los tópicos o la agenda de un encuentro.

Además de estos enfoques estructurales más abstractos, el discurso puede estudiarse en términos de los procesos cognitivos concretos de su producción y comprensión por los usuarios del lenguaje.

El discurso tiene otra dimensión fundamental: ser un fenómeno práctico, social y cultural. Los usuarios del lenguaje que emplean el discurso realizan actos sociales y participan en la interacción social. La interacción social a su vez, está enmarcada en diversos contextos sociales, tales como reuniones, encuentros institucionales entre otras formas culturales.

El enfoque del discurso como acción en la sociedad no significa abandonar la estructura, ya que la misma se concentra en el orden y la organización. La utilización discursiva del lenguaje no consiste solamente en una serie ordenada de palabras, cláusulas, oraciones y proposiciones, sino también en secuencias de actos mutuamente relacionados. Lo que es válido en lo referente a las estructuras del discurso lo es también para su procesamiento mental y para las representaciones requeridas en la producción y la comprensión: la cognición tiene una dimensión social que se adquiere, utiliza y modifica en la interacción verbal y en otras formas de interacción.

Los usuarios del lenguaje utilizan activamente los textos y el habla no sólo como hablantes, escritores, oyentes o lectores, sino también como miembros de categorías sociales, grupos, profesiones, organizaciones, comunidades, sociedades o culturas; en la mayoría de los casos, complejas combinaciones de roles e identidades sociales y culturales. De modo recíproco, al producir el discurso en situaciones sociales, los usuarios del lenguaje al mismo tiempo construyen y exhiben activamente esos roles e identidades.

Por otra parte, el discurso manifiesta o expresa, y al mismo tiempo modela, las múltiples propiedades relevantes de la situación sociocultural que se denomina contexto. El estudio del discurso como acción no puede simplemente identificarse con el análisis de la conversación espontánea y tampoco con el lenguaje oral ya que muchos otros géneros combinan el monólogo y el diálogo, partes escritas y habladas y pueden ser más o menos espontáneos.

El estudio del discurso como acción puede concentrarse en los detalles interactivos del texto o del habla, pero además puede adoptar una perspectiva más amplia y poner en evidencia las funciones sociales, políticas o culturales del discurso dentro de las instituciones, los grupos o la sociedad y la cultura en general.

Aunque el análisis puede identificar diferentes actos o funciones sociales en diversos niveles, los usuarios del lenguaje hacen todas esas cosas al mismo tiempo, a veces sin percatarse de ello. Un enfoque social integrado hacia el discurso no debería excluir uno de estos niveles por ser menos relevante o menos social. Las micro acciones de las prácticas sociales complejas son también actos sociales por derecho propio: son actos mediante los cuales se realizan las prácticas sociales de nivel superior.

Es decir, tanto los aspectos más locales como globales del discurso participan en la realización de las prácticas sociales. Por lo tanto en el análisis social del discurso, también encontramos que la realidad social puede estar constituida y ser analizada en cualquier punto desde un nivel de descripción más micro hasta uno más macro, por ejemplo, como los detalles de actos y la interacción entre actores sociales, o como lo que hacen instituciones o grupos completos y analizarse cómo ambos contribuyen así a la producción y reproducción o desafío de la estructura social.

Cada vez más, sin embargo, el análisis social del discurso se ocupa precisamente de las interrelaciones entre las propiedades locales y globales del texto y el habla social.

El objetivo de este estudio conceptual es analizar nociones que son necesarias para establecer vínculos teóricos entre el discurso y la sociedad. Los conceptos seleccionados fueron los siguientes:

1) Acción: Definimos el discurso como acción, pero ¿qué es exactamente la acción y qué hace que los discursos sean una forma de interacción social?

Intuitivamente las acciones son la clase de cosas que las personas hacen; las actividades de los seres humanos tienden a llamarse "actos" sólo si son intencionales. Más aún, la mayoría de las acciones son ejecutadas para realizar o para producir alguna otra cosa, esto es, otras acciones, sucesos, situaciones o estados mentales; es decir, las acciones tienen metas y esto hace que sean significativas o tengan un "sentido", lo que a su vez hace que sus actores parezcan tener algún propósito.

De acuerdo con este análisis, el discurso es una actividad humana controlada, intencional y con un propósito: por lo general no hablamos, escribimos, leemos o escuchamos de modo accidental. Lo mismo es verdad para muchos de los actos de nivel superior. Estas acciones pueden tener propiedades muy diferentes, pero todos son actos comunicativos. Aunque las intenciones y los propósitos suelen describirse como representaciones mentales, también son socialmente relevantes porque se manifiestan como actividad social y porque nos son atribuidos por otros que interpretan esa actividad: es así como los otros nos interpretan o definen como personas más o menos racionales y, al mismo tiempo, como actores sociales.

El análisis de la acción puede depender de la perspectiva que se adopte, en particular la del hablante o la del receptor. Para un hablante, la percatación, la conciencia, la intencionalidad y los propósitos pueden estar asociados con acciones "reales". Para los receptores, lo que cuenta es lo que se dice y sus consecuencias sociales, o sea, lo que escuchan o interpretan como acción (intencional). Esto es más o menos lo mismo que ocurre cuando los usuarios del lenguaje asignan significados a los discursos, atribuyen intenciones a otras personas y así las definen como actores sociales. Ésta es una de las razones por la que la mayor parte de los análisis sociales del discurso se concentra menos en los hablantes, y aún menos en sus (no observables) intenciones, que en la forma en que las actividades discursivas pueden ser razonablemente escuchadas o interpretadas, esto es, inferidas como acciones a partir de lo que se dice, se muestra o se exhibe concretamente. En esta clase de análisis, lo que prevalece suele ser la perspectiva y la interpretación del otro: la actividad discursiva se vuelve socialmente "real" si tiene consecuencias sociales reales.

De este modo, las personas hacen muchas cosas "con" el discurso de las que no se percatan, que no son su intención, que están más allá de su control o que sólo son interpretadas de esa manera por otros. En síntesis, las intenciones y propósitos que se atribuyen al discurso pueden tener un alcance variable: algunas consecuencias de los textos escritos y el habla son concreta e inherentemente intencionales, con un propósito y bajo control del hablante, mientras que otras lo son menos.

Si el análisis del discurso es acción, puede suponerse que la producción o la comprensión de oraciones, palabras, estilo, retórica o argumentación deberían asimismo entenderse como acciones. Para realizar el discurso como acción social, necesitamos llevar a cabo no sólo actos ilocutivos (o actos de habla) como aserciones y promesas, sino también actos locutivos o actos gráficos concretos de habla o escritura, además de actos proposicionales tales como significar algo cuando hablamos o escribimos.

En el análisis del discurso como acción, podríamos suponer algún nivel de acciones básicas (componentes), por debajo del cual la actividad lingüística o mental ya no es intencional sino más o menos automática y por "debajo" de nuestro control.

2) Contexto: El análisis social del discurso estudia típicamente el discurso en contexto. Sin embargo, aunque utilizada con frecuencia, la noción de contexto no siempre se analiza con tanto detalle como el texto y el habla, si bien los contextos son, para decirlo de algún modo, la interfaz entre el discurso por un lado y las situaciones y estructuras sociales por el otro.

Intuitivamente, el contexto parece implicar algún tipo de entorno o circunstancias para un suceso, acción o discurso, algo que necesitamos saber para comprender en forma apropiada el suceso, la acción o el discurso, algo que funciona como trasfondo, marco, ambiente, condiciones o consecuencias.

En el estudio del discurso como acción e interacción, el contexto es crucial. La distinción principal entre el análisis abstracto del discurso y el análisis social del mismo es que el segundo toma en cuenta el contexto. El discurso se produce, comprende y analiza en relación con las características del contexto. Por lo tanto, se interpreta que el análisis social del discurso define el texto y el habla como situados: describe el discurso como algo que ocurre o se realiza "en" una situación social.

Sin embargo, no todas las propiedades de una situación social son parte del contexto de un discurso. Los participantes humanos parecen ser elementos cruciales del contexto, y también algunos de sus roles de acción, tales como ser hablantes o receptores de actos verbales. Otras propiedades de los participantes son frecuentemente (pero no siempre) relevantes, tales como ser hombre o mujer, ser joven o viejo, o tener poder, autoridad o prestigio. Se consideran a estas propiedades contextuales porque pueden influenciar la producción o interpretación de (las estructuras de) el texto y el habla; por ejemplo pueden tener influencia en el uso de pronombres o verbos especiales, en la elección de temas. Por lo tanto, el contexto se presenta como la estructura de aquellas propiedades de la situación social que son sistemáticamente relevantes para el discurso.

Aunque existen variaciones sociales y culturales en la relevancia contextual, suele suponerse que algunas características de la situación son relevantes siempre o con frecuencia, y que otras raramente lo son. El género, la edad, la clase social, la educación, la posición social, la filiación étnica y la profesión de los participantes son con frecuencia relevantes. Por otro lado, la altura, el peso, poseer licencia de conductor raramente son relevantes. Lo mismo sucede con los roles sociales: algunos roles sociales y relaciones sociales son por lo general relevantes, como ser amigo o enemigo, tener poder o no poseerlo, ser dominante o dominado, mientras que otros parecen tener un impacto menos sistemático sobre el texto y el habla y su comprensión, tales como ser primero o último, ser entusiasta del cine o del teatro. En otras palabras, las propiedades relevantes de los participantes constituyen condiciones contextuales de propiedades específicas del discurso.

En síntesis, los tipos de participantes son usualmente parte de la definición teórica como así también del concepto de sentido común del contexto: las personas adaptan lo que dicen -cómo lo dicen y cómo interpretan lo que otros dicen- a algunos de sus roles e identidades, y a los papeles de otros participantes. Este es precisamente el sentido del análisis del contexto: las estructuras del discurso varían en función de las estructuras del contexto y pueden, al mismo tiempo, explicarse en términos de estas últimas estructuras: los contextos pueden estar determinados y ser modificados en función de las estructuras del discurso; no se estudian los contextos por sí mismos, como lo harían los científicos sociales, sino también para comprender mejor el discurso.

El contexto debe incorporar un número de dimensiones del "marco" de una situación social, tales como el tiempo, el lugar o la posición del hablante y quizás algunas otras circunstancias especiales del ambiente físico. Respecto al tiempo, muchos géneros del discurso están ambientados en períodos temporales específicos, como el caso de reuniones, sesiones o clases. En relación al lugar, algunos participantes están típicamente en el frente (como los docentes y conferencistas) o situados en una posición más elevada (como los jueces) que otros, y se señalarán esto con verbos, pronombres y otras expresiones apropiadas. En general, las expresiones deícticas del lugar y tiempo (hoy, mañana, aquí, allí, etc.) necesitan estos parámetros contextuales para ser interpretables. El marco puede también ser privado o público, informal o institucional, como en el caso de los discursos que están marcados por el hecho de que se realizan en el hogar o en la oficina, en los tribunales, en el hospital o en el aula. Algunos géneros discursivos sólo pueden realizarse válidamente en un ambiente institucional apropiado. En general, los ambientes institucionales están tan estrechamente vinculados con los géneros del discurso institucional que interactúan en múltiples formas con las estructuras del texto y el habla. Los contextos institucionales presentan, además, la utilería u objetos típicos que pueden ser relevantes para los textos o el habla formal, tales como uniformes, banderas, mobiliario especial, instrumentos, etc. Las salas de audiencias de los tribunales, las aulas, y las salas de prensa, entre muchos otros, "sitios" de géneros discursivos especiales, están repleto de objetos típicos. Nótese que se vuelven parte del contexto sólo cuando su presencia está sistemáticamente marcada en la interacción verbal o en los géneros discursivos de esas situaciones. La relevancia sistemática significa, entonces, que se requieren propiedades estructurales especiales del habla, como un orden de palabras diferente, un estilo diferente, actos de habla especiales, etc. en presencia de esos objetos de la situación.

¿Qué más necesitan los contextos y sus participantes para que el texto y el habla sean comprensibles, apropiados o válidos? Los actos no verbales significativos, como las gesticulaciones, las expresiones faciales y los movimientos del cuerpo. Así, los actos de habla militares pueden requerir saludos, y algunos actos de habla (como los juramentos) deben realizarse mientras se está de pie y con la mano alzada. Una multitud de géneros institucionales combinan textos, habla y otros actos, de modo tal que el discurso puede ser una condición o una consecuencia estructural de esos actos.

Como se ha expresado en relación con la acción, esta presupone intenciones, planes o propósitos a hablantes o escritores y aunque sean propiedades relevantes de los participantes, también se las debe admitir en la definición del contexto. Los contextos no sólo necesitan elementos estructurales en el mismo nivel superior de la situación completa o suceso. Los contextos toman naturalmente su lugar en configuraciones, estructuras y sistemas institucional y socialmente complejos. Por lo que el análisis del contexto puede ser tan complejo como el análisis del discurso.

Muchos discursos encuentran su racionalidad y funcionalidad última en estructuras sociales y culturales. Por esta razón, tiene sentido analítico distinguir entre el contexto local o interactivo y el contexto global o social.

También debe considerarse que, los contextos no están más fijos o determinados que el propio discurso. Pueden ser flexibles y cambiantes, y puede ser necesario negociarlos, especialmente en la interacción conversacional. Los discursos

pueden estar condicionados por los contextos, pero también ejercen influencia sobre ellos y los construyen. Esto es, los discursos son una parte estructural de sus contextos, y sus estructuras respectivas se influyen mutua y continuamente.

Luego, los contextos, al igual que el discurso, no son objetivos, en el sentido de que están constituidos por hechos sociales que todos los participantes interpretan y consideran relevantes de la misma manera. Son interpretados o construidos, y estratégica y continuamente producidos como hechos relevantes por y para los participantes.

Desde una perspectiva más cognitiva, podríamos decir que los contextos son construcciones mentales (con una base social) o modelos en la memoria. Como el significado y otras propiedades del discurso también se manejan mentalmente, esto explica el vínculo fundamental entre el discurso y el contexto: en tanto representaciones subjetivas, los modelos mentales de los contextos pueden así supervisar directamente la producción y la comprensión del habla y el texto. Sin esta subjetividad de los usuarios del lenguaje y sus mentes, los mismos contextos sociales tendrían el mismo efecto sobre todos los usuarios del lenguaje involucrados en la misma situación. Lo que obviamente no ocurre. Es decir, además de su definición social acostumbrada, los contextos también necesitan una definición cognitiva que permita dar cuenta de la variación personal y la subjetividad, además de explicar el modo en que las estructuras sociales pueden influir sobre las estructuras discursivas "por medio de" la mente de los miembros sociales.

3) Poder: Tanto la acción como los contextos del discurso poseen participantes que son miembros de diferentes grupos sociales. El poder es una noción clave en el estudio de las relaciones grupales en la sociedad. Si alguna característica del contexto y de la sociedad en general tiene efectos sobre el texto y el habla y viceversa, esa característica es el poder.

En el marco de la interacción grupal, el ejercicio del "poder" por parte de un grupo implica la pérdida o limitación de la libertad de otro grupo [3] .

Van Dijk define el "poder" desde una de sus facetas: el control. Es decir, un grupo A ejerce poder sobre uno B cuando los miembros de A son habitualmente capaces de controlar a los miembros de B. Esto significa que los miembros de B no sólo carecen de libertad para hacer lo que desean, sino que también pueden ser conducidos a acordar con los deseos o intereses del grupo más poderoso, incluso contra sus propios intereses.

Existen tres formas de ejercer el poder: a) mediante la coerción, basada en la fuerza física o institucional (policía, fuerzas armadas); b) mediante el control exclusivo de los recursos necesarios (alimentos, trabajo, vivienda); c) mediante el control de la mente de los dominados.

Esta última -que Van Dijk denomina "persuasiva" y en la que centra su enfoque- implica que el control sobre la mente de los dominados sea sutil e indirecto. Una vía para ello es el control al acceso del discurso público, de manera que sólo puedan expresarse ciertas formas específicas de conocimiento y opinión. Este tipo de control discursivo e ideológico parece prevalecer en las sociedades contemporáneas de la "información y comunicación", donde el conocimiento y el acceso a los medios masivos y al discurso público son esenciales para controlar las mentes -e indirectamente las acciones- de los otros.

En este contexto, el consentimiento y el consenso desempeñan un rol esencial en el ejercicio del poder y la reproducción de las ideologías que lo sustentan. Generalmente, aquellos que tienen poder persuasivo ideológico y discursivo también poseen el poder coercitivo para reprimir a quienes no se sometan a las directivas del poder simbólico. Mientras que los sistemas tradicionales de poder eran coercitivos (con base en el control físico de la acción, violencia o poderío militar) gran parte del poder moderno es persuasivo, discursivo y, por ende, ideológico.

E incluso la resistencia y la lucha para vencer esa opresión requiere -según Van Dijk- una base sociocognitiva en términos de valores, principios e ideologías relevantes para los grupos. Y son los líderes e intelectuales quienes contribuyen en mayor medida al desarrollo de tales ideologías. Pero para ello es fundamental el acceso al discurso público, que puede comenzar con el pronunciamiento de eslóganes en las calles, y canalizarse luego en escritos confeccionados por académicos, políticos, líderes sindicales y otras elites. Por definición, esos pronunciamientos deben basarse en análisis sociales críticos, valores o principios éticos del grupo.

Uno de los caminos para comprender el mecanismo de dominación entre grupos consiste en esclarecer la forma en que los discursos ideológicos de los grupos son presentados en los medios de comunicación. Cotidianamente, las ideologías más destacadas en los medios de difusión son las pertenecientes a las elites, en detrimento de las sostenidas por grupos dominados y opositores.

De todos modos, ello no impide que las elites simbólicas de los medios (redactores de mayor jerarquía o columnistas destacados) desacuerden con las ideologías políticas, empresariales y académicas dominantes.

Por lo demás, aun cuando ocasionalmente los grupos de elite sean criticados, en términos generales su representación será favorable o, como mínimo, respetuosa.

En la sociedad contemporánea, los medios adquieren una relevancia crucial en la medida que vehiculizan discursos y opiniones confiriéndoles una "voz pública efectiva".

El creciente control que ejercen las elites sobre los medios de comunicación (como instrumentos de control ideológico en la sociedad) explica por qué las ideologías de elite se convierten en dominantes.

Este tipo de poder discursivo necesita tres elementos: discurso, acción y cognición (intención, propósito, motivación). Un discurso en base a una orden se interpreta de un modo que lleva a los actores a producir una intención de actuar como nosotros queremos y es sobre esa intención que se actúa. Los recursos del poder simbólico pueden estar basados en recursos socio-económicos, legales y políticos.

Las ideologías populares pueden convertirse en dominantes en la medida que tengan amplio sustento dentro de uno o varios grupos dominados; sus líderes tengan acceso al discurso público y a los medios de comunicación -para lo cual los medios tendrían que estar en connivencia con ellos-; y esas ideologías populares no sean inconsistentes con los intereses de la mayoría de las elites. Por lo demás, en los medios de comunicación masiva, la asignación de tareas, desde la valorización de las noticias que son importantes, hasta la determinación de quién es entrevistado y quién no, quién es mencionado y quién no, está sometida a intereses ideológicos. Por ello la confección de noticias está sesgada hacia la reproducción de un conjunto de ideologías dominantes, de elite.

Y a pesar de las diferencias personales y la libertad de los receptores en su procesamiento y utilización del discurso mediático, los efectos ideológicos de los medios son innegables: la gama de ideologías sociales aceptable es casi idéntica a la de aquellos que tiene acceso preferencial a los medios. Y aun cuando se producen debates, oposiciones, diferencias de opinión y diferencias entre los medios, todo ello se produce dentro de los límites de una variación ideológica tolerable.

4) Ideología, en otro nivel, las ideologías también establecen vínculos entre el discurso y la sociedad. En un sentido, las ideologías son la contraparte cognitiva del poder.

En la definición cognitiva de "ideología", Van Dijk emplea el concepto "creencia" para designar "cualquier cosa que pueda ser pensada". En la medida que las creencias constituyen representaciones del mundo, conllevan su interpretación y comprensión, con lo cual tales creencias se convierten en un "mundo-según-nosotros".

Van Dijk da una primera definición de ideología como un sistema de creencias sociales compartidas por "grupos", entre las cuales quedan incluidas tanto las creencias fácticas (conocimiento) como las creencias evaluativas (opiniones).

Posteriormente el autor restringe más la noción y afirma que la ideología es un sistema de creencias sociales generales y abstractas, compartidas por un grupo, que controlan y organizan el conocimiento y las opiniones (actitudes) más específicas del grupo. Es decir, la ideología sería la base de las creencias sociales compartidas por un grupo social.

Para clarificar este enunciado, valgan las siguientes consideraciones:

Sólo las creencias sociales -las compartidas por miembros de un grupo o colectividad y que implican intereses de grupo- son creencias ideológicas.

Estas creencias son abstractas y generales porque permanecen desligadas del contexto (con lo cual quedan excluidas las creencias particulares referidas a episodios específicos).

Dentro del sistema de creencias que conforma una ideología se encuentran:

- Las "creencias evaluativas socialmente compartidas" u "opiniones". Ofrecen una visión de lo que es correcto e incorrecto. Es inconducente aplicarle a éstas criterios de verdad, ya que se puede acordar o no con una opinión, pero no se la puede calificar de verdadera o falsa.

- Las "actitudes" (creencias evaluativas generales - opiniones) socialmente compartidas por un grupo; más concretamente, conjuntos específicos de esas creencias (por ejemplo, la actitud sobre el aborto).

- Las "creencias fácticas socialmente compartidas" o "conocimiento". Corresponde someter este tipo de creencias a criterios de verdad (que Argentina es un país europeo es falso y no verdadero).

Las creencias que conforman una ideología son específicas de grupos sociales dentro de una cultura general. Las creencias culturales -en cambio- son la base común de prácticamente todas las creencias sociales de casi todos los grupos de una cultura dada.

Estructura de las ideologías: Una de las propiedades fundamentales de las ideologías radica en la autorrepresentación positiva y la representación negativa de los otros. El esquema de polarización planteado por la oposición NOSOTROS/ELLOS ofrece un formato de la estructura de las ideologías.

Según esa dualidad, los grupos construyen una imagen ideológica de sí mismos y de los otros, de modo que NOSOTROS estamos representados positivamente y ELLOS negativamente. Así, las ideologías son representaciones de lo que somos, lo que sostenemos, de cuáles son nuestros valores y cuáles nuestras relaciones con otros grupos (enemigos u oponentes, que se oponen a lo que afirmamos, amenazan nuestros intereses y nos impiden el acceso igualitario a los recursos sociales y los derechos humanos).

Desde la dicotomía NOSOTROS/ELLOS, las ideologías pueden legitimar el abuso del poder, pero también pueden servir a la resistencia y denuncia de la dominación y la desigualdad.

En general, todas las ideologías sociales y políticas enfatizan uno o más valores societales (democracia, libertad, igualdad, independencia), que les proporcionan al grupo puntos de referencia para la construcción de su identidad.

De todas formas, los valores positivos que definen el orden moral de una sociedad son usados por todos los grupos para la legitimación de sus propios intereses y objetivos. En los grupos dominantes, los valores pueden ser usados para legitimar su dominación y en los grupos dominados, para legitimar su oposición, disidencia o resistencia.

Como en el caso del conocimiento social, las ideologías supervisan cómo los usuarios del lenguaje emplean el discurso en tantos miembros de grupos, u organizaciones (dominantes, dominados o competidores), y de ese modo tratan de realizar los

intereses sociales y resolver los conflictos sociales. Al mismo tiempo, el discurso es necesario para la reproducción de las ideologías de un grupo.

El primer interrogante que se plantea es: ¿qué hacen las personas con las ideologías? La respuesta es que las ideologías son desarrolladas por grupos dominantes para reproducir y legitimar su dominación. El discurso en este enfoque es esencialmente un medio por el cual las ideologías se comunican de un modo persuasivo en la sociedad y, de ese modo, ayudan a reproducir el poder y la dominación de grupos o clases específicas.

La función social de las ideologías es principalmente servir de interfaz entre los intereses colectivos del grupo y las prácticas sociales individuales.

En concreto, las ideologías son las representaciones mentales que forman la base de la cognición social, esto es, del conocimiento y actitudes compartidas de un grupo. Es decir, además de una función social de coordinación, las ideologías tienen también funciones cognitivas de organización de creencias: en un nivel muy general de pensamiento, les dicen a las personas cuál es su posición y qué deben pensar acerca de las cuestiones sociales.

Si las ideologías deben representar los intereses y la autodefinición de cada grupo, deberá existir un esquema del grupo que posea las contrapartes mentales de las categorías sociales para describir una identidad grupal: pertenencia, actividades, objetivos, valores, posición y recursos.

Para el análisis ideológico del discurso, las primeras condiciones son contextuales: los usuarios del lenguaje deben hablar o escribir como miembros de grupos.

Ahora bien, se puede restringir la noción de grupo, conjeturando que un conjunto de personas constituye un grupo si y sólo si -como colectividad- comparten representaciones sociales (conjunto organizado de creencias socialmente compartidas, entre las que se cuentan conocimientos, actitudes, ideologías, etc.).

El conflicto social, la lucha y la oposición son criterios esenciales para la definición de grupo: los grupos dominantes desarrollan una ideología que sirve a la reproducción de su dominación; y los grupos dominados desarrollan una ideología como base para sus actitudes, opiniones, prácticas y discursos de resistencia u oposición.

Los grupos deben ser además relativamente organizados o institucionalizados y con un criterio de reclutamiento de miembros basado en la identificación de un conjunto de propiedades (como actividades, objetivos compartidos, normas, valores, recursos, posición respecto a otros grupos).

Así, los grupos sociales y sus miembros pueden distinguirse por:

quiénes son: género, raza, etnicidad, casta, clase, edad, religión, lengua y origen.

qué hacen: por su actividad (como los profesionales).

qué quieren: como los grupos que sostienen causas o propuestas.

en qué creen: como los grupos religiosos.

dónde se ubican: cuando los grupos se definen en términos de posición social y sus relaciones con otros grupos.

qué (es lo que) tienen o (lo que) no tienen: para los grupos cuya identidad se basa en el acceso o la falta de él a los recursos materiales o simbólicos sociales (como los sin techo, los desempleados, los intelectuales, los ricos, etc.).

Explicitados estos puntos, es factible detallar cinco factores esenciales para que un conjunto de individuos constituya un grupo:

- 1) Desarrollar y compartir representaciones sociales.
- 2) La identificación de los miembros del grupo.
- 3) La defensa de recursos específicos (como la ciudadanía o la igualdad de derechos).
- 4) Las relaciones con otros grupos.
- 5) Actividades específicas y al menos un objetivo vagamente compartido.

Finalmente, se puede hablar de una estrategia global de comunicación ideológica a través del discurso que implica cuatro momentos:

Expresar-enfatizar información positiva sobre NOSOTROS.

Expresar-enfatizar información negativa sobre ELLOS.

Suprimir-desenfatizar información positiva sobre ELLOS.

Suprimir-desenfatar información negativa sobre NOSOTROS.

Una de las formas más transparentes de expresión ideológica en los discursos es la elección de las palabras para expresar determinados conceptos (v. gr. "luchador por la patria" versus "terrorista"). Según los cuatro momentos del "cuadro ideológico" expuesto más arriba es dable esperar que los "otros" grupos sean descriptos con palabras neutras o negativas; mientras que nuestro grupo con términos neutros o positivos.

Desde la perspectiva del análisis de discurso como acción social, deben considerarse: por un lado, las estructuras discursivas tales como la sintaxis, las estructuras retóricas, la dualidad implícito/explicito, significado e interpretación y proposiciones.

En otro orden, y en el marco de las relaciones entre poder y discurso planteadas por Van Dijk, se abordará el tipo de control ideológico que Van Dijk denomina "persuasivo". De este modo, y teniendo en cuenta el acceso al discurso público de los diversos actores sociales, será factible determinar quiénes se ubicaron en el extremo de la resistencia y quiénes formaron parte de los grupos hegemónicos.

Finalmente, conviene efectuar una delimitación conceptual. Se denominará sectores de resistencia u oposición a quienes se consideran opositores al poder y que pueden desplegar en un sentido contrario muchas de las estrategias discursivas utilizadas por los poderosos. Sin embargo, pueden existir formas específicas del discurso características de los que carecen de poder. Estas formas incluyen medios de difusión (panfletos anónimos, afiches, etc.) y estructuras lingüísticas específicas (como eslóganes, cánticos, petitorios, solicitadas, mítines, etc.).

Este cuadro permite el tratamiento de los discursos, que incluirá el análisis de:

Artículos periodísticos: que conforman el género informativo. Dentro de esta categoría quedan comprendidas las noticias, cables, crónicas, etc., que no posean juicios de valor.

Editoriales: como opinión institucional del medio y escaparate de su coincidencia o desacuerdo con las visiones de los grupos interviniente en el diagrama de poder trazado para un determinado momento.

En síntesis, la interrelación entre lo factual y el abordaje semiótico de eventos históricos es lo que permite entender el discurso como entidad inscrita en un determinado cuadro social, político y cultural. Al analizar el discurso como acción social se puede reconstruir, a partir de marcas presentes en los artículos y demás, las operaciones y las estrategias mediante las que una práctica discursiva confiere sentido a un fenómeno, situación o problema social, por lo que se pretende demostrar que el discurso no es sólo texto sino también una forma de interacción entre los procesos de interpretación y la interacción social, juntamente con la descripción de los contextos cognitivos y sociales.

Bibliografía

Van Dijk, Teun. El discurso como interacción social. Gedisa. Madrid, 2000.

--- Ideología. Una aproximación multidisciplinaria. Gedisa. Barcelona, 1999.

La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Paidós. Barcelona. 1990.

Notas

[1] Van Dijk, Teun. El discurso como interacción social. Gedisa. Madrid, 2000.

[2] Van Dijk, Teun. Ideología. Una aproximación multidisciplinaria. Gedisa. Barcelona, 1999.

[3] Cortiñas, C. y Fernández, A. Guerra de Malvinas, la construcción de un discurso en disenso con el proceso de reorganización militar (1976-1983). Tesis de Licenciatura en Comunicación Social. E.C.I.-U.N.C. Córdoba, 2001. pp 11 - 19.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Mengo, René Isabel (2004): El discurso como acción social. Revista Latina de Comunicación Social, 58, La Laguna (Tenerife). Recuperado el x de xxxx de 200x de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/20042458mengo.htm>