



Ideología y análisis del discurso*

Ideology and Discourse Analysis

Teun A. VAN DIJK**

Universitat Pompeu Fabra, Barcelona, España.

RESUMEN

En este artículo se discuten algunos de los problemas que surgen del acercamiento analítico del discurso en el estudio de la ideología. Dado que las personas generalmente adquieren, expresan y reproducen sus ideologías por medio del texto o del habla, es muy pertinente un estudio analítico del discurso de la ideología. Aunque el enfoque en este trabajo está en la interfaz de discurso-ideología, su marco teórico multidisciplinario está articulado por la triangulación fundamental de discurso, cognición y sociedad. Este marco es crítico de los acercamientos tradicionales a la ideología—sobre todo desde las ciencias sociales y la filosofía— porque éstos no teorizan adecuadamente acerca de la naturaleza sociocognitiva y las estructuras de las ideologías y su reproducción discursiva. Este trabajo, sin embargo, no tratará en extenso los acercamientos clásicos a la ideología (entre muchos estudios históricos de ideologías).

Palabras clave: Discurso, ideología, sociedad, política.

ABSTRACT

In this article some of the problems which arise when analytically approaching discourse in a study of ideology are discussed. Given that people generally acquire, express and reproduce their ideologies by written or spoken methods, an analytical study of ideological discourse is pertinent. Even when the focus of this paper is the interface or ideological discourse, the theoretical framework is articulated by the fundamental triangulation of speech, cognition, and society. This framework is critical of traditional approaches to ideology, especially from the perspective of the social sciences and philosophy, since these methods do not adequately theorize in relation to the socio-cognitive nature of the structure of ideologies, and their discursive reproduction. This paper however does not extensively treat classical approaches to ideology (among many historical studies of ideology).

Key words: Discourse, ideology, society, politics.

* Trabajo presentado en *Ideology Symposium*, Oxford, Septiembre, 2004. La traducción castellana del original en inglés revisada y autorizada por el autor, fue realizada por la Dra. Ana Irene Méndez (Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela).

** Estoy en deuda con Michael Freeden por invitarme a este interesante simposio así como por sus comentarios a la primera versión de este papel. Me gustaría también agradecer a Sophie Duchesne sus muy útiles comentarios sobre los fundamentos sociológicos de la noción de ideología, así como a Matthew Humphrey, David Kettler, Bo Strath y Ernesto Laclau para otras preguntas y sugerencias.

LA TEORÍA DE LA IDEOLOGÍA

Antes de ocuparme de un análisis de las relaciones entre la ideología y el discurso, es necesario resumir brevemente el marco teórico en el que haré explícitas estas relaciones¹.

DEFINICIÓN DE IDEOLOGÍA

La primera suposición es que cualesquiera sean las ideologías, son principalmente algún tipo de 'ideas', es decir, son *sistemas de creencias*. Esto implica, entre otras cosas, que las ideologías, como tales, no comprenden las prácticas ideológicas o las estructuras sociales (p.ej., iglesias o partidos políticos) basadas en ellas. También implica que una teoría de la ideología necesita un componente cognoscitivo que pueda dar cuenta apropiadamente, por ejemplo, de las nociones de 'creencia' y de 'sistema de las creencias', dado que de éstas se ocupa la ciencia cognoscitiva contemporánea.

En segundo lugar, así como no hay ningún idioma privado, no hay ninguna ideología privada o personal. De allí que los sistemas de creencias son *socialmente compartidos* por los miembros de una *colectividad* de actores sociales. Sin embargo, no cualquier colectividad desarrolla o necesita una ideología, y puede argumentarse que éste es sólo el caso para algunos tipos de *grupo* –típicamente en relación con otros grupos– y no para comunidades como, por ejemplo, comunidades culturales, nacionales o lingüísticas. En otros términos, las ideologías consisten en representaciones sociales que definen la identidad social de un grupo, es decir, sus creencias compartidas acerca de sus condiciones fundamentales y sus modos de existencia y reproducción. Los diferentes *tipos* de ideologías son definidos por el tipo de grupos que 'tienen' una ideología, tales como los movimientos sociales, los partidos políticos, las profesiones, o las iglesias, entre otros.

En tercer lugar, las ideologías no son cualquier tipo de creencias socialmente compartidas, como el conocimiento sociocultural o las actitudes sociales, sino que son más *fundamentales* o axiomáticas. Ellas controlan y organizan otras creencias socialmente compartidas. Así, una ideología racista puede controlar las actitudes sobre la inmigración, una ideología feminista puede controlar las actitudes sobre aborto o techos de vidrio en el lugar de trabajo o conocimiento sobre la desigualdad del género en la sociedad, y una ideología social puede favorecer un papel más importante del Estado en los asuntos públicos. De allí que las ideologías sean creencias sociales fundamentales de naturaleza bastante general y abstracta. Una de sus *funciones cognoscitivas* es proporcionar coherencia (ideológica) a las creencias de un grupo y así facilitar su adquisición y uso en situaciones cotidianas. Entre otras cosas, las ideologías también especifican qué valores culturales (libertad, igualdad, la justicia, etc.) son importantes para el grupo.

En cuarto lugar, como fundamento sociocognitivo de grupos sociales, las ideologías son adquiridas *gradualmente* y (a veces) cambian a través de la vida o de un período de la vida, y ahí que necesitan ser relativamente estables. Uno no se vuelve pacifista, feminista, racista o socialista de la noche a la mañana, ni hace un cambio de perspectiva ideológica básica de uno día para otro. Normalmente son necesarias muchas experiencias y discursos para adquirir o cambiar las ideologías. En consecuencia, la variabilidad a menudo observa-

1 Para detalles, ver Van Dijk, T.A. (1998a). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.

da en las opiniones ideológicas de miembros de un grupo debe ser considerada como de carácter personal o contextual, y de ningún modo justifica el rechazo de la noción de una ideología de grupo compartida, estable².

También lo contrario es cierto: si bien las ideologías pueden ser desarrolladas gradualmente por (los miembros de) un grupo, también se desintegran gradualmente; por ejemplo, cuando algunos miembros ya no creen en una causa y 'salen' del grupo, cuando las quejas del grupo no han sido atendidas, o bajo un cúmulo de otras condiciones sociales y políticas, como por ejemplo, fue el caso de los movimientos pacifistas y antinucleares de los años setenta³.

A veces, se comparten las ideologías de manera tan amplia que ellas parecen haberse vuelto parte de las actitudes generalmente aceptadas de una comunidad entera, como creencias obvias u opinión, o sentido común. Así, mucho de lo que hoy ampliamente se acepta como derechos sociales o humanos, tales como muchas formas de igualdad del género, eran y son creencias ideológicas de los movimientos feministas o socialistas. En ese sentido, y por definición, estas creencias pierden su naturaleza ideológica en cuanto se convierten en parte del ideario social común. Es sólo en este sentido que yo estaría de acuerdo en usar la frase 'el fin de la ideología', dado que, obviamente, nuestro mundo contemporáneo está repleto de las ideologías, especialmente por aquéllas que niegan ser ideologías.

LO QUE NO SON LAS IDEOLOGÍAS

Éstas son propiedades bastante generales de las ideologías, pero que ya las definen de modo diferente de varios otros acercamientos. Así, las ideologías no son creencias personales de personas individuales; ellas no son necesariamente 'negativas' (hay ideologías racistas así como las hay antirracistas, comunista y anticomunistas); no son algún tipo de 'falsa conciencia' (lo que sea que eso signifique); no son necesariamente dominantes, pues también pueden definir resistencia y oposición; no son iguales a discursos u otras prácticas sociales que las expresan, reproducen o promulgan; y no son iguales como cualquier otra creencia o sistemas de creencias socialmente compartidos⁴; este artículo, sin embargo, tiene la intención de debatir con otros acercamientos, así que no detallaré en general la crítica a los acercamientos tradicionales.

2 Converse, P.E. (1964). "The nature of belief systems in mass publics". In D.E. Apter (Ed.), *Ideology and discontent*. New York: Free Press.

3 Curran, T.F. (2003). *Soldiers of peace. Civil War pacifism and the postwar radical peace movement*. New York: Fordham University Press. Oberschall, A. (1993). *Social movements. Ideologies, interests, and identities*. New Brunswick, NJ: Transaction. Van der Pligt, J. (1992). *Nuclear energy and the public*. Oxford: Blackwell.

4 entre muchos estudios sobre las ideologías que defienden una o más de estas tesis, ver por ejemplo, Billig, M. (1982). *Ideology and social psychology: Extremism, moderation, and contradiction*. New York: St. Martin's Press. Eagleton, T. (1991). *Ideology. An introduction*. London: Verso Eds. Larraín, J. (1979). *The concept of ideology*. Athens: University of Georgia Press. Thompson, J.B. (1984). *Studies in the theory of ideology*. Berkeley: University of California Press.

LAS FUNCIONES SOCIALES DE LAS IDEOLOGÍAS

Las ideologías, así definidas, tienen muchas *funciones* cognoscitivas y sociales. En primer lugar, como se explicó más arriba, ellas organizan y fundamentan las representaciones sociales compartidas por los miembros de grupos (ideológicos). Segundo, son en última instancia, la base de los discursos y otras prácticas sociales de los miembros de grupos sociales como *miembros de grupo*. En tercer lugar, permiten a los miembros organizar y coordinar sus acciones (conjuntas) y sus interacciones con miras a las metas e intereses del grupo en su conjunto. Finalmente, funcionan como parte de la interfaz sociocognitiva entre las estructuras (las condiciones, etc.) sociales de grupos por un lado, y sus discursos y otras prácticas sociales por el otro.

Así, algunas ideologías pueden funcionar para legitimar la dominación, pero también para articular la resistencia en las relaciones de poder, como es el caso de las ideologías feministas o las pacifistas. Otras ideologías funcionan como la base de 'pautas' de conducta profesional –por ejemplo para periodistas o científicos.

Diré muy poco sobre las muchas funciones sociales y políticas de las ideologías, especialmente considerando que éstas han recibido amplia atención en las teorías clásicas⁵. Debe hacerse énfasis, sin embargo, en que las estructuras cognoscitivas de las ideologías necesitan ser ajustadas a sus funciones sociales por (los miembros de) los grupos.

LAGUNAS Y PREGUNTAS ABIERTAS

Aunque esta teoría da cuenta de muchas propiedades generales de las ideologías, hay todavía lagunas importantes y preguntas abiertas.

LAS ESTRUCTURAS DE LAS IDEOLOGÍAS

La pregunta más importante es la naturaleza cognoscitiva precisa de las ideologías: ¿cuáles son sus contenidos y estructuras precisas? ¿Si el socialismo, feminismo y neoliberalismo son ideologías, a qué exactamente se parecen? Esta pregunta muy general es tan difícil de resolver como la pregunta fundamental sobre las estructuras precisas del conocimiento.

Sobre la base de las maneras como las ideologías organizan actitudes sociales, tales como las relacionadas con la inmigración o el aborto, y en vista de sus funciones sociales, yo he supuesto un esquema ideológico general que consiste en un conjunto de categorías básicas que definen la auto-identidad de grupos (criterio de identidad, actividades típicas, objetivos, normas y valores, grupos relacionados y recursos o falta de recursos básicos). Estas categorías explican muchas propiedades de las ideologías, pero no estoy seguro de que ellas apliquen igualmente bien a todas las ideologías, tales como las ideologías religiosas, ideologías políticas o ideologías profesionales, entre otras. Sin embargo, lo que sí parece ser el caso, es que, para que las ideologías puedan ser adquiridas y usadas, necesitan algún tipo de *organización*, como es el caso también para otros sistemas de

5 Ver las referencias dadas más arriba; sobre el papel del liberalismo y el socialismo en la política, ver, por ejemplo, Freedon, M. (1996). *Ideologies and political theory. A conceptual approach*. Oxford: Clarendon Press.

creencias. Así, es improbable que ellas sean meramente un largo y desordenado conjunto de creencias (la noción de organización de estructuras cognoscitivas, por ejemplo, en términos de *schemata* (esquemas), es una de las características principales de la psicología cognoscitiva moderna⁶.

La hipótesis sobre la naturaleza organizativa de las ideologías no implica en forma alguna que ellas sean consistentes. No son sistemas lógicos, sino socio-psico-lógicos. Así que pueden muy bien ser heterogéneas o incoherentes, sobre todo en sus primeras fases, más espontáneas, aunque varios ideólogos (escritores, líderes, maestros, predicadores, etc.) pueden intentar mejorar la coherencia por manifiestos explícitos, catecismos, teorías, y así sucesivamente. De manera que, aunque las ideologías organizan otras creencias sociales de grupos, esto no significa, por una parte, que estas otras creencias sociales son consistentes, cuando nosotros también sabemos que las bien conocidas creencias racistas sostienen que los inmigrantes son perezosos y no quieren trabajar, y al mismo tiempo que ellos ocupan nuestros lugares de trabajo⁷. Nosotros también sabemos que las personas usan varias estrategias para eliminar o hacer caso omiso de las inconsistencias entre las creencias ideológicas y los hechos con que se las confronta⁸.

¿LAS IDEOLOGÍAS SÓLO COMO CREENCIAS ‘FUNDAMENTALES’ DE UN GRUPO?

Otro punto sobre el que no estoy seguro todavía, es si sólo deben identificarse las ideologías por lo que se refiere a las creencias fundamentales de grupo, como ya lo he hecho más arriba, o si deben concebirse de manera más amplia como consistentes de todas las creencias ideológicas de grupo, es decir, incluyendo el conocimiento y las actitudes grupales más específicos.

Prefiero la primera opción ‘axiomática’, en primer lugar, porque excluye la posibilidad de que meras opiniones personales o una sola actitud de grupo (digamos sobre la energía nuclear) sea etiquetada de ‘ideología’. Segundo, al limitar las ideologías a las creencias fundamentales, permitimos variaciones o cambios de creencias menos fundamentales dentro de la ‘misma’ ideología –de la misma manera como variantes personales y regionales existen del ‘mismo’ idioma. En lugar de creencias ‘fundamentales’, nosotros también podemos hablar de creencias ‘nucleares’, o de cualquier otra metáfora teórica que sea más útil. En el último de los casos, actitudes más específicas basadas en tales creencias ideológicas nucleares necesitan ser descritas como periféricas.

6 Ver, entre otros muchos estudios, por ejemplo a Anderson, J.R. (1980). *Cognitive psychology and its implications*. San Francisco: W. H. Freeman. Schank, R.C. & Abelson, R.P. (1977). *Scripts, plans, goals, and understanding: An inquiry into human knowledge structures*. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum.

7 Ver también las discusiones sobre la naturaleza de cognición política, por ejemplo, en Lau, R.R., & Sears, D.O. (Eds.). (1986). *Political cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum. Feldman, S. (1988). Structure and Consistency in Public Opinion: The Role of Core Beliefs and Values. *American Journal of Political Science*, 32, 416-440.

8 Zanna, M.P., Klosson, E.C., & Darley, J.M. (1976). “How television news viewers deal with facts that contradict their beliefs: A consistency and attribution analysis”. *Journal of Applied Social Psychology*. 6: 159-176.

¿SON LAS IDEOLOGÍAS ‘CONOCIDAS’ POR TODOS SUS MIEMBROS?

En tercer lugar, aunque las ideologías por definición son socialmente compartidas, obviamente no todos los miembros de grupos las ‘conocen’ igual de bien. Como es el caso de los idiomas naturales, hay diferentes grados de ‘experticia’ en un grupo. Los miembros pueden hablar o actuar sobre la base de la ideología adquirida, pero no siempre pueden formular sus creencias explícitamente. Por otra parte, hay expertos, maestros, líderes y otros ‘ideólogos’ que enseñan, explican, inculcan y explícitamente reproducen las ideologías de grupo⁹.

De la misma manera, podríamos asumir que no todos los miembros se identifican con un grupo ideológico de la misma manera, y con igual fuerza¹⁰. Esto sugiere que los individuos puedan ser ‘más o menos’ miembros de grupos ideológicos –y que la noción de un grupo ideológico se define como un conjunto abigarrado de actores sociales. Se hace necesario asumir que las variaciones en experticia e identificación dan cuenta de los hechos empíricos y proporcionan la flexibilidad necesaria a la teoría.

LA BASE SOCIAL DE LAS IDEOLOGÍAS: ¿QUÉ TIPO DE COLECTIVIDAD?

Finalmente, uno de los problemas más difíciles tiene que ver con la exacta base social de las ideologías. Se ha supuesto que ellas son propiedades de ‘grupos sociales’ y que estos grupos pueden ser conjuntos abigarrados. Pero obviamente no todas las colectividades sociales son ‘grupos ideológicos’. Los pasajeros de un autobús no lo son, como tampoco, los profesores de alguna universidad. Por tanto, es necesario satisfacer varios criterios sociales sobre la durabilidad, continuidad, prácticas sociales, intereses, relaciones con otros grupos, y así sucesivamente, incluyendo también la base fundamental de identificación de grupo: un sentimiento de pertenencia al grupo que se expresa típicamente por el pronombre *nosotros*.

Algunos grupos sociales pueden ser definidos *sólo* o primariamente en términos de sus ideologías y representaciones sociales compartidas, y los discursos y otras prácticas sociales basadas en ellas, como es el caso de las feministas y de los racistas. Otros grupos, tales como organizaciones políticas o grupos de profesionales, no sólo pueden compartir una ideología (profesional, política) sino que pueden organizarse en una membresía explícita: tarjeta (*card*) de afiliación, reuniones, instituciones, organizaciones, y así sucesivamente.

En esta perspectiva parece pertinente distinguir entre (varios tipos de) grupos sociales, por una parte, y comunidades culturales, por otra. Los primeros tienen ideologías –relacionadas con sus metas e intereses respecto a otros grupos– mientras que los últimos tienen otras creencias generales, tales como conocimiento, normas y valores –que no necesitan relacionarse con las de otras comunidades culturales. Así, los hablantes del inglés son una comunidad (lingüística) cultural, mientras que los maestros de inglés son un grupo social

9 Para las diferencias entre ‘expertos’ y ‘novatos’ en la cognición política, ver, por ejemplo, Fiske, S.T. & Kinder, D.R. (1981). “Involvement, expertise, and schema use: Evidence from political cognition”. In N. Cantor & J. F. Kihlstrom (Eds.), *Personality, cognition and social interaction*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

10 Vallacher, R.R. & Wegner, D.M. (1989). “Levels of Personal Agency: Individual Variation in Action Identification”. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57: 660-671.

(profesional). El primero no tiene, como tal, ninguna ideología, mientras que el segundo bien puede tenerla.

Se necesita hacer más trabajo teórico acerca del tipo de colectividades que comparten ideologías. Provisionalmente, yo los he llamado 'grupos' y los he distinguido de las comunidades. Ellos también deben distinguirse de las categorías sociales, como aquéllas de género o etnicidad: las mujeres o las personas negras *per se* no tienen ideologías, pero las feministas o los antirracistas si las tienen. No obstante, los feministas y los pacifistas son diferentes de un tipo de colectividad normalmente más organizada como la de profesionales o la de colectividades políticas. Los racistas o los conservadores apenas parecen formar un 'grupo' en el sentido de una colectividad organizada de personas, como es el caso de un partido racista. Ellos son más 'comunidades de creencia' que grupos que coordinan sus acciones. Sin embargo, las feministas, pacifistas, racistas y conservadores no sólo son colectividades que comparten creencias ideológicas. También influyen sobre ellos, y hablan entre ellos y con otros en función de sus ideologías. Ellos son más o menos explícitamente identificados como tales, y defienden sus puntos de vista y a otros que comparten sus puntos de vista. A veces, como es el caso de los racistas, no pueden comprender ni admitir que son tales- lo que también muestra que las etiquetas de ideologías no son auto-atribuidas.

En otras palabras, las colectividades ideológicas también son comunidades de prácticas y comunidades de discurso. Ellas pueden o no organizarse como partidos políticos u organizaciones. No es que el partido o el club sean ideológicos como organizaciones, sino que es ideológica la colectividad de personas que los componen.

Es por estas razones que decidí adoptar provisionalmente el término de 'grupo ideológico', es decir, una colectividad de personas definida principalmente por una ideología compartida y por las prácticas sociales basadas en ella, sea que estén o no organizadas o institucionalizadas. Otros grupos, como los profesionales, pueden organizarse primero, por ejemplo, para promover o proteger sus intereses, y desarrollan ideologías (profesionales) para sustentar tales actividades.

Consideramos que una teoría más amplia de la organización social, por ejemplo, en los tipos diferentes de colectividades, está estrechamente relacionada con una teoría socio-cognitiva acerca del tipo de creencias o de las representaciones sociales de estas colectividades. Es por esta razón que también distingo entre comunidades epistémicas o lingüísticas, por un lado, y grupos ideológicos u organizaciones, por otro. Pero también pensamos que puede ser necesaria una extensa tipología de 'grupos ideológicos', por ejemplo, en cuanto se refiere a su organización, durabilidad, acciones colectivas, así como a la naturaleza de las ideologías mismas: un movimiento social pacifista como un tipo de ideología diferente de, por ejemplo, la religión compartida por los miembros de una iglesia.

LA IDEOLOGÍA Y PROCESO DEL DISCURSO

Se han definido las ideologías como creencias fundamentales que subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales. Estas representaciones son a su vez la base del discurso y de otras prácticas sociales. También se ha supuesto que las ideologías son principalmente expresadas y adquiridas a través del discurso, esto es, por interacción comunicativa hablada o escrita. Cuando los miembros de un grupo explican, motivan o legitiman sus acciones (grupales), lo hacen típicamente en términos de discurso ideológico.

Sin embargo, una cosa es presumir que las ideologías están ‘en la base’ del discurso, y muy otra proporcionar una teoría detallada de los reales procesos (cognoscitivos) involucrados en la producción o la comprensión de tal discurso ‘prejuiciado’. De hecho, ¿cuán exactamente ‘conocemos’ un discurso racista, sexista, o neoliberal cuando lo leemos o escuchamos? Para contestar esta pregunta, de nuevo resumiré algunas suposiciones básicas, en parte arraigadas en la teoría contemporánea de procesos discursivos de la psicología cognoscitiva, y en parte basadas en nuevas hipótesis que extienden tal teoría¹¹.

EL CONTEXTO

El uso del idioma en general, y la producción del discurso y comprensión en particular dependen de, e influyen en las propiedades relevantes de la situación comunicativa tal como son interpretadas por los usuarios del idioma. Estas ‘definiciones de la situación’ de carácter subjetivo o ‘contextos’ son representados como modelos específicos en la memoria episódica: son los denominados modelos de contexto¹². Estos modelos de contexto controlan muchos aspectos del proceso de discurso y aseguran que un discurso sea socialmente *apropiado*. Como es el caso para todos los modelos mentales subjetivos, los modelos de contexto pueden ser ideológicamente ‘prejuiciados’ como resultado de actitudes subyacentes que son de por sí ideológicas. Los modelos de contexto prejuiciados pueden dar por resultado discursos prejuiciados; pueden, por ejemplo, resultar en un tono u opción léxica más o menos cortés. Así, la manera como algunos hombres hablan a o sobre las mujeres obviamente (también) dependerá de la manera como ellos se representan a las mujeres en general, y a un interlocutor femenino en particular, como sabemos que se da en el texto y habla machistas. Lo mismo funciona en la comprensión del discurso, la cual también depende de si los hablantes son percibidos o no como ideológicamente parcializados.

MODELOS

El significado o el ‘contenido’ del discurso es controlado por las interpretaciones subjetivas por parte de los usuarios del idioma de la situación o eventos de los que trata el discurso, esto es, por sus modelos mentales. Las personas entienden un discurso si pueden construir un modelo de él. Así, las noticias sobre la guerra en Irak típicamente son producidas y entendidas sobre la base de modelos subjetivos de escritores y lectores acerca de esta guerra. Como es el caso para los modelos de contexto, también estos ‘modelos de evento’ pueden ser ideológicamente prejuiciados, de nuevo sobre la base de subyacentes actitudes e ideologías socialmente compartidas. Los modelos de eventos prejuiciados típicamente dan lugar a discursos ideológicos en los cuales se describen más o menos negativa o positivamente eventos o actores, dependiendo del prejuicio ideológico del modelo mental. Éste es especialmente el caso en todos los discursos sobre eventos y acciones específicos, tales como noticias, editoriales, artículos de opinión e historias cotidianas sobre experiencias personales.

11 Para más detalles, ver a Van Oostendorp, H. & Goldman, S.R. (Eds.). (1999). *The construction of mental representations during reading*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

12 Van Dijk, T.A. (1999). “Context models in discourse processing”. In: van Oostendorp, Herre, & Goldman, Susan R. (Eds.), *The construction of mental representations during reading*. (pp. 123-148). Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates.

CONOCIMIENTO

Aunque el contexto y los modelos de evento son de carácter personal y subjetivo, los miembros de una comunidad también comparten creencias sociales más generales, tales como el conocimiento, las actitudes y las ideologías. Estas creencias generales controlan la construcción de modelos específicos y, en consecuencia, también controlan indirectamente la producción y la comprensión del discurso. Lo más fundamental es el conocimiento compartido de varios tipos, ámbitos o alcances dentro de las comunidades (cultura, nación, ciudad, organización). Dado que este conocimiento es, por definición, adquirido y compartido por todos los miembros competentes de esas comunidades, normalmente el mismo se da por supuesto. En este sentido, los significados del discurso son como *icebergs* de los cuales se expresan explícitamente sólo parte de los significados no dados por supuestos.

En virtud de que los propios miembros de las comunidades presumen que éstas no son ideológicas, su conocimiento tampoco es ideológico *dentro de la comunidad*. Esto significa que su conocimiento se da por sentado, incluso para diferentes grupos ideológicos y hablantes de una comunidad. Es ese conocimiento compartido, presupuesto, dado por sentado lo que hace posible el discurso, la comunicación y la comprensión mutua, incluso a través de los límites ideológicos del grupo. En otros términos, según esta teoría, todas las otras creencias socialmente compartidas, y también las ideologías de grupo, se basan en, y presuponen el conocimiento general de la comunidad. Lo mismo es cierto para la construcción de modelos mentales y los discursos basados en ellos: la interpretación del significado y de la referencia es un proceso en que se activan y forman varios tipos de conocimiento. Claro, los miembros de otras comunidades pueden describir el conocimiento que una comunidad da por sentado como ‘mera creencia’ (superstición, etc.) y, en consecuencia, considerarlo como ideológico. Y lo que hoy puede describirse como ‘creencia religiosa’, puede haberse presupuesto como ‘conocimiento’ en una fase temprana de una comunidad cultural. Notemos finalmente que la noción de conocimiento tal como se usa aquí se define en el ámbito de la comunidad, y no se refiere a creencias individuales.

Es decir, como es el caso de las ideologías, algunos miembros individuales de una comunidad pueden saber más que otros como resultado, por ejemplo, de una educación diferente. Esto es, dentro de una comunidad, puede estratificarse o diferenciarse el conocimiento, según los varios tipos de experticia. La palabra ‘gen’ puede usarse en el idioma cotidiano y en el periódico u otro discurso público, pero se puede presumir que menos personas sabrán qué son los ‘genes’ que las personas que saben qué son los automóviles y los televisores. En otros términos, como ocurre con un macro nivel de descripción de las creencias compartidas por un grupo, el concepto de conocimiento es una abstracción y una idealización, como es el caso del concepto de un ‘idioma’ natural compartido por una comunidad, y qué realmente es ‘conocido’ y usado de maneras bastante diferentes por los miembros de la comunidad.

Uno podría aventurar una hipótesis ‘minimalista’ del conocimiento como podría hacerlo para el idioma –por lo que se refiere a las creencias cotidianas que comparten todos los miembros competentes, cualquiera sea su educación. Sin embargo, esto de nuevo requiere una definición de ‘competencia’ o ‘normalidad’ cultural lo cual, a su vez requiere un tipo de análisis similar. Otra opción es usar como término medio un nivel bajo que podría ser definido para todos los miembros de la comunidad que hayan terminado la instrucción obligatoria.

En otras palabras, la naturaleza ‘compartida’ del conocimiento en una comunidad necesita ser definida más allá, tanto cognoscitiva como socialmente. Por el momento, sin embargo, tomamos la decisión práctica de decir que el conocimiento son las creencias de una comunidad que son presupuestas en sus discursos públicos dirigidos a la comunidad en su conjunto, como es el caso para la mayoría de los discursos de los medios de comunicación de masas.

LAS CREENCIAS DE GRUPO

Por otro lado, dentro de las comunidades pueden formarse grupos sobre la base de objetivos, metas, intereses o prácticas diferentes. Estos grupos también comparten creencias, tales como conocimiento, actitudes e ideologías. Así, los racistas pueden compartir la creencia acerca de la superioridad blanca, una creencia que ellos pueden dar por sentada y que, en consecuencia, definen como ‘conocimiento’. Los grupos también pueden tener creencias valorativas más complejas, tales como las actitudes sobre la inmigración, el aborto o la eutanasia¹³.

Las creencias de grupo son característicamente ideológicas, en el sentido de que ellas son controladas y organizadas por ideologías subyacentes. Ellas controlan los modelos de contexto y de evento de sus miembros cuando éstos hablan *como* miembros del grupo, y así indirectamente las estructuras del discurso controladas por estos modelos prejuiciados. En algunos tipos de discurso, las creencias generales de grupo pueden influenciar directamente el discurso, y no a través de modelos mentales específicos. Éste es, por ejemplo, el caso en la propaganda política, los sermones, y otros discursos ideológicos que caracterizan las creencias generales de un grupo.

Las creencias ideológicas de grupo toman diferentes formas, dependiendo de sus funciones sociales. Algunas creencias pueden expresarse para influir en la política social o promover una causa, como puede ser el caso para los feministas, los antirracistas o los pacifistas. Otras creencias se enfocan más hacia las normas y valores de prácticas cotidianas de miembros de grupos, como es típicamente el caso de grupos profesionales, tales como los métodos de investigación de los académicos o las prácticas de los médicos. Aunque las funciones pueden diferir, supondré que estas prácticas tienen la misma base ideológica. Así, la manera como un machista trata a una mujer está en mucho determinada de la misma manera que un médico tradicional trata a su paciente, por ejemplo presuponiendo ignorancia por parte del (o de la) paciente. Y las feministas pueden organizarse de la misma manera como lo hacen los profesionales. En otras palabras, aunque podemos distinguir tipos diferentes de grupos sociales y tipos diferentes de ideologías con funciones diferentes, yo supondré que nosotros también necesitamos una teoría general de la ideología y sus funciones que haga abstracción de tales diferencias.

13 Van Dijk, T.A. (1984). *Prejudice in discourse an analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation*. Amsterdam Philadelphia: J. Benjamins Co.; (1987). *Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.; (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society* 4(2): 249-83.

EL PROCESO ESTRATÉGICO

Sobre la base de los modelos ideológicamente prejuiciados y de las creencias socialmente compartidas que hemos discutido, los hablantes de un idioma producen y entienden estratégicamente tanto el habla como el texto, en forma lineal, palabra por palabra, oración por oración, turno por turno. Todas las formas fonológicas, lexicales o sintácticas pueden así ser controlados por las representaciones subyacentes, como también es el caso para los significados locales y globales y las acciones en las que se ocupan los usuarios del idioma. La entonación, los pronombres, las nominalizaciones, la selección y cambio de tema, el nivel de especificidad o precisión de la acción o la descripción del actor, la calidad de implícito, el tomar turnos para hablar, las interrupciones, la cortesía, los argumentos y falacias, las estructuras narrativas, el estilo o las figuras retóricas, entre un cúmulo de otras estructuras del discurso puedan así 'indexar' estratégicamente la ideología del hablante o del escritor. Como veremos más adelante, la estrategia general que controla estos variados movimientos y estructuras está basada en la subyacente polarización intragrupal-extragrupal de las ideologías: *Nuestras cosas buenas* y *Sus cosas malas* tenderán a ser enfatizadas, como también es el caso de la mitigación de *Nuestras cosas malas* y *Sus cosas buenas*.

DE LA IDEOLOGÍA AL DISCURSO

De este breve resumen de algunos de los procesos sociocognitivos subyacentes en la producción y comprensión del discurso ideológico, vemos que la relación entre las ideologías y el discurso es compleja y a menudo bastante indirecta. El discurso puede depender tanto de contextos ideológicamente prejuiciados, como de la manera ideológica en que los participantes interpretan los eventos a partir de modelos mentales subjetivos o, más directamente, de creencias generales de grupo que son ideológicamente controladas.

Esta teoría también permite que das las condiciones contextuales específicas, los hablantes puedan, por supuesto, esconder o disimular sus opiniones ideológicas. De hecho, los feministas, los antirracistas o los pacifistas no siempre muestran sus opiniones, incluso en situaciones cuando sería relevante y apropiado. Es decir, el discurso no siempre es ideológicamente transparente, y el análisis del discurso no siempre nos permite inferir cuáles son las creencias ideológicas de las personas. Esto siempre depende de la definición que los participantes hagan de la situación comunicativa, esto es, depende del contexto. En otros términos, nuestro concepto de ideología no es determinista: los miembros no siempre ni necesariamente expresan o manifiestan las creencias de los grupos con los cuales se identifican. Además, el discurso ideológico es siempre variable tanto personal como contextualmente.

Esto es estratégicamente cierto en negociaciones internacionales y en situaciones de discusión de acuerdos en que puede ser pertinente la omisión de declaraciones ideológicas explícitas. Esto no significa que las ideologías sean cada vez más menos importantes en un mundo globalizado, sino que sólo en algunos contextos no se hacen manifiestas para que los conflictos puedan resolverse más fácilmente.

Obviamente, esto también tiene una considerable influencia en las metodologías empíricas para el estudio de la ideología. En el habla intragrupal, pueden darse por supuestas las creencias ideológicas, y en la charla con personas extragrupales las creencias ideológicas pueden ser censuradas o modificadas, por ejemplo, como se hace en el discurso 'políticamente correcto'. En ambos casos, el estudio empírico de la relación entre la ideología y el discurso necesita de métodos indirectos, especiales, o discretos.

ESTRUCTURAS IDEOLÓGICAS Y ESTRATEGIAS DE DISCURSO

Si las ideologías son adquiridas, expresadas, promulgadas y reproducidas por el discurso, esto debe tener lugar a través de varias estructuras y estrategias discursivas. Por ejemplo, el pronombre *nosotros* es una de esas estructuras, típicamente usada por el hablante para referirse directamente a su grupo endógeno. En teoría, y dependiendo del contexto, cualquier estructura variable del discurso puede ser ideológicamente ‘marcada’. La entonación específica, la tensión o el volumen en la expresión de una palabra o frase pueden ser interpretadas como sexista o racista. La preferencia por temas específicos puede expresar una ideología machista o neoliberal, y así sucesivamente.

Debe enfatizarse que las ideologías pueden influenciar sólo las estructuras del discurso contextualmente variables. Obviamente las estructuras gramaticales obligatorias no pueden marcarse ideológicamente porque ellas son las mismas para todos los hablantes del idioma y en ese sentido son ideológicamente neutrales. Sin embargo, puede haber algún debate, acerca de si algunas reglas gramaticales generales son ideológicamente inocentes, como es el caso de las expresiones de género. Algunas estructuras variables son ideológicamente más ‘sensibles’ que otras. Por ejemplo los significados son más sensibles al marcado ideológico que las estructuras sintácticas, porque las ideologías son sistemas de creencias y las creencias característicamente tienden a ser formuladas como significados en el discurso. Las estructuras sintácticas y las figuras retóricas tales como las metáforas, las hipérbolos o los eufemismos se usan para dar o restar énfasis a los significados ideológicos, pero, como estructuras formales, ellos no tienen ningún significado ideológico. Así, no hay ningún tipo de hipérbolo, pronominalización, o entonación específicamente racista o antirracista –aunque haya preferencia por metáforas racistas o sexistas– sólo los significados que son modificados por ellas.

Nosotros hemos presupuesto que las estructuras ideológicas del discurso son organizadas dentro de los estreñimientos de los modelos del contexto, pero también como función de las estructuras de las ideologías subyacentes y las representaciones sociales y modelos controlados por ellas. Así, si las ideologías son organizadas por la bien conocida polarización intra y extragrupal, entonces también podemos esperar que tal polarización sea ‘codificada’ en el habla y en el texto. Esto puede manifestarse, como hemos sugerido, por el uso de los pronombres *nosotros* y *ellos*, pero también por los posesivos y demostrativos tales como *nuestra gente* y *esa gente*, respectivamente.

Así, presumimos que el discurso ideológico es generalmente organizado por una estrategia general de auto-presentación positiva (alarde) y la presentación negativa del otro (detracción). Esta estrategia puede operar en todos los ámbitos, de tal manera, generalmente que se hace énfasis en nuestras cosas buenas y se desestiman nuestras cosas malas y se hace lo contrario con los Otros, cuyas cosas malas serán destacadas, y de quienes las cosas buenas se empequeñecerán, se esconderán o se olvidarán.

Cuando al discurso se aplica este principio polarizante general se afectan tanto las formas como los significados. Así, nosotros podemos reforzar las propiedades negativas de los terroristas informando actos repugnantes cometidos por ellos (un asunto de significado o de contenido), pero entonces se acentúan las características formales extensa y repetidamente: inserción en primera página, con grandes titulares, con fotografías repugnantes, y así sucesivamente. También podemos hacer esto con el uso de recursos sintácticos, por ejemplo informando de actos repugnantes llevados a cabo por agentes activos, responsables, esto es, refiriéndose a ellos en posiciones tópicas primarias en cláusulas y oraciones, y

no como agentes implícitos o en oraciones en voz pasiva en las cuales se resta énfasis a los agentes.

En otras palabras, hay muchas maneras discursivas de reforzar o mitigar las cosas buenas/malas de nosotros/ellos, y de marcar ideológicamente el discurso. En el análisis crítico del discurso (ACD) ésta es la teoría más o menos normal. Podemos resumir algunas de las maneras como los discursos codifican las ideologías subyacentes en la Tabla 1, haciendo énfasis en que ninguna de las estructuras del discurso codifica singularmente a una función comunicativa e interaccional —es decir, todas esas estructuras también pueden usarse por otras razones y para otras funciones. La tabla puede ofrecer sólo una selección pequeña de estructuras del discurso. Está organizada según los ámbitos del discurso, tales como significados, léxicos, sintaxis, estructuras profundas, formatos, estructuras retóricas y estructura interaccional, tanto globales como locales —es decir, por Formas, Significados y Acciones. En cada uno de estos ámbitos podemos encontrar la codificación de ideologías subyacentes, y esto generalmente ocurre al hacer énfasis a o restando énfasis de muchas maneras a las propiedades buenas o malas de Nuestro propio grupo y las propiedades buenas o malas del Otro grupo¹⁴.

PROBLEMAS DEL ANÁLISIS DEL DISCURSO IDEOLÓGICO

INTENCIONALIDAD

Dentro del marco del análisis del discurso ideológico presentado hasta ahora, hay varios asuntos y problemas que necesitan atención especial.

El primer problema que me gustaría tratar puede etiquetarse con el polémico concepto de ‘intencionalidad’, entendida aquí en el sentido de la teoría de la acción, y no en el sentido filosófico de ‘aboutness’, por ejemplo de proposiciones¹⁵. Tanto como participantes ideológicos así como analistas podemos preguntarnos si rasgos específicos del discurso, tales como oraciones en voz pasiva o nominalizaciones son aspectos ‘intencionales’ del discurso ideológico, o si tales estructuras son principalmente automatizadas y, en consecuencia, escasamente controladas por la conciencia. Los participantes pueden darse cuenta

14 Para los estudios críticos de ideología en el discurso, ver, por ejemplo: Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. (Eds.). (1996). *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. London, England: Routledge. Fairclough, N.L. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Harlow, England: Longman. Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the British press*. London New York: Routledge. Kress, G. & Hodge, B. (1979). *Language and ideology*. London: Routledge & Kegan Paul. Van Dijk, T.A. (1995). “Discourse Semantics and Ideology”. *Discourse & Society*, 6(2): 243-289; (1998a). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage; (1998b). “Opinions and ideologies in the press”. In A. Bell & P. Garrett, *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell; (1999). “Context models in discourse processing”. In: van Oostendorp, Herre, & Goldman, Susan R. (Eds.), *The construction of mental representations during reading*. (pp. 123-148). Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates; (2001). “Discourse, ideology and Context”. *Folia Linguistica XXXV/1-2*, 11-40; Van Dijk, T.A. (2004). “Discourse, knowledge and ideology”. In Martin Pütz, JoAnne Neff & Teun A. van Dijk (Eds.), *Communicating Ideologies. Multidisciplinary Perspectives on Language, Discourse and Social Practice*. (pp. 5-38). Frankfurt/Main: Peter Lang. Wodak, R. (1989). *Language, Power, & Ideology: Studies in Political Discourse*. Amsterdam: Walter Benjamins. Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.). (2001). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.

15 Brand, M. (1984). *Intending and acting. Toward a naturalized action theory*. Cambridge, Mass.: MIT Press.

Tabla 1
ALGUNAS EXPRESIONES DE LA IDEOLOGÍA EN EL DISCURSO

Contexto	<ul style="list-style-type: none"> • El hablante habla como miembro de un grupo social; y/o se dirige al destinatario <i>como</i> miembro del grupo; modelos del contexto ideológicamente prejuiciados: representaciones subjetivas del evento comunicativo y de sus participantes como miembros de categorías o grupos.
Texto, Discurso, Conversación	<ul style="list-style-type: none"> • Estrategia global: presentación/acción positiva de Nosotros, presentación/acción negativa de Ellos: –Enfatizar Nuestras cosas buenas, y Sus cosas malas, y –Restar énfasis a Nuestras cosas malas, y Sus cosas buenas
Significado	<ul style="list-style-type: none"> • Temas (macroestructuras semánticas) • Seleccionar/Cambiar temas positivos/negativos sobre Nosotros/Ellos. • Significados Locales y coherencia • Significados de Positivos/Negativos para Nosotros/Ellos son • Manifestación: Explícita vs. Implícita • Precisión: Preciso vs. Vago • Textura: Detallada/fina vs. Amplia/basta • Ámbito: General vs. Específico, detallado • Modalidad: Nosotros/Ellos Deber/Tener que... • Evidencia: Nosotros tenemos la verdad vs. Ellos están equivocados • Coherencia local: basada en modelos prejuiciados • Negadores (negación de Nuestras cosas malas): ‘Nosotros no somos racistas, pero...’ • Léxico: Selección de términos Positivos/Negativos para Nosotros/Ellos (por ejemplo, ‘terrorista’ vs. ‘luchador por la libertad’)
Forma	<ul style="list-style-type: none"> • Sintaxis: Enfatizar/desestimar Acción Positiva/Negativa de Nosotros/Ellos • Oraciones divididas vs. oraciones no divididas (“Es X quien...”) • Voz Activa vs. voz Pasiva (“EE.UU. invade Irak” vs. “Irak invadida por EE.UU.”) • Cláusulas/proposiciones completas vs. nominalizaciones (“La <i>invasión</i> a Irak”). • Estructuras profundas: Entonación, etc. Hacer/Restar Énfasis a Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas. • Formato (esquema, superestructura: forma total) • Significados Positivos/Negativos para Nosotros/Ellos en: <ul style="list-style-type: none"> –Primero, las categorías dominantes (p.ej., Titulares, Títulos, Resúmenes, Conclusiones) vs. categorías últimas, subordinadas... –Estructuras de argumentación, estructura, topoi (argumentos estereotipados, por ejemplo, ‘Por su propio bien’) –Falacias que concluyen falsamente Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas, p.ej. sobregeneralizaciones, autoridad, etc., –Estructuras retóricas haciendo o restando énfasis a Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas, mediante: <ul style="list-style-type: none"> ·Formas: Repetición ·Significados: comparaciones, metáforas, metonimias, ironía; eufemismos, hipérboles, juegos de números, etc.
Acción	<ul style="list-style-type: none"> • Actos de habla, actos comunicativos e interacción • Actos de habla que dan por supuestas Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas: promesas, imputaciones, etc. • Estrategias de interacción que implican Nuestras/Sus cosas Buenas/Malas: Cooperación, acuerdo.

de tales situaciones cuando son criticados por una palabra sexista o racista y entonces se defienden afirmando ‘que ellos no quisieron decir eso’, o que esa ‘no era su intención’.

También por estas razones, muchos principios en el análisis de la interacción excluyen las intenciones de sus objetos de investigación, por ejemplo, con el argumento de que las intenciones no pueden observarse directamente, y segundo, que lo que cuenta socialmente es cómo son entendidos (escuchados) los discursos por los participantes, cualesquiera sean lo las intenciones del hablante¹⁶. Éste también es un principio de algunos tratamientos legales y políticos a acciones y discursos sociales –sea que uno intente hacer un comentario sexista, racista u otro comentario ofensivo, uno está sujeto a saber las posibles interpretaciones y las consecuencias de su discurso. En otros términos, lo que cuenta son las (previsibles) consecuencias sociales, y no las intenciones (buenas o malas).

Si bien social y legalmente tal posición puede ser legítima, teóricamente plantea problemas. De hecho, no hay fundamento a priori por el cual deban favorecerse las *interpretaciones* subjetivas de destinatarios por sobre las *intenciones* igualmente subjetivas de los hablantes. De hecho, ninguna de ellas es ‘observable’, y las dos son nociones igualmente vagas. En términos cognoscitivos, las dos son (fragmentos de) modelos mentales de algún tipo. Los hablantes pueden ‘defender’ sus ‘buenas’ intenciones remitiéndolas a otros discursos y actos, o citando fuentes que puedan garantizar intenciones. Los destinatarios fortalecen sus interpretaciones si no son los únicos que interpretan un discurso de una determinada manera. Si los hablantes y los destinatarios son antagonistas ideológicos, tal situación puede típicamente desembocar en un conflicto –y algunos conflictos incluso terminan en la corte, por ejemplo, cuando alguien publica un artículo racista o hace un comentario racista en un discurso público.

Así, teóricamente debe tenerse presente que, como tales, las palabras, las frases, los temas o las entonaciones no son ideológicamente perjudicados. Es su uso específico en situaciones comunicativas específicas lo que los hace tales –como sabemos ocurre con el uso de palabras racistas obvias como “negro” por, digamos, un miembro del KKK, o por un líder afroamericano, respectivamente. Parte de este contexto es no sólo quién habla a quién y en qué papel, sino también las intenciones del hablante, sea que éstas se hagan explícitas o no en el discurso. Claro, por su frecuente uso ideológico, las palabras pueden remitir a asociaciones fuertes con significados ideológicos, como es el caso del “libre mercado”. Sin embargo, siempre son el texto, el contexto, y el uso de las palabras los que son ideológicos: la frase “libre mercado” frecuentemente puede usarse tanto en un tratamiento neoliberal como en uno anti-neoliberal, siendo una posición a favor, y la otra en contra.

Así, si los modelos mentales subyacentes o las representaciones sociales de hablantes no son controlados por alguna ideología, entonces, por definición, tampoco lo son las intenciones y el modelo mental del contexto; en consecuencia, el discurso no puede ser ideológicamente perjudicado. Los destinatarios que no conocen al hablante (tampoco sus representaciones sociales e ideología) pueden así muy bien malentender o malinterpretar al hablante. A menudo, tales malentendidos pueden ser resueltos mediante preguntas, explicaciones o negociación adicionales (“¿Qué quiere usted decir...?”).

16 Duranti, A. (2001). “Intentionality”. In A. Duranti (Ed.), *Key Terms in Language and Culture* (pp. 129-131). Malden, MA: Blackwell.

En otras palabras, sea que adoptemos o no una posición social o legal en la cual las ‘buenas intenciones’ no cuentan en el discurso, sino que lo que cuenta es cómo el discurso llega y es interpretado, necesitamos hacer énfasis en que teóricamente necesitamos considerar las intenciones y las interpretaciones como parte de la comunicación ideológica. Sólo entonces seremos capaces de explicar las disputas, los problemas y los conflictos ideológicos así como otras propiedades de la interacción ideológica. Las intenciones no son ni más ni menos misteriosas que las interpretaciones –ellas son tal para cual, esto es, modelos mentales subjetivos de los participantes. Y sólo (cuando estemos concientes de eso) es cuando seremos capaces de formular preguntas más detalladas tales como cuáles propiedades del discurso pueden ser conscientemente controladas, y cuáles no.

Así, en general la selección de un tema es evidentemente más ‘intencional’ que la estructura sintáctica detallada o la entonación de una frase. La selección de palabras está a medio camino (entre la selección de tema y la estructura sintáctica) –la lexicalización es principalmente automática dado que tiene como base los modelos mentales subyacentes y el léxico, pero a menudo las palabras específicas son deliberadamente escogidas, y dependen del género y el contexto (que son) bastante controlados, sobre todo en la comunicación escrita. No hay ninguna duda de que en un importante discurso político de un presidente o de un candidato presidencial prácticamente cada palabra es escogida en función de sus presuposiciones e implicaciones ideológicas y comunicativas. Es decir, cuando el mando comunicativo general es estricto, la expresión del discurso ideológico se hace más consciente. En algunos contextos, por otro lado, tanto el control del discurso como el control ideológico serán en gran medida automatizados.

(SOBRE)INTERPRETACIÓN IDEOLÓGICA

Las estructuras del discurso tienen muchas funciones: cognoscitivas, interaccionales y sociales. Ninguna de ellas es exclusivamente ideológica. Por ejemplo, las oraciones en voz pasiva y las nominalizaciones esconden o sirven de fondo a la actuación. Esto puede tener una función ideológica en el texto o el contexto ideológicamente perjudiciados –por ejemplo, para mitigar nuestra actuación y responsabilidad respecto a acciones negativas, podemos llevar localmente la estrategia ideológica discursiva general de la autopresentación positiva intragrupal.

Sin embargo, debemos tener cuidado de no sobreinterpretar los datos del discurso. A menudo se usan oraciones en voz pasiva y nominalizaciones cuando los agentes son desconocidos, cuando acaban de mencionarse y no deben repetirse, o cuando se enfoca a otros participantes –como se hace con las víctimas de acciones violentas en lugar hacerlo con los perpetradores. Esto significa que tales datos nunca deben ser descritos aisladamente, sino en relación con el texto (co-texto) en conjunto y con respecto al contexto –quién está hablando con quién, cuándo, y con qué intención. Lo más importante, también teóricamente, es comprender que el discurso no es sólo expresar o reproducir ideologías. Las personas hacen al mismo tiempo muchas otras cosas con las palabras.

CONTEXTUALIZACIÓN

La teoría del procesamiento ideológico del discurso perfilada arriba tiene un componente explícito que da cuenta de la contextualización, definida en términos de modelos de contexto subjetivos de los participantes. Estos modelos dinámicamente actualizados representan lo continuamente relevante para cada participante en cada momento del texto o del

habla. Hemos visto que ese contexto modela la producción y comprensión del discurso. También hemos presupuesto que estos modelos de contexto pueden ser ideológicamente prejuiciados, por ejemplo, cuando los hablantes se representan y evalúan a sus interlocutores en términos de ideología racista, sexista u otra. Los modelos ideológicos de contexto normalmente llevan a discursos ideológicos o a interpretaciones ideológicas del discurso. Sin embargo, también hemos visto que la expresión de obediencias ideológicas puede ser (en parte) controlada. Respecto al problema de intencionalidad discutida anteriormente, esto significa que podemos tener discursos que se producen en un contexto ideológico pero apenas muestran rastros o marcadores de tal contexto (incluso la ideología del hablante) —o por lo menos no muestran ninguna expresión explícita que sea interpretada como ideológica por muchos de los destinatarios. Pero otros destinatarios pueden muy bien ser capaces de entender las expresiones ideológicas ‘codificadas’ —expresiones que para otros destinatarios pueden permanecer veladas. Por consiguiente, es crucial para todo análisis del discurso ideológico, hacer explícito cuál es exactamente la situación social y cómo es representada por los participantes en sus modelos de contexto. Si un destinatario, basado en experiencias anteriores, define a un hablante como un chauvinista masculino, entonces mucho de lo que él diga será ‘escuchado’ como una expresión de machismo sea que haya o no señales de contextualización que garanticen tal interpretación.

Como observadores externos o analistas de tales interacciones esto puede plantear el problema de (sobre)interpretación discutido anteriormente: ¿qué hacer si no podemos encontrar expresiones abiertas de ideología? Desde mi punto de vista, no debemos preocuparnos tanto por lo que los analistas puedan hacer o dejar de hacer sino más bien por lo que hacen realmente los participantes. Así, si los destinatarios interpretan los discursos como ideológicos sobre bases contextuales, aun cuando no haya ningún marcador ideológico evidente, entonces debemos considerar tales ‘(sobre)interpretaciones’ en la teoría. Es decir, los modelos mentales que construyen los receptores cuando interpretan el discurso pueden también ser contruidos sobre la base de inferencias acerca de las intenciones ideológicas de los hablantes, inferencias hechas a partir de previas experiencias, rumores u otra información confiable acerca del hablante. De hecho, ésta es, en primer lugar, la manera como ‘escuchamos’ a los hablantes: basados en modelos de ‘impresiones’ generales previas de ese hablante. No hay duda que esto también puede llevar a interpretaciones ideológicas prejuiciadas de discursos —sobre todo cuando hablantes individuales son juzgados no sobre la base de discursos previos u otras prácticas sociales sino sobre la base del número de miembros de su grupo. Obviamente, la teoría también debe responder por tales prejuicios ideológicos.

IDEOLOGÍA, CONOCIMIENTO Y PRESUPOSICIÓN

La distinción entre ‘mera’ ideología y ‘verdadero’ conocimiento ha sido parte de la discusión sobre la ideología desde la invención de esa noción por Destutt de Tracy hace más de 200 años. Aunque esa distinción tiene muchas implicaciones que no pueden discutirse en este trabajo, deben hacerse aquí algunos comentarios pertinentes para el análisis del discurso ideológico.

Primero que todo, defino el conocimiento como las creencias certificadas y compartidas por una comunidad (de conocimiento) dónde la certificación tiene lugar por el criterio (epistémico) históricamente variable o por ‘métodos’ (por ejemplo, la observación, la experiencia directa, las fuentes fiables, la inferencia, los experimentos y otros ‘métodos’) de esa comunidad. En otras palabras, el conocimiento no es ‘la creencia justificada verdade-

ra', como la ha definición clásicamente la epistemología, sino las creencias aceptadas por una comunidad. Dicho de otro modo, nuestra definición es pragmática, en lugar de semántica, y relacionada con una teoría consensual de conocimiento restringida a comunidades de conocimiento específicas. Por un lado, esto hace relativo e intersubjetivo al conocimiento, esto es, relativo a una comunidad y sus miembros; pero, por otro lado, 'objetivo' dentro de la comunidad, sobre la base de la certificación socioculturalmente aceptada en esa comunidad.

Segundo, debe reiterarse que —a diferencia de algunas concepciones críticas del conocimiento— nuestra teoría de la ideología *no* implica que todo el conocimiento sea ideológico. Al contrario, es el conocimiento general compartido por una comunidad (el terreno común) que constituye el fundamento de *todas* las representaciones sociales de una comunidad y, en consecuencia, también de las ideologías de los varios grupos sociales de tal comunidad. El forcejeo y el debate ideológicos presuponen tal conocimiento general. Por ejemplo, para tener posiciones ideológicas diferentes sobre la inmigración, los miembros necesitan en primer lugar saber qué es inmigración.

Sin embargo, como se han definido anteriormente, las ideologías son la base de las representaciones sociales de grupos, incluyendo su conocimiento. Es decir, el *conocimiento de grupo* bien puede estar fundamentado ideológicamente. Así, si los racistas alegan 'saber' que los negros son intelectualmente inferiores, entonces tal 'conocimiento' es evidentemente ideológico: puede ser conocimiento para ellos, pero hoy es mera creencia prejuzgada, para otros —y puede haber sido una creencia consensual y, por tanto, conocimiento, hace dos siglos.

Nótese, sin embargo, que ése es también el caso para creencias que muchas personas pueden sostener que son verdad, como el conocimiento feminista sobre las desigualdades del género, siempre que haya grupos que crean que ese conocimiento es una creencia 'meramente feminista'. Sólo si una creencia es compartida y presupuesta en todo discurso por todos los grupos en una cultura, es cuando podemos hablar de conocimiento cultural general —no obstante que haya grupos sociales (estudiosos, movimientos sociales) que desafíen tales creencias consensuales.

Entonces, en el análisis del discurso ideológico, queremos examinar los textos con proposiciones que se afirman o se presuponen (ser verdad, ser compartido, o ser dado por sentado), y, consecuentemente, se presentan como conocimiento. Sin embargo, el análisis del contexto puede revelar que los hablantes afirman o presuponen tal conocimiento en su condición de miembros de grupo, en cuyo caso el conocimiento bien puede ser ideológico y calificado de 'mera creencia' o prejuicio por los miembros de otros grupos. A menudo, los miembros de grupo saben que las creencias que ellos sustentan no son (todavía) compartidas por otros grupos, y en ese caso ellos afirmarán y explícitamente (tratarán de) certificar(án) tales creencias como conocimiento en su comunicación con los miembros de otros grupos. A propósito, éste no es sólo el caso para creencias prejuzgadas, creencias religiosas, supersticiones, sino también para muchas creencias científicas u otras 'nuevas'.

En consecuencia, una buena prueba empírica para distinguir el conocimiento cultural general del 'conocimiento de grupo' y de las ideologías, es el uso de presuposiciones en todos los discursos públicos de todos los grupos en una cultura y *en un momento dado*. Claro, más adelante puede resultar que tal conocimiento estuviese ideológicamente fundamentado pero, en ese caso, ya no sería generalmente presupuesto.

De esta discusión debe concluirse que, por lo menos de acuerdo con las definiciones de conocimiento y de ideología dadas aquí, no es cierta la suposición de que todo conocimiento es ideológico. De nuevo, las creencias de un grupo pueden ser ideológicas para algunos observadores o analistas críticos, desde el punto de vista externo, de otra comunidad epistémica, pero si esas creencias son generalmente aceptadas por los miembros de una comunidad, tales creencias, por definición son denominadas, presupuestas, usadas y consideradas como conocimiento.

EL ANÁLISIS DE LA IDEOLOGÍA COMO 'ANÁLISIS CRÍTICO'

La teoría de la ideología y del discurso tal como aquí se presenta y en la cual se definen las ideologías en términos generales, y no meramente como dominantes o como legitimación para la desigualdad, puede dar la impresión de haber perdido su arista 'crítica'. Nada es menos cierto. Al contrario, esta teoría ofrece un marco mucho más explícito para el estudio crítico. Las definiciones que hemos hecho de las ideologías, pueden ser usadas como fundamento para el análisis de los discursos y las prácticas sociales tanto de los grupos dominantes como de los dominados, tanto para los de la opresión como para los de la resistencia. Es por esto que podemos hablar tanto de la ideología racista como de la anti-racista, de la sexista como la feminista, de la neoliberal y de la socialista. En otros términos, no seguimos la vieja distinción de Mannheim (1936)¹⁷ entre las ideologías y utopías. Las estructuras básicas y las funciones de las ideologías son las mismas: auto-representar al grupo y la membresía e identificación de sus miembros, organizar sus prácticas o luchas sociales y promover los intereses del grupo y sus miembros con respecto a otros grupos.

De esto se desprende que es teóricamente incoherente e improductivo reservar la noción de ideología y la crítica ideológica sólo para las ideologías dominantes. De hecho, es característico del discurso ideológico atribuir las ideologías sólo a 'nuestros' antagonistas y 'la verdad' a 'nosotros'. Sin embargo, así como necesitamos una noción general de poder que también puede incluir formas de resistencia o de contrapoder, necesitamos una noción general de ideología. El análisis crítico del discurso puede entonces muy bien enfocar especialmente a los grupos dominantes y sus ideologías.

Una teoría más explícita de la ideología y sus relaciones con el discurso como la que hemos presentado aquí permite el análisis mucho más detallado de los procesos que se desarrollan en la adquisición, usos y cambios de ideologías en el discurso. Un ACD adecuado requiere de instrumentos teóricos precisos, no nociones vagas, tradicionales (tales como la de 'falsa conciencia'). Su pertinencia crítica depende de la precisión de su análisis, de la selección de sus objetos de análisis y crítica, de sus objetivos y de la posición ética y política de los estudiosos que se dedican a él.

IDEOLOGÍA VS DISCURSO

Hay áreas de investigación, como la psicología discursiva por ejemplo, que reducen las estructuras mentales (tales como las actitudes) a estructuras discursivas, con el argumento de que los discursos son observables y son sociales, mientras que las mentes no lo

17 Mannheim, K. (1936). *Ideology and utopia: An introduction to the sociology of knowledge*. London New York: K. Paul, Trench, Trubner & Co. Harcourt, Brace and company.

son. Esto implica que, desde esa perspectiva, las ideologías no pueden ser definidas en términos de algún tipo de representación mental, sino sólo en términos de las estructuras del discurso que las expresa o representa. En otro trabajo sobre ideología hay una tendencia a identificar ideología con discurso y otras prácticas sociales.

Aunque la teoría aquí presentada obviamente da cuenta del discurso ideológico, no reduce las ideologías a sólo el discurso —ni lo hace con otras nociones cognoscitivas tales como conocimiento, opiniones, actitudes o normas y valores. Estas nociones cognoscitivas son de un orden teórico distinto —se usan en una teoría de la mente— del de una teoría del discurso que es una teoría de interacción social.

Uno de los argumentos contra la reducción de las ideologías u otras creencias socialmente compartidas es que pueden ser expresadas, representadas o producidas no sólo por el discurso, sino también por otras prácticas sociales, como la dominación, el empoderamiento, la discriminación, la opresión, la exclusión, la resistencia, la oposición, el disentimiento, y así sucesivamente. Además, las personas pueden ‘tener’ ideologías sin realmente expresarlas o actuar todo el tiempo de acuerdo con ellas. De hecho, las personas a veces NO pueden actuar (no trabajan, no votan, etc.) cuando se espera que lo hagan por razones ideológicas —como en el caso de declararse una huelga. La reducción de la ideología al discurso no permite un análisis ideológico de otras prácticas sociales. Es cierto que generalmente las ideologías son expresadas, adquiridas y reproducidas explícitamente por el discurso, pero no exclusivamente por él. Muchas ideologías, tales como el sexismo, están siendo adquiridas y practicadas por imitación de las acciones de otros, no sólo por explicaciones discursivas o por maestros.

Es falaz el argumento que parece favorecer un acercamiento exclusivamente discursivo a la ideología, sobre la tesis de que los discursos son más ‘sociales’ y ‘observables’ que las mentes. Primeramente, hemos hecho énfasis en que las ideologías son creencias de grupo compartidas, esto es, son tanto social como mentalmente compartidas. Igual que los idiomas, las ideologías son sociales, porque sus funciones también son sociales. Segundo, normalmente se definen los discursos como estructuras abstractas de forma, significado e interacción —y no (meramente) como ondas sonoras o marcas gráficas/visuales/electrónicas o movimientos musculares que físicamente los expresan. Los elementos lexicales, las estructuras sintácticas, los significados y las interacciones no pueden ser ‘observados’ directamente, sino que son sujetos a interpretaciones e igualmente cualesquiera objeto abstracto de la teoría lingüística, o constructos mentales de los usuarios del idioma. En otros términos, a menos que uno niegue la naturaleza cognoscitiva del significado y la comprensión, cualquier definición empírica de discurso implica nociones cognoscitivas de algún tipo.

En suma, rechazar las nociones cognoscitivas tales como conocimiento, creencias, opiniones e ideologías, entre otras, sobre la base de su ‘observabilidad’ es una falacia conductista (en términos de los defensores contemporáneos de tales perspectivas, quizás mejor llamada ‘interaccionista’). Una sólida teoría del discurso ideológico relaciona explícitamente ideologías y discursos, pero como objetos teóricos o empíricos de tipo diferente.

LA ADQUISICIÓN DISCURSIVA DE IDEOLOGÍAS

Aunque las ideologías pueden ser adquiridas por la socialización de grupo en muchas prácticas sociales, por ejemplo, en la casa, en la escuela, en el trabajo o en el bar, las

fuentes primarias y los medios del 'aprendizaje' ideológico son el habla y el texto. Es decir, las ideologías normalmente no son adquiridas imitando meramente las acciones de otros miembros de grupo. Tales procesos de observación y participación normalmente se acompañan de razones y explicaciones (por ejemplo, 'Nosotros no admitimos X, porque las personas como nosotros no se mezclan con personas como X) que pueden implicar (tácita o explícitamente) auto-atruciones de superioridad y atruciones de inferioridad o 'diferencia' a otros.

Así, desde la infancia, los niños gradualmente aprenden algunos elementos básicos de ideologías de género, de etnicidad, de clase, de religión, de política, y así sucesivamente, creciendo, participando y educándose en los respectivos grupos sociales de que son miembros. Cada uno de estos grupos tiene modos más o menos explícitos, formalizados e institucionalizados de enseñar las ideologías a los nuevos miembros, por ejemplo, mediante reuniones especiales, la instrucción, la catequesis, libros de texto, folletos de propaganda, sermones, y así sucesivamente, esto es, por medio de varios tipos de discurso.

Considerando que algunos géneros de discurso pueden fijar las ideologías más o menos implícitamente, el discurso ideológico didáctico es mucho más explícito al formular los contenidos generales del esquema ideológico del grupo: quiénes somos (de dónde venimos, cuál es nuestra apariencia, quién puede ser miembro de nuestro grupo, etc.); qué/a quién apoyamos, cuáles son nuestras normas y valores, quiénes son amigos y quiénes enemigos, cuáles son nuestros recursos de poder, etc.). Esto proporciona razones y argumentos en cuanto se refiere a las normas generales y valores, y en consideración de los intereses del grupo y sus miembros; sobre lo que es bueno y malo, justo o injusto. Da ejemplos, y proporciona imágenes de dioses y líderes venerados y de otras personas ejemplares. Cuenta historias sobre héroes y villanos.

Así, el discurso ideológico desarrolla gradualmente el marco ideológico general del grupo. Éste es un proceso lento. Los niños menores escasamente tienen nociones ideológicas. La mayoría de las ideologías son explícitamente adoptadas y aprendidas en la adolescencia o la temprana adultez –típicamente cuando las personas son estudiantes, y necesitan dar un significado más amplio tanto a sus acciones y objetivos como al mundo en que viven.

Éste no es el lugar para detallar el proceso de aprendizaje ideológico pero, si aceptamos que tal adquisición tiene lugar principalmente a través del discurso, entonces podemos conjeturar que esto pasa siguiendo el proceso inverso de la producción ideológica del discurso esbozada anteriormente. Las personas interpretan los discursos como modelos mentales. Los marcadores ideológicos como los enumerados en la Tabla 1 orientan a los destinatarios en la manera como son representados los actores de los grupos endógenos y de los grupos exógenos en tales modelos mentales. Tanto el texto como el contexto de la comunicación repetida del mismo tipo conducen a la generalización y abstracción de modelos mentales y a actitudes más generales, basadas en el grupo. Y finalmente, varias actitudes en una parcela de la sociedad pueden ser incluidas en proposiciones ideológicas más generales.

Es decir, las ideologías pueden aprenderse *desde abajo*, a saber, generalizando los modelos mentales (las experiencias, las historias concretas) hacia representaciones mentales socialmente compartidas y normalizadas, o *desde arriba* por la instrucción ideológica explícita por parte de ideólogos de varios tipos (líderes, maestros, sacerdotes, etc.). Algunas ideologías tenderán a ser aprendidas más explícitamente y, en consecuencia, desde arriba tales como aquéllas de metodología científica, religión, e ideologías políticas (el pacifismo, etc.). Otras son mucho más implícitas e integradas a las prácticas de vida cotidiana,

como las ideologías de género, raza o clase. Ellas tienden a ser explícitas en casos de conflicto, lucha o resistencia. Será una de las mayores tareas empíricas del análisis del discurso ideológico examinar sistemáticamente las estructuras y estrategias de estos diferentes tipos de discursos ideológicos y su papel en la adquisición y reproducción de ideologías por los miembros de grupos, y por los grupos en conjunto. Muchos de estos procesos sociales y cognoscitivos de adquisición pueden estudiarse por el análisis sistemático de tales textos y contextos didácticos.

EJEMPLO

Finalmente examinaremos un ejemplo. Consideremos el siguiente artículo de fondo publicado en el *The Sunday Telegraph* el 8 de agosto de 2004:

The Sunday Telegraph

PinkoPaper (periódico *pinko*)
08/08/2004)

La semana pasada el izquierdista Instituto para la Investigación de la Política Pública (IPPR, por sus iniciales en inglés), con tambaleante previsibilidad, produjo otro informe que intenta persuadirnos de que todavía el Gobierno no está haciendo lo suficiente para disminuir la diferencia de ingreso entre “ricos y pobres”.

Los más pensantes comentaristas de la Izquierda han empezado a ver eso como un callejón sin salida. Como escribió John Rentoul de *The Independent*: “Las tendencias en la distribución del ingreso y la riqueza en las economías libres están más allá del poder de influencia de los gobiernos democráticos... [la Tesorería] debe decirle al IPPR que lo empuje.”

Pero un periódico en Gran Bretaña todavía es resueltamente redistribucionista, al publicar un artículo principal que alaba el IPPR bajo el subtítulo “El aumento en la desigualdad británica del ingreso y la riqueza marca una tendencia preocupante”. No, no era el *Morning Star*. Era el *Financial Times*.

En verdad, esto fue menos sorprendente de lo que podría parecer. Desde hace varios años el *FT* se ha estado poniendo más y más rosado en sus enfoques políticos: después de todo, apoyó a Neil Kinnock en 1992.

Si esto es lo que los sanamente avaros lectores del *FT* esperan encontrar es otra cuestión. Su circulación en el Reino Unido totalmente pagada ha caído en un tercio durante los últimos cuatro años, y su circulación es ahora de apenas 100.000. La posición política del *FT* ha ayudado a ganar a su jefe, Marjorie Scardino, una “damehood” (señoría). Dudamos que esto sea de algún modo un consuelo para los accionistas de la compañía.

Para este autor, los lectores y el analista por igual, el autor de este editorial es un editor de un periódico conservador británico y, como tal, miembro de un grupo ideológico. Con esta información en su modelo de contexto este editorial está siendo construido, interpretado y analizado como un texto ideológico.

El tema global del texto es una crítica a un informe de IPPR sobre las diferencias en el ingreso en el Reino Unido y al apoyo que el *Financial Times* da a este informe. Es decir, también es ideológico el tema global que organiza este editorial dado que las diferencias

entre ricos y pobres son un problema acerca del cual la Izquierda y la Derecha tienen actitudes diferentes, como también se muestra en este editorial.

El titular, expresando parte del tema principal, resume su crítica al *FT* usando el adjetivo y juego de palabras ‘pinko’, refiriéndose implícitamente a ambos: el color característico de las páginas del *FT*, por una parte, y al significado político de ser ‘rosado’, esto es, de ser influenciado por la Izquierda, asociado con el color rojo, por la otra. Al ser acusado de opiniones ‘izquierdistas’, se categoriza al *FT* así como un antagonista político del *Sunday Telegraph*, es decir, como parte del grupo exógeno, como Ellos. La aliteración ‘pinko paper’ retóricamente da énfasis a la característica negativa también atribuida al *FT*. Nótese que los titulares están primero y arriba, y normalmente en una tipografía más grande que la del texto –es decir, hay también marcadores visuales que dan énfasis a la importancia del tema global del texto.

El cuerpo del editorial proporciona una descripción de uno de Ellos, a saber el Instituto de Investigación de la Política Pública (IPPR), caracterizado principalmente como ‘izquierdista’ y, en consecuencia, como antagonista ideológico, y de estar cerca del gobierno laborista actual. La implicación política de tal descripción es que si uno de *Ellos* dice o escribe algo malo, eso también se aplica al resto de *Ellos*, esto es, a la Izquierda en general, y al gobierno laborista de Tony Blair en particular.

Según la estrategia ideológica global descrita anteriormente, el *Sunday Telegraph* –él mismo con ‘previsibilidad’ asombrosa– caracteriza el informe del IPPR en condiciones muy negativas, a saber, el ser ‘predecible’, implicando con eso que la Izquierda siempre dice las mismas cosas, mientras que el uso de la hipérbole retórica ‘tambaleándose’ da énfasis a esta característica negativa. El uso del adjetivo ‘otro’ tiene las mismas implicaciones ideológicas que la calificación negativa de ‘predecible’. Las comillas en “rico y pobre” no sólo marcan que ésta probablemente es la expresión del informe de IPPR, sino que al mismo tiempo los señala la distancia ideológica del *Sunday Telegraph* con respecto a tal descripción de diferencias de clase en el Reino Unido.

El segundo párrafo hace uso de una maniobra persuasiva muy conocida, que consiste en citar, aprobatoriamente a alguno de los antagonistas ideológicos como argumento en apoyo de la propia posición, argumentación falaz muy conocido, que implica que ‘si uno de ellos mismos lo dice, entonces debe ser verdad’. Este antagonista simplemente no es presentado ni descrito como periodista de *The Independent*, sino que también lo describe positivamente como ‘más pensante’, implicando ideológicamente con eso que otros en la Izquierda son ‘menos pensantes’ que es un eufemismo por ‘tonto’. En otros términos, la proposición ideológica subyacente en estas maniobras y descripciones son ‘Nosotros somos inteligentes y Ellos son tontos’, una apreciación que también se expresa en la bien conocida descripción aliterada derogatoria muy conocida de ‘la Izquierda Chiflada’ (*Loony Left*).

La cita de *The Independent* es una formulación directa de una actitud neoliberal sobre la redistribución del ingreso, como también sugiere la caracterización valorativa de ‘economías libres’; así mismo la expresión ‘más allá del poder de influencia de los gobiernos democráticos’ políticamente implica una norma de que los gobiernos no deben interferir en la economía –una proposición ideológica básica de la ideología neoliberal. Citando aprobatoriamente este fragmento, el *Sunday Telegraph* implica que está de acuerdo con esta proposición, y se auto-califica como portavoz de ideologías neoliberales. La metáfora ‘callejón sin salida’ es un rechazo ideológico negativo explícito a la redistribución del ingreso

en el cual pueden describirse los planes de acción política como tipos de camino —aquellos que tienen el futuro (están abiertos), y aquellos que no lo tienen (están cerrados).

El resto del editorial selecciona entonces al antagonista ideológico principal del editorial. A la prensa generalmente no le gusta criticar a la prensa. Sin embargo, en este caso, la aparente alineación con la Izquierda de un periódico del *establishment* para la comunidad comercial y, por tanto defensor potencial de puntos de vista conservadores y neoliberales, resulta una inaceptable traición para el *Sunday Telegraph* y, en consecuencia, es severamente criticada. La negación retórica “No era *The Morning Star*”, da énfasis a que esta posición ‘izquierdista’ del FT no se esperaba. La descripción del FT como “resueltamente redistribucionista” es una caracterización ideológica, hiperbólica, de una de las proposiciones de las ideologías izquierdistas o socialistas y, por lo tanto, es ideológicamente descalificada e (implícitamente) rechazada y criticada por el *Sunday Telegraph*.

En el penúltimo párrafo, la referencia “sorprendente” confirma la implicación inferida antes, en el sentido de que uno no esperaría tal posición ‘izquierdista’ del FT. Esto continúa con una descripción negativa más general del FT que se pone más “rosado y más rosado” desde hace años, en otros términos, más izquierdista —que a los ojos del *Sunday Telegraph* es, como tal, una descalificación. Estas palabras también proporcionan detalles locales a la referencia negativa global acerca del FT en el titular (“Pinko Paper”). Vemos que no hay mayor argumentación acerca del apoyo del FT al informe de IPPR. Basta que un periódico influyente apoye un informe izquierdista de una organización izquierdista para ser descalificado. Como un argumento para la declaración general que ‘explica’ esta posición del FT, a saber, que el FT se ha vuelto un periódico izquierdista, el *Sunday Telegraph* cita un caso de ‘evidencia histórica’: que el FT apoyó a Neil Kinnock, político izquierdista muy conocido. Como criterio de argumentación normal, el uso de un ejemplo para apoyar una evaluación general usualmente se calificaría como una falacia.

El último párrafo finalmente atribuye la criticada posición ‘izquierdista’ del FT a mala dirección, específicamente de su jefe Marjorie Scandino, y apoya el argumento diciendo que la circulación del FT en el Reino Unido “ha caído un tercio”, y el argumento se extiende y apunta que a los accionistas no les gustará eso. En otros términos, nosotros encontramos ‘legítimos’ argumentos comerciales contra la insostenible posición ideológica atribuida al FT: los únicos argumentos que el FT y sus accionistas entenderán. Note la aparentemente exhaustiva referencia a “su circulación en el Reino Unido totalmente pagada” que parece sugerir que la imputación no puede sostenerse cuando se tiene en cuenta la circulación completa (incluyendo la del extranjero) —una muy conocida falacia de manipulación de las estadísticas. Aparte de cuadrarse positivamente con los (“sanamente avaros”) accionistas del FT, al ser consistente con su ideología neoliberal, el *Sunday Telegraph* finalmente ataca a Scandino personalmente atribuyendo su *damehood* (señoría) a su posición política - un ataque personal en la forma de la muy conocida falacia *ad hominem*. La implicación política es obvia, pues está claro que se trata de una decisión de un gobierno laborista. Al atacar ideológicamente y descalificar al FT y a su directora, el *Sunday Telegraph* está apuntando al mismo tiempo a sus antagonistas principales: el Partido Laborista y a Blair.

Con estos pocos y sucintamente analizados ejemplos de un editorial, vemos cómo una ideología conservadora subyacente se articula en los textos rutinarios en la prensa. Se critica a una de las típicas proposiciones ideológicas de la Izquierda, que es la redistribución del ingreso, y con eso se critica a quienes la defienden: al IPPR, y sobre todo al importante periódico —que sorprendentemente— la apoya: el *Financial Times*. Las estrategias uti-

lizadas para descalificar a los antagonistas ideológicos siguen el esquema perfilado arriba –el tema negativo global en el titular, los juegos retóricos de palabras (‘pinko’), hipérboles (‘tambaleante’, ‘resueltamente’), metáforas (‘callejón sin salida’), falacias (las autoridades, sola evidencia del caso, *ad hominem*, etc.), selección de/y alabanza a antagonistas ideológicos que están de acuerdo con la posición de uno, y una descripción negativa general del antagonista ideológico y sus posiciones (‘predecible’, implícito ‘tonto’, ‘más y más rosado’), entre otras manipulaciones.

Obviamente, este texto sólo constituye un fragmento diminuto de la inmensa cantidad de posibles marcas ideológicas en el discurso. Sin embargo, este ejemplo ilustra cómo las ideologías subyacentes controlan gran parte de las estructuras de este texto, tales como el titular y el tema principal, los adjetivos, las citas, las descripciones de personas y de la institución, y mucha de su retórica. En un editorial breve como éste, el apropiado debate ideológico apenas se presenta –sólo se declara brevemente y se implica que el *Sunday Telegraph* rechaza la redistribución del ingreso y en general la interferencia del Estado en el mercado, esto es, rechaza cualquier posición ideológica ‘izquierdista’, caracterizándose y confirmando así como conservador en el contexto del Reino Unido, y más generalmente como neoliberal. La estrategia principal es no explicar por qué la redistribución del ingreso es “un callejón sin salida”, sino la de atacar personas influyentes e instituciones –y finalmente el gobierno– que puedan apoyar tal posición.

Nótese finalmente que este texto no es sólo cualquier texto accidental. Es un editorial de un importante periódico de ‘calidad’, en un país importante, posiblemente leído por centenares de miles de las personas. Incluso, aun cuando estos lectores sepan muy poco acerca de los detalles y posibles beneficios de la redistribución del ingreso, este editorial les ayudará a formarse ideas o a reforzarlas en sus mentes para tomar una posición firme contra tal idea (chiflada) ‘izquierdista’. Al mismo tiempo, el ataque contra el *Financial Times* y su directora significa que la lucha ideológica no es un sofisticado debate ideológico acerca de los pros y los contras de la redistribución del ingreso, sino una detracción populista de los antagonistas por medio de todos los trucos discursivos en el repertorio retórico –como los ataques *ad hominem* y la descripción negativa general de los oponentes.

Nuestro análisis también muestra cómo las ideologías se co-producen y reproducen institucionalmente por poderosas empresas (mercantiles) como los periódicos. Sus editoriales expresan directamente el punto de vista editorial dominante, y son, a su vez los portavoces fieles de los dueños. Es decir, los discursos ideológicos son discursos colectivos de grupos, y de muchas maneras indirectas y sutiles reflejan las posiciones ideológicas de sus organizaciones y sus intereses.

Deben analizarse con cuidado tales vínculos entre la empresa, los contenidos del periódico y las posiciones ideológicas que puede mostrarse por el hecho mismo de que el *Sunday Telegraph* critica que otros periódicos, como el *Financial Times*, a veces pueden defender ideológicamente políticas ‘inconsistentes’ como la de distribución de la riqueza. De la misma manera en que las ideologías pueden ser complejas, y combinan a veces grupos de elementos incoherentes, también el discurso ideológico no siempre es una manifestación directa, coherente y transparente de las ideologías subyacentes. Como hemos sugerido antes, todo depende del contexto. El control ideológico no es determinista sino estratégico.

CONCLUSIONES

Contra el fondo de una teoría multidisciplinaria de la ideología, este trabajo resume algunas de las relaciones entre ideologías y discurso. Definidas como representaciones de grupos socialmente compartidas, las ideologías son los fundamentos de las actitudes de grupo y otras creencias, y así también del control 'parcial' de prejuiciados modelos mentales personales que sustentan la producción del discurso ideológico. Esta teoría no sólo da cuenta de las maneras como se producen y se entienden los discursos ideológicos, sino también cómo las ideologías mismas son discursivamente producidas por los grupos y adquiridas por sus miembros. Se enfatiza que las ideologías no sólo son expresadas por el discurso –y de allí que no debe reducirse tampoco al discurso– sino también pueden expresarse y representarse por otras prácticas sociales. Sin embargo, la adquisición y legitimación ideológica, y en general las opiniones ideológicas son usualmente discursivas.

Se muestra cómo las ideologías se relacionan con el conocimiento. Así la presunción de que todo el conocimiento es ideológico se rechaza como demasiado estricta, porque el conocimiento cultural general se presupone y es aceptado por todos los grupos ideológicamente diferentes. También se defiende que una teoría general de la ideología como la que se presenta aquí no pierde su arista crítica –al contrario, una teoría más explícita de la ideología está mejor equipada para examinar críticamente las ideologías y sus prácticas discursivas.

Cuando las ideologías son proyectadas sobre el discurso, se expresan típicamente en términos de sus propias estructuras subyacentes, tales como la polarización entre la descripción positiva del grupo endógeno y la descripción negativa del grupo exógeno. Esto puede tener lugar no sólo explícitamente por medios proposicionales (los temas, los significados, etc.), sino también por muchas otras manipulaciones discursivas que dan o quitan énfasis a Nuestras/Sus Cosas Buenas/Malas, como los titulares y la posición, las estructuras sonoras y visuales, la lexicalización, la estructura sintáctica, los movimientos semánticos como los negadores, y una cantidad de figuras retóricas y movimientos argumentativos. Así, en todos los niveles del texto y del habla podemos observar la influencia del 'prejuicio' ideológico de los modelos mentales y las representaciones sociales subyacentes basadas en las ideologías. Se advierte sin embargo que no *todas* las estructuras del discurso son controladas ideológicamente, y que ninguna estructura del discurso tiene *sólo* funciones ideológicas. Todo depende del contexto, definido aquí como los modelos mentales subjetivos (que pueden ellos mismos ser ideológicos) que representan propiedades relevantes de situaciones comunicativas.

Por vía de ilustración final, se analiza brevemente un editorial del *Sunday Telegraph* (sobre la redistribución del ingreso en el Reino Unido), y se muestra cómo, de hecho, la subyacente ideología conservadora, neoliberal de este periódico controla todos los niveles y muchas propiedades del editorial. Al mismo tiempo, tal editorial muestra cómo son reproducidas en la sociedad las ideologías conservadoras y neoliberales –por ejemplo por el uso de ataques personales, descrédito de los antagonistas ('la Izquierda Chiflada', 'Pinko Paper'), entre muchos otros movimientos– por instituciones poderosas como los periódicos.

BIBLIOGRAFÍA GENERAL

- Anderson, J.R. (1980). *Cognitive psychology and its implications*. San Francisco: W. H. Freeman.
- Billig, M. (1982). *Ideology and social psychology: Extremism, moderation, and contradiction*. New York: St. Martin's Press.
- Brand, M. (1984). *Intending and acting. Toward a naturalized action theory*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Caldas-Coulthard, C.R. & Coulthard, M. (Eds.). (1996). *Texts and Practices: Readings in Critical Discourse Analysis*. London, England: Routledge.
- Converse, P.E. (1964). "The nature of belief systems in mass publics". In D.E. Apter (Ed.), *Ideology and discontent*. New York: Free Press.
- Curran, T.F. (2003). *Soldiers of peace. Civil War pacifism and the postwar radical peace movement*. New York: Fordham University Press.
- Duranti, A. (2001). "Intentionality". In A. Duranti (Ed.), *Key Terms in Language and Culture* (pp. 129-131). Malden, MA: Blackwell.
- Eagleton, T. (1991). *Ideology. An introduction*. London: Verso Eds.
- Fairclough, N.L. (1995). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language*. Harlow, England: Longman.
- Feldman, S. (1988). Structure and Consistency in Public Opinion: The Role of Core Beliefs and Values. *American Journal of Political Science*, 32, 416-440.
- Fiske, S.T. & Kinder, D.R. (1981). "Involvement, expertise, and schema use: Evidence from political cognition". In N. Cantor & J. F. Kihlstrom (Eds.), *Personality, cognition and social interaction*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Fowler, R. (1991). *Language in the news: Discourse and ideology in the British press*. London New York: Routledge.
- Freeden, M. (1996). *Ideologies and political theory. A conceptual approach*. Oxford: Clarendon Press.
- Kress, G. & Hodge, B. (1979). *Language and ideology*. London: Routledge & Kegan Paul.
- Larraín, J. (1979). *The concept of ideology*. Athens: University of Georgia Press.
- Lau, R.R., & Sears, D.O. (Eds.). (1986). *Political cognition*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- Mannheim, K. (1936). *Ideology and utopia: An introduction to the sociology of knowledge*. London New York: K. Paul, Trench, Trubner & Co. Harcourt, Brace and company.
- Oberschall, A. (1993). *Social movements. Ideologies, interests, and identities*. New Brunswick, NJ: Transaction.
- Schank, R.C. & Abelson, R.P. (1977). *Scripts, plans, goals, and understanding: An inquiry into human knowledge structures*. Hillsdale, N.J.: L. Erlbaum.
- Thompson, J.B. (1984). *Studies in the theory of ideology*. Berkeley: University of California Press.
- Vallacher, R.R. & Wegner, D.M. (1989). "Levels of Personal Agency: Individual Variation in Action Identification". *Journal of Personality and Social Psychology*, 57: 660-671.
- Van der Pligt, J. (1992). *Nuclear energy and the public*. Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T.A. (1984). *Prejudice in discourse an analysis of ethnic prejudice in cognition and conversation*. Amsterdam Philadelphia: J. Benjamins Co.
- Van Dijk, T.A. (1987). *Communicating racism: Ethnic prejudice in thought and talk*. Newbury Park, CA: Sage Publications, Inc.
- Van Dijk, T.A. (1993). *Elite discourse and racism*. Newbury Park, CA, USA: Sage Publications.
- Van Dijk, T.A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society* 4(2): 249-83.
- Van Dijk, T.A. (1995). "Discourse Semantics and Ideology". *Discourse & Society*, 6(2): 243-289.

- Van Dijk, T.A. (1998a). *Ideology: A Multidisciplinary Approach*. London: Sage.
- Van Dijk, T.A. (1998b). "Opinions and ideologies in the press". In A. Bell & P. Garrett, *Approaches to media discourse*. Oxford: Blackwell.
- Van Dijk, T.A. (1999). "Context models in discourse processing". In: van Oostendorp, Herre, & Goldman, Susan R. (Eds.), *The construction of mental representations during reading*. (pp. 123-148). Mahwah, NJ, USA: Lawrence Erlbaum Associates.
- Van Dijk, T.A. (2001). "Discourse, ideology and Context". *Folia Linguistica* XXXV/1-2, 11-40.
- Van Dijk, T.A. (2004). "Discourse, knowledge and ideology". In Martin Pütz, JoAnne Neff & Teun A. van Dijk (Eds.), *Communicating Ideologies. Multidisciplinary Perspectives on Language, Discourse and Social Practice*. (pp. 5-38). Frankfurt/Main: Peter Lang.
- Van Oostendorp, H. & Goldman, S.R. (Eds.). (1999). *The construction of mental representations during reading*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Wodak, R. (1989). *Language, Power, & Ideology: Studies in Political Discourse*. Amsterdam: Walter Benjamins.
- Wodak, R. & Meyer, M. (Eds.). (2001). *Methods of critical discourse analysis*. London: Sage.
- Zanna, M.P., Klosson, E.C., & Darley, J.M. (1976). "How television news viewers deal with facts that contradict their beliefs: A consistency and attribution analysis". *Journal of Applied Social Psychology*. 6: 159-176.