



Cómo se reproduce el poder por medio del discurso
*Algunas consideraciones desde el pensamiento de Teun Van Dijk**

How Power is reproduced through Discourse.
Remarks from the Thought of Teun Van Dijk

Edwin Fernando Guerrero Cortés[†]
Colegio Gimnasio Contemporáneo - Armenia, Colombia

Φ

Resumen

En este texto se exponen algunas ideas que surgen de una primera aproximación al pensamiento del lingüista neerlandés Teun Van Dijk, uno de los fundadores del análisis crítico del discurso. La intención en este trabajo es mostrar algunos elementos que nos permitan comprender cómo es que el poder se reproduce por medio del discurso. Para llegar a este objetivo primero tendremos que entender qué son las *representaciones sociales* y advertir la manera en que éstas se relacionan con el discurso. Se advertirá que ocurre una doble relación, pues, veremos que, por un lado, las representaciones sociales constituyen el aspecto cognitivo que permite la expresión e interpretación de los discursos; y, por otro, las representaciones sociales se reproducen por medio del discurso. Finalmente, se mostrará que el poder se reproduce por medio del discurso implantando, con una determinada estrategia, representaciones sociales en la mente de las personas. Entré más se divulguen y perpetúen ciertas representaciones sociales, más efectivo será el discurso.

Palabras clave: Discurso, poder, representaciones sociales, Van Dijk.

* Recibido: Junio 1 de 2019. Aceptado: agosto 30 de 2019.

† Contacto: efguerreroc@uqvirtual.edu.co

Abstract

This text presents some ideas that arise from a first approach to the thought of the Dutch linguist Teun Van Dijk, one of the founders of the critical discourse analysis. The intention of this work is to show some elements that allow us to understand how power is reproduced through discourse. To reach this objective, first we have to understand what social representations are and to notice how they relate to discourse. It will be shown that a double relation occurs, because, on one hand, we will see that social representations constitute the cognitive aspect that allows the expression and interpretation of the speeches; and, on the other hand, social representations are reproduced by means of speech. Finally, it will be shown that power is reproduced through the speech which implants social representations in people's minds according to certain strategies. The more certain social representations are divulged and perpetuated, the more effective the discourse will be.

Keywords: Discourse, Power, Social Representations, Van Dijk.



Material publicado de acuerdo con los términos de la licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0). Usted es libre de copiar o redistribuir el material en cualquier medio o formato, siempre y cuando dé los créditos apropiadamente, no lo haga con fines comerciales y no realice obras derivadas.

Las representaciones sociales

Los miembros de un grupo social comparten ciertas representaciones mentales, estas representaciones son el corazón del grupo social y la base cognitiva que permite cualquier acto comunicativo. Lo primero que se hará aquí será explorar la naturaleza de las representaciones sociales, y luego se mostrará que es gracias a las representaciones sociales que se puede decir e interpretar un discurso.

Las representaciones sociales son representaciones mentales compartidas por los miembros de un grupo social. De tal manera, existen representaciones individuales y representaciones sociales. Las primeras son, en este sentido, representaciones mentales de experiencias que le pertenecen únicamente a uno, mientras que las segundas son representaciones mentales que compartimos con los miembros de un grupo social. Vemos entonces que para entender el tema que aquí se expone es fundamental comprender primero qué es una *representación mental*.

Hay estados mentales intencionales y estados mentales no intencionales, la intencionalidad es una característica que tienen ciertos estados mentales de representar objetos o eventos del mundo. De este modo, estados mentales como creencias y deseos son representaciones mentales. Siguiendo a John Searle, los estados mentales poseen un modo psicológico y un contenido proposicional. Si creo que todos los políticos colombianos son corruptos, en este caso, yo tendría un estado mental en el que la *creencia* sería su modo psicológico, y “los políticos colombianos son corruptos” su contenido proposicional. Se supone que, el contenido proposicional representa las condiciones que deben darse en el mundo para que mi creencia sea verdadera. Por otro lado, si deseo que en las próximas elecciones presidenciales gane el candidato del partido verde, en este caso, poseo un estado mental en el que el *deseo* sería su modo psicológico y, “que las próximas elecciones presidenciales gane el candidato del partido”, su contenido proposicional. En este caso, el contenido proposicional representa lo que debería de darse en el mundo para que mi deseo se satisfaga (Searle 18).

Las *representaciones sociales* son representaciones mentales compartidas por los miembros de un grupo social. El concepto de “representación social” aparece por primera

vez en el trabajo de Serge Moscovici, quien reúne en una sola teoría ideas provenientes de la psicología y de la sociología. Miremos entonces qué dice Moscovici respecto a estas representaciones:

la representación social se muestra como un conjunto de proposiciones, de reacciones y de evaluaciones referentes a puntos particulares, emitidos en una u otra parte, durante una encuesta o una *conversación*, por el "corazón" colectivo, del cual, cada uno, quiéralo o no, forma parte. Este corazón es, simplemente, la opinión pública, nombre que se le daba antes, y en la cual muchos veían la reina del mundo y el tribunal de la historia. Pero estas proposiciones, reacciones o evaluaciones están organizadas de maneras sumamente diversas según las clases, las culturas o grupos y constituyen tantos universos de opiniones como clases, culturas o grupos existen (Moscovici 45).

Siguiendo la definición que nos ofrece Moscovici, se revela que las representaciones sociales son creencias y valoraciones que un grupo determinado posee sobre un tema también determinado. En este sentido, podemos decir que existen, por ejemplo, las representaciones sociales de la clase obrera respecto a la libertad, o las representaciones sociales de los europeos respecto a los latinoamericanos.

Por otra parte, desde la perspectiva de John Searle, donde se asume el criterio de verdad por correspondencia, uno puede pensar que el tipo de representaciones mentales que llamamos "creencias verdaderas" son como espejos donde la realidad se ve reflejada. No obstante, para Moscovici, las cosas son diferentes, puesto que, para el psicólogo social, las representaciones sociales no son espejos donde se refleje una realidad externa, sino que, más bien, las representaciones sociales constituyen una realidad en sí: la realidad social. En efecto,

aquí y allá existe una tendencia a considerar que las representaciones sociales son reflejo interior de algo exterior, la capa superficial y efímera de algo más profundo y permanente. Mientras que todo apunta a ver en ellas un factor constitutivo de la realidad social, al igual que las partículas y los campos invisibles son un factor constitutivo de la realidad física. (Moscovici y Hewstone 710).

Debemos señalar que en este trabajo no se presenta una elaboración profunda del concepto de “representación social”, pues sólo intentamos mostrar su importancia para comprender cómo es que el poder se reproduce por medio del discurso. La idea es mostrar que, quizás valdría mucho la pena emprender una investigación más extensa en el análisis filosófico de este concepto, con miras a lograr establecer una relación inteligible entre el lenguaje, la mente y la realidad social.

Las representaciones sociales como condición de posibilidad para que se puedan expresar y entender los discursos

Los discursos son las diferentes estrategias y recursos de habla y texto. Además de los reconocidos discursos políticos, dentro del conjunto de discursos encontramos también narraciones, ensayos, noticias, relatos, imágenes publicitarias, entrevistas, documentales, y, ciertos tipos de diálogos y conversaciones.

El siguiente paso en este trabajo es advertir que los grupos sociales no pueden afectar a los discursos de modo directo, sino que, entre las estructuras sociales y los discursos media la cognición, especialmente las representaciones sociales. Esto ocurre por la simple razón de que en las representaciones sociales hallamos todos los *conocimientos* necesarios para poder producir e interpretar un discurso.

Van Dijk se preocupó por entender los procesos que ocurren en la mente durante la producción y comprensión de los discursos. Halló que no se puede producir ni interpretar un discurso sin una cantidad enorme de conocimientos que no aparecen en el discurso mismo, sino que se presupone en la mente de los destinatarios. De este modo, cuando leemos un texto de opinión en un periódico, no solamente se activan los conocimientos que poseemos sobre nuestra lengua, o sobre los elementos estructurales de un texto de opinión, sino que, al mismo tiempo, se activan otras cantidades enormes de conocimientos del mundo que hemos ido aprendiendo durante toda nuestra vida.

Ahora, parece que la mayoría de esos conocimientos son representaciones sociales. “Las relaciones entre sociedad y discurso son necesariamente indirectas, y están mediadas

por representaciones mentales compartidas de los actores sociales en tanto miembros de grupos” (Van Dijk 1996 18).

En este punto se mostrará que las representaciones sociales son el principio explicativo del acto comunicativo en el grupo. Para entendernos los unos a los otros no basta con que empleemos las mismas palabras: hay que emplear las mismas palabras también para referirse al mismo género de vivencias, hay que tener, en fin, una experiencia común con el otro. Estas experiencias comunes son entonces el corazón del grupo social y base cognitiva que posibilita el acto comunicativo. Si no existieran las representaciones mentales que comparten los miembros de un grupo, sería imposible la expresión e interpretación de los discursos. Esto, desde luego, no significa que uno tenga que creer o pensar todo lo que piensa el otro para poder comunicarnos con él, pues de ser así, la comunicación entre personas diferentes sería imposible, lo que aquí se quiere decir es que, para poder comunicarnos con los otros debe haber, al menos, representaciones mentales comunes, debemos compartir algunos conocimientos, como que a tal cosa se le dice silla, y a tal otra se le dice casa.

El discurso como medio para la reproducción de las representaciones sociales

Señalado el papel que cumple la mente, y en especial las representaciones sociales, dentro de la teoría que propone Van Dijk para realizar el análisis del discurso, pasemos ahora a otro asunto. Según Van Dijk, existe un tipo especial de discurso, el discurso que se usa para expresar las ideologías de los grupos. Las ideologías son el tipo de representaciones sociales que constituyen las normas y los valores que se encuentran relacionados con la posición particular de un grupo social. Hay que tener en cuenta que los grupos se han constituido impulsados por ciertos intereses, y, que, dependiendo de estos intereses, cada grupo social escoge su ideología. Como señala Van Dijk,

dependiendo de su posición, cada grupo seleccionará entre el repertorio de normas y valores sociales, propios de la cultura general; aquellos que realicen óptimamente sus

finés e intereses, y se servirán de estos valores como los componentes que edificarán sus ideologías de grupo. Así, el valor de “igualdad” o la norma de “no discriminación” será un punto culminante en la ideología de las mujeres, de las minorías y de otros grupos dominados (Van Dijk 1996 18).

Lo que aquí se quiere mostrar es que, por medio del discurso, el poder se reproduce plantando ideologías en la mente de las personas. Entré más se divulgue y perpetúe una ideología en la mente de las personas, más efectivo será el discurso.

Tenemos entonces que las representaciones mentales que comparten los miembros de un grupo social no sólo son las que permiten la expresión e interpretación de los discursos, sino que tales representaciones sociales se reproducen por medio del discurso. “Los discursos pueden funcionar como medios de persuasión más o menos poderosos, esto es, como medios estratégicos para influir en modelos mentales preferentes e –indirectamente– en actitudes e ideologías favorecidas” (Van Dijk 1996 27).

La pregunta ahora es ¿cómo se diseñan los discursos para reproducir representaciones mentales preferentes? Según Van Dijk, existe una estrategia que usan todos los grupos para reproducir sus ideologías. En general, la estrategia consiste en describir en términos positivos a los grupos a los que pertenecemos y a sus miembros, así como a sus amigos aliados y seguidores, mientras que, a los grupos ajenos, a los enemigos u oponentes se les describe en términos negativos (Van Dijk 1996 24).

Supongamos que nosotros conformáramos un grupo y que nuestro interés fuera la distribución equitativa de la riqueza nacional. En este caso, podríamos escoger, dentro del repertorio de los valores ofrecidos por la cultura general, a la “equidad” y la “justicia” como los principales valores para componer nuestra ideología. A continuación, nos describiríamos a nosotros mismos como personas justas y, por otro lado, acusaríamos a las familias más ricas del país de ser injustas. Diríamos también que nosotros somos moderados en los gastos, como debe ser, y que los ricos en cambio despilfarran el dinero en lujos y experiencias raras; y así, sucesivamente, construiríamos una lista de términos positivos asociados a nosotros y, por otro lado, construiríamos una lista de términos negativos para describir a las familias más adineradas del país.

Dependiendo de sus intereses, cada grupo adoptará ciertos valores para componer su ideología, y, dependiendo de esta ideología, se creará una lista de términos positivos y una lista de términos negativos. Los términos positivos serán usados para describir al grupo de pertenecía, mientras los términos negativos se usarán para referirse a los otros grupos. La estrategia incluye también el negar o mitigar aquellas acusaciones donde se nos asocie con acciones negativas y desconocer las buenas acciones de nuestros contrincantes o enemigos.

Para finalizar. Hemos descrito la estrategia global utilizada por los grupos sociales para reproducir sus ideologías, pero queda aún por mostrar sus aspectos más concretos. Estos aspectos no se alcanzan o abordar aquí con detalle, sin embargo, mostraremos un cuadro donde aparece una descripción general de los aspectos concretos de la estrategia (Van Dijk 1996 26).

Descripción / Atribución de acción positiva	
Grupos de pertenencia	Grupos Ajenos
Énfasis	Sin énfasis
Aserción	Denegación
Hiperbole	Subestimación
Topicalización	De-topicalización
Posición prominente.	Posición no prominente.
Poner en encabezado.	Marginación.
Descripción detallada	Vaguedad.
Atribución a la personalidad.	Atribución al contexto.
Explícito	Implícito
Ilustración narrativa	Sin narración
Soporte argumentativo	Sin soporte argumentativo
Control sobre la Imagen	Sin control sobre la imagen

Tabla 1: Comparación de grupos de pertenencia y ajenos

Conclusión

En este trabajo se dijo que las estructuras sociales y los discursos se relacionan por medio de la cognición, especialmente, por medio de las representaciones sociales. Se intentó mostrar que estas representaciones sociales son necesarias para crear y comprender discursos, y, que, al mismo tiempo, es por medio del discurso que se reproducen ciertas representaciones sociales. Gracias a ésta pequeña exploración al pensamiento de Van Dijk, se reveló que, para el autor, las representaciones sociales constituyen la realidad social, y, que, el poder consiste en mantener o crear ciertas representaciones sociales. Por último, se mostró cuál es la estrategia global que se utiliza para llevar a cabo ese proceso.

Referencias

- Moscovici, Serge. *El psicoanálisis, su imagen y su público*. Buenos Aires: Huemul, 1979.
- Moscovici, Serge Y Hewstone, Miles. De la ciencia al sentido común. En: Moscovici, S. (comp.) *Psicología social II. Pensamiento y vida social. Psicología social y problemas sociales*. Barcelona: Paidós, 1986.
- Searle, John. *Intencionalidad*. Madrid: Editorial Tecnos, 1992.
- Van Dijk, Teun. *Análisis del discurso ideológico*. Versión UAM. México, 1996.
- Van Dijk, Teun. *Discurso y poder*. Barcelona: Editorial Gedisa. S.A., 2009.