

El lenguaje televisivo soez como indicador ético de la cultura de una sociedad

Maria Rosa Buxarrais y Amèlia Tey

- *La televisión es uno de los descubrimientos del siglo XX que ha tenido mayor repercusión en las interacciones sociales de todas partes, ya que ha cambiado hábitos, ha facilitado transacciones, ha proporcionado educación, ha creado y destruido personajes, ha universalizado y globalizado. De hecho, podríamos decir que se ha convertido en un entorno simbólico común de interacción con la mayoría de actividades que pensamos y hacemos. En el presente artículo, queremos mostrar la relación establecida entre el lenguaje, la televisión y la cultura vigente, y convertir en un indicador de valores éticos de una sociedad la relación entre lo que se ve en televisión, lo que se dice, los valores que transmite y la posible influencia en los comportamientos y los valores de las personas.*

Palabras clave

Televisión, lenguaje soez, valores, ética, modelos, comportamiento, educación, pedagogía.

Maria Rosa Buxarrais y Amèlia Tey

Profesoras del Departamento de Teoría e Historia de la Educación de la Universitat de Barcelona y miembros del GREM (Grup de Recerca en Educació Moral) de la UB.

Introducción

A estas alturas, ya nadie duda de que la televisión es uno de los descubrimientos del siglo XX que mayor repercusión ha tenido en las interacciones sociales de todo el mundo. Ha cambiado costumbres y hábitos, ha facilitado transacciones, ha proporcionado educación, ha creado y destruido personajes, ha universalizado y globalizado. Sin embargo, y sin la voluntad de ser apocalípticos, somos conscientes del gran poder que tiene y le hacemos socialmente responsable de gestar muchos de los males actuales: generadora de violencia, provocadora de la pérdida de identidades, de la atrofia intelectual de las futuras generaciones, entre otros. Pero debemos remontarnos a los orígenes de la televisión para observar que su principal finalidad, en un principio, no era generar mensajes, sino transmitirlos. Por lo tanto, la televisión se utilizaba para transmitir cualquier tipo de contenido, independientemente del lenguaje que utilizaba.

Ahora bien, consideramos importante recordar que, aunque en un principio la televisión tuvo un uso restringido, ya que eran pocas personas las que la veían, con el tiempo ese uso ha ido extendiéndose y la cantidad de hogares con televisión ha aumentado exponencialmente. A partir de ese hecho, se inicia la gran transformación y, progresivamente, se añaden más funciones a la inicial (transmisión de información). Nos referimos a las funciones educativas, informativas, recreativas, críticas, culturales, entre otras. Esa sobrecarga de responsabilidades ha comportado que se le atribuyan muchas de las actuales disfunciones sociales. Según nuestra opinión, las causas son muy variadas, ya que en una sociedad como la nuestra –tan cambiante y compleja– difícilmente podemos atribuir el origen de algo únicamente a un elemento, por lo que nos parece muy osado atribuir la “culpa” o “responsabilidad” exclusiva a la televisión. Si analizáramos dichas disfunciones sociales en

profundidad –algo que no nos corresponde y para lo que actualmente hay especialistas–, en casi todos los casos deberíamos referirnos a un origen multifactorial.

Por otra parte, el aumento cualitativo de la ignorancia cultural, la disminución del número de libros que lee la gente anualmente, el crecimiento de los niveles de violencia, las manifestaciones del malentendido patriotismo, incluso el “hablar mal” de las personas o el uso incorrecto de la lengua, se convierten en efectos que es preciso analizar.

Aunque dudamos de la finalidad formativa de la televisión –porque, como apuntábamos más arriba, no ha sido diseñada para ello– sí creemos que debe considerarse el lenguaje que utiliza, ya que tanto la forma como el contenido son percibidos como modelos por algunos telespectadores. Es decir, las formas de hablar que se utilizan en televisión son imitadas por muchos telespectadores en su vida cotidiana y, por lo tanto, también son modelos de los valores que se transmiten.

En nuestra sociedad, todos los sectores se relacionan y las acciones de unos repercuten en los otros. Si equipáramos a la sociedad con un organismo vivo, el bienestar de cuyos órganos influye en gran medida en su funcionamiento, podemos extrapolar que cuando algo falla, y le afecta negativamente, el todo lo sufre igual que las partes. Por lo tanto, y siguiendo con el símil, podemos pensar que el uso de un lenguaje soez en la calle puede ser una consecuencia (o no) del lenguaje soez televisivo que, últimamente, está proliferando a marchas forzadas.

En esa misma línea, debemos ser conscientes de que el sistema televisivo de cada país es un reflejo del contexto histórico, político, social, económico y cultural (Gerbner, 1958, citado por Bryant y Zillman, 1996). Hawkins y Pingree (1982) hablan de “aculturación de sistemas de valores” cuando se refieren al hecho de que desde nuestra infancia aprendemos de la televisión, gracias a “lecciones” repetitivas, valores, ideologías y perspectivas. Así, la televisión se ha convertido en un entorno simbólico común de interacción con la mayoría de actividades que pensamos y hacemos. La exploración de su dinámica puede ayudarnos a desarrollar y comprender las fuerzas de cohesión social, dependencia cultural y resistencia al cambio, así como la necesidad de desarrollar alternativas y grados de independencia esenciales para conducirse y autogobernarse en la era televisiva (Bryant y Zillman, 1996, p. 60).

Las personas somos seres eminentemente sociales, y es cierto que no nos relacionamos únicamente a partir del lenguaje oral y/o escrito, sino que el lenguaje gestual es igual o más importante para captar el sentido del mensaje de nuestro interlocutor. A pesar de eso, el lenguaje –hablado o escrito– nos llega de forma muy directa y, o favorece el deseo de seguir comunicándonos con nuestro interlocutor o dificulta la relación.

Para completar nuestra perspectiva de análisis a la hora de tratar esa temática, querríamos destacar, además, que a lo largo de la historia de la filosofía se establecen conexiones teóricas entre el lenguaje y la dimensión ética del hombre. La palabra, exclusiva del ser humano, trasciende el nivel de comunicación de necesidades naturales y alcanza su específica peculiaridad cuando posibilita y da nombre a estimaciones morales y éticas. Estaríamos de acuerdo con la perspectiva sobre “la ética del lenguaje”, esto es, una propuesta que pretende poner de manifiesto que el uso pragmático del lenguaje –en nuestro caso, el lenguaje televisivo– conlleva una dimensión ética que no puede ignorarse.

Dentro de la ética del lenguaje, existen dos interesantes propuestas que pueden darnos luz para realizar este análisis. Aunque no vamos a desarrollarlas en el presente texto, sí queremos mencionarlas y plantear alguna de sus ideas. Se trata de las teorías de la acción comunicativa de Habermas y la teoría ética de Levinas. “Hablar a alguien, utilizar pragmáticamente un lenguaje para establecer una relación intersubjetiva, presupone un doble estrato de la comunicación: el nivel de lo que se dice y el hecho de decirlo a alguien” (Rojas, 2000). Para ambos autores, el lenguaje, antes de ser concebido como un espejo de la realidad, debe ser entendido a partir de la dimensión interpersonal que necesariamente abre e incorpora. De ahí que el lenguaje televisivo adquiera esa dimensión ética de la que hablan dichos autores, ya que tiene muy presente cuáles son sus destinatarios y cómo lo podrán incorporar a su forma de interpretar el mundo y de comunicarse con los demás.

Definición de lenguaje soez

En el artículo, queremos mostrar la relación establecida entre tres conceptos a los que ya nos hemos ido refiriendo en la introducción, es decir, la relación que se establece entre

el lenguaje, la televisión y la cultura vigente como indicador de valores éticos de una sociedad. Por eso, iniciaremos nuestro discurso clarificando qué significa para nosotros lenguaje “soez”.

Sabemos que el lenguaje es un producto cultural, resultado de la interacción histórica entre personas, incluso una herramienta de supervivencia. En consecuencia, es cambiante y dinámico a lo largo del tiempo. Desde la semiótica se distinguen tres instancias: el lenguaje, la lengua y el habla, que nos pueden ayudar en nuestro análisis. El lenguaje es la instancia abstracta, donde se cristalizan y desde donde se defienden los hallazgos hechos por la persona en siglos de interacción verbal. La instancia sincrónica es donde se consignan las reglas gramaticales y sintácticas que se convierten en un “tener que ser”. En segundo término, la lengua es cada una de las particularidades que adquiere el lenguaje según el espacio físico y cultural donde se genera, florece y establece, es el territorio de los idiomas. Y, por último, el habla es la apropiación y práctica concreta que la persona realiza de ese lenguaje adquirido por la educación y la convivencia con sus congéneres, es la instancia pragmática, diacrónica, es el uso y abuso y, sobre todo, es la apropiación de la lengua.

A pesar de que los expertos constatan que el lenguaje está circunscrito al ámbito de la educación y, el habla, a los medios de comunicación, es muy difícil separar la permanente simbiosis que mantienen. Por eso, la televisión no es un espacio donde se enseñe o introduzca ese “tener que ser” del lenguaje, sino que se convierte en un laboratorio donde se observa y registra la variedad de juegos y transformaciones que sufre el lenguaje durante el acto de habla. Deberíamos averiguar hasta qué punto el lenguaje de la televisión refleja, como dicen algunos, qué pasa en la sociedad o si, por el contrario, lo genera. Sin embargo, el lenguaje no está desvinculado de la educación y la ética, porque su empobrecimiento en televisión nos preocupa no sólo como educadores, sino como ciudadanas y ciudadanos de un país.

Cuando revisemos, como es nuestra intención en otro momento, en una muestra de programas cuál es el lenguaje utilizado, seguramente podremos constatar qué está sucediendo con el lenguaje y la lengua de nuestro país, comprobaremos si se introduce ese tipo de lenguaje en el habla cotidiana, y también hasta qué punto está presente el lenguaje soez.

Definir qué es lenguaje soez es bastante complejo. Cuando lo intentamos, nos encontramos, como también sucede con muchos conceptos relacionados con las ciencias sociales y las ciencias humanas, con dificultades derivadas de la ambigüedad del concepto. Es una ambigüedad que deriva de las distintas aproximaciones a la realidad, es decir, que depende de la persona que realiza la definición y qué uso hace del lenguaje en su contexto. Dicho así, no se valora del mismo modo una palabra soez en un grupo de personas de 20-30 años que en otro grupo de 12-20 años, o en niños y niñas de edades comprendidas entre 4 y 12 años; evidentemente, tampoco es igual para los mayores de 30. Posiblemente, si hiciéramos una encuesta en la que personas de distintas edades valoraran si algunos términos son o no palabras soeces, en muchos casos nos encontraríamos con valoraciones del 0 al 10. Es decir, algunos no considerarían las palabras como lenguaje soez y otros se estremecerían al oírlas.

La segunda dificultad a la que nos referíamos está directamente relacionada con las ideologías, creencias y convicciones de las personas, por lo que dentro del mismo grupo de población –por ejemplo, los adultos– podemos observar una enorme variabilidad. De hecho, incluso hay quien puede establecer una relación con el nivel de educación de las personas, y eso conlleva que corramos el riesgo de etiquetar o de ser etiquetados rápidamente. Así pues, los bien educados hablarían mejor que los maleducados. Pero es un gran riesgo referirnos a una persona en esos términos, porque ¿quién establece cuando alguien está bien o mal educado? Y, ¿qué es estar bien o mal educado? ¿Hay unos criterios absolutos sobre el tema? ¿O todo lo contrario y, por lo tanto, es una cuestión absolutamente relativo? Dejémoslo ahí, porque se trata de un debate demasiado profundo para abordarlo en dos líneas, aunque en el transcurso del artículo se podrá percibir nuestra postura, según la que, ya lo adelantamos, creemos que existen unos criterios y valores mínimos que permiten articular coherentemente la diversidad de modelos educativos.

Todavía podemos añadir otro elemento, el factor tiempo, que se manifiesta en la aceptación de la variabilidad de la definición. Existe un dinamismo en la valoración de las palabras, que parecen conceptos que están “vivos”, porque están en “interacción” con la sociedad del momento. Así

pues, parece que también podemos establecer una relación entre las características de una sociedad y el tipo de lenguaje que se utiliza.

Una palabrota o una palabra fea son términos comunes para designar las palabras del lenguaje soez. Pero lo que podemos poner dentro o no del saco de lenguaje soez es una convención cultural y, por lo tanto, no podemos dejar de considerar las características de la sociedad en un momento dado.

A menudo las llamadas palabrotas no son sino torpeza expresiva, anemia, incapacidad de expresarse oralmente, de modo que se hace uso del lenguaje de monosílabos, gestos y gritos. Muchos canales de televisión no tienen ni un mínimo código ético, aunque aparentemente existan reglamentos que difícilmente se cumplen y que tienen como manifestación superlativa la palabra soez y el gesto de mal gusto.

Menéndez Pidal, escritor de la generación del 98, ya hablaba de tres tipos de lenguajes: el lenguaje culto, el lenguaje popular y el lenguaje vulgar. Sin embargo, cabría añadir uno de más bajo nivel: el lenguaje soez, que revela la pobreza intelectual de muchos participantes de la vida de la televisión actual, además de su falta de responsabilidad y ética. En ese mismo sentido, podemos añadir la frase de Alfonso Reyes, un poeta mejicano de principios de siglo XX, que afirma que “cuando se desvirtúan las lenguas, se desvirtúan los pueblos”.

El lenguaje soez está relacionado, pues, con la vulgaridad, ya que *groller* ('soez' en catalán) proviene del italiano *grosso*, que significa 'grueso, no fino, no delicado'. Y aparece, lógicamente, contrapuesto a lo fino, pulcro y clásico.

Es soez cualquier comportamiento, manifestación o palabra que no corresponde a la delicadeza, a lo fino, a la cortesía, ni a las buenas formas. Sin embargo, volvamos a preguntármolo... ¿qué es vulgar? O, dicho de otra forma: ¿quién se atreve a decir que eso es o no soez? Es difícil erigirnos en jueces de algo así cuando sabemos de ejemplos en la historia que nos hacen dudar de afirmaciones tan categóricas. Vincent van Gogh, como el resto de pintores impresionistas, fue uno de los pintores más soeces, ya que el impresionismo sustituye las pinceladas suaves, delicadas y finas por otras de gruesas, espesas y fuertes. En consecuencia, lo que consideramos soez depende de distintos factores ya citados en líneas anteriores.

Debemos ser conscientes de que los medios de comuni-

cación han sido un factor esencial en la evolución del gusto y la educación estética de las masas, tanto por sus propias creaciones y propuestas como por los juicios implícitos o explícitos que hay en la base de sus mensajes. El simple hecho de presentar como digno de atención un diseño de un traje, una forma de hablar, un modo de comportarse, implica divulgar un gusto determinado. Hay palabras soeces que dejan de serlo con el tiempo, porque se convierten en parte del patrimonio cultural de una sociedad, es decir, pasan de ser algo considerado negativo y se les atribuye en el significado un carácter de expresión democrática. Vulgar, del latín *vulgare*, designa el acto de dar a conocer al público algo y, por lo tanto, las palabras que incluimos dentro de la categoría de lenguaje soez pueden dejar de pertenecer a ella si se asimilan a la cultura popular y se difumina su carácter negativo.

Edgar Morin (1966, p. 69-70, citado en Sánchez Noriega, 1997) señala cuatro procesos en la vulgarización: 1) la simplificación de la obra original que no se debe a necesidades técnicas de cambio de formato o de género, sino al consumo masivo; 2) el maniqueísmo, cuando un conflicto dramático aparece con perfiles subrayados en los que luchan el bien y el mal; 3) la actualización introduce en las obras clásicas las sensibilidades contemporáneas y se diseñan personajes y dramatizaciones al gusto actual, y 4) la modernización que traslada a la actualidad las acciones del pasado.

La cultura del mal gusto o *kitsch* (Eco, 1977, p. 79-151) es uno de los principales resultados de la operación divulgadora que trata de poner al alcance de todo el mundo los hallazgos de la cultura intemporal. Lo que es *kitsch* no sólo depende del mensaje, sino de la actitud del consumidor que puede convertir en fetiche una auténtica obra de arte en el proceso de recepción.

En un artículo publicado en *La Vanguardia* (04/09/07), Joan Jiménez, en referencia a esa cuestión, nos comenta que “La vulgaridad se ha adueñado de la televisión. El abrupto, la ordinariez, el mal gusto, la palabra malsonante y grosera tiene su espacio en la generalidad de programas que a diario nos inyectan las televisiones tanto públicas como privadas”.

El lenguaje televisivo soez, pues, codifica posiciones particulares, creencias y perjuicios, conductas verbales orientadas a la rebeldía, la ausencia de autoridad, el facilismo, el

dinero y el sexo. A menudo, la trasgresión verbal apunta a una ideología que quiere transmitir una revuelta contra la autoridad, lo que está establecido, lo que está pautado. Por ejemplo, Bart Simpson, de la popular serie *Los Simpsons*, utiliza un lenguaje soez y simple, el antilenguaje, que se caracteriza por intercambios cortos, con falta de carga informativa; son diálogos básicos, que dan lugar a muchos malentendidos, superposiciones y solapamientos, una constante búsqueda de imponerse al otro. El nuevo anti-héroe televisivo sigue sus propias normas y se burla, a su manera, del sistema.

El lenguaje televisivo y el aprendizaje vicario

A partir de todo lo comentado hasta ahora, se nos plantea una cuestión: ¿podemos llegar a identificar, pues, alguna característica de la definición de palabras soeces que podamos compartir, dejando a un lado las diferentes aproximaciones a la realidad, las distintas ideologías, convicciones y la variación debida al tiempo?

Desde nuestro punto de vista, se dan elementos identificadores de la definición que permanecen constantes. Para introducirlo, nos planteamos que el lector responda a la siguiente pregunta: ¿Qué nos molesta del lenguaje soez? Posiblemente, las distintas respuestas implican, de uno u otro modo, la consideración de valores. Nos referimos al respeto, hacia uno mismo o hacia el otro, o mejor dicho, la falta de respeto que atribuimos a la palabra soez. Eso es lo que nos impide concebirla como parte del patrimonio cultural y, en cambio, sí la percibamos como algo amenazador.

Volvemos a insistir en la idea de que los medios tienen mucha importancia en la socialización de normas y expectativas de conductas. Desde ese punto de vista, constatamos que las ciencias sociales muestran que las variedades psicológicas individuales nunca son la única base de las opiniones y conductas de los individuos que dependen de las normas sociales, los sistemas de roles, los controles sociales y las jerarquías de posición social; es decir, de la validación consensual que el grupo de referencia ejerce sobre esas normas, actitudes y opiniones. Concretamente, en el comportamiento vinculado a las normas, actitudes, opiniones, afectos, sentimientos y emociones, los medios tienen dos efectos básicos

(DeFleur/Ball-Rokeach, 1982, p. 332-334, citado en Bryant y Zillman, 1996): la activación o la puesta en marcha de una conducta como consecuencia de los mensajes masivos y la desactivación para hacer una determinada conducta, también a consecuencia de ese tipo de mensajes.

Desde la teoría social cognitiva de Bandura (1994), también se plantea una explicación del tipo de influencia que adquieren los modelos televisivos sobre la conducta verbal y no verbal de las personas. Las acciones de los modelos asumen el poder de activar y canalizar los comportamientos cuando, a ojos de los observadores, son buenos predictores de que, actuando de forma similar, obtendrán resultados positivos. Las industrias de la moda y del “buen” gusto se apoyan en ese poder de inducción social del modelo.

De todos modos, las influencias de los modelos actúan de distintas formas: como tutores, inhibidores, desinhibidores, apuntadores sociales, incitadores de emociones, realzando valores y concepciones de la realidad, que pueden funcionar separadamente pero que a menudo lo hacen conjuntamente. Así, el modelaje de un lenguaje soez a partir de la exposición a modelos televisivos que utilizan y promueven su uso e, incluso, su difusión social.

Lenguaje soez: un indicador ético de la sociedad

Es incuestionable la influencia de los medios de comunicación sobre la población escolar. Podríamos citar muchos ejemplos extraídos de la vida cotidiana. Tampoco es preciso destacar que el trabajo que afrontan hoy los maestros para educar a chicos y chicas de acuerdo con una escala de valores cuesta más cada vez de justificar, es una ardua tarea, porque a menudo los valores positivos, deseables, como justicia, dignidad, responsabilidad, libertad, equidad, respeto, entre otros, no son fáciles ni de transmitir ni de alcanzar. Incluso parece que tenemos una tendencia instintiva hacia los valores negativos, no sólo porque implican menos o ningún esfuerzo, sino porque son fomentados por la sociedad actual –egoísmo, facilismo, violencia, consumismo, etc.– con la ayuda de los medios de comunicación.

Hemos consentido durante tanto tiempo la invasión mediática sobre nuestras costumbres y valores que ya se da

por sentado que esperar un trato respetuoso de los otros, el buen gusto en una conversación y un poco de honestidad son algo anticuado y fuera de sitio.

El problema es que no sólo se trata de palabrotas o palabras soeces, sino que todo es más profundo. La incontrolada exposición a programas de televisión en los que exista un exagerado dispendio de ese tipo de palabras puede producir un importante efecto vicario, sobre todo en edades escolares. Ya no se trata de una moda ni una costumbre pasajera: estamos ante toda una filosofía de vida —una cultura— promovida no sólo por los espectáculos televisivos, sino por la prensa escrita y la publicidad, y eso conlleva que exista una excesiva tendencia a aceptar como normal lo que, en realidad, se está mostrando como excepcional.

De todos modos, los niños y niñas no son los únicos que están sometidos a la deformante presión de los medios. También ven la televisión sus padres y madres y los maestros que, no por tener más edad son menos influenciables, aunque sólo sea por agotamiento ante la infinita repetición de conceptos o la saturación intelectual inducida a recibir siempre los mismos estereotipos, las mismas opiniones, el mismo lenguaje vulgar y soez. Los medios no suelen ser cuestionados, y tampoco sus mensajes. Nos han convencido de que lo que hacen es lo único posible y, lo que muestran, lo único que existe.

Pero, ¿qué valores transmite la televisión? Para responder a esa cuestión, deberíamos introducir la siguiente consideración: en principio, la televisión no pretende transmitir valores positivos y su efecto no va a depender tanto de los contenidos televisivos, sino de la disposición mental de ver televisión, es decir, de las condiciones personales y sociales de cómo se ve la televisión, de ser susceptibles al tipo de contenidos que se muestran. Pero si tuviéramos que relacionar el lenguaje televisivo soez con los valores propios de una sociedad democrática y pluralista, en la que conviven distintas formas de entender la vida, lo primero que se nos ocurre es plantearnos cómo caracterizamos la interacción con el otro, de qué forma establecemos esa relación, qué valores ponemos en juego. Directamente, vemos asociado el valor del respeto, ya que tener en cuenta las necesidades y los sentimientos del otro se encuentra en el trasfondo del uso de ese tipo de lenguaje, aunque, como hemos dicho anteriormente, puede tratarse de una cuestión del momento, de los tiempos en los que

vivimos. No por eso debemos cerrar los ojos ante esa situación, ya que nos estamos jugando el futuro de la ciudadanía.

Educar a una ciudadanía crítica con los medios

Cuando menos, la televisión es cómplice de la sociedad que tenemos, no lo olvidemos. Afortunadamente, la televisión no es homogénea, y tampoco la sociedad. Existen distintas formas de relacionarnos, diferentes tipos de contenidos o dependencias ideológicas. Por lo tanto, gracias a ella podemos potenciar la capacidad crítica de nuestra ciudadanía.

Si pensamos en la televisión, nos damos cuenta de que, aunque las imágenes son muy importantes, siempre van acompañadas del lenguaje. En el caso de las películas y series, objeto del estudio que nos ocupa, el lenguaje se refleja en los diálogos que mantienen los protagonistas. Cuando percibimos que lo que dicen nos agrade, que no nos es agradable, que hiere nuestra sensibilidad, es porque, para nosotros, utilizan lenguaje soez. Y, directamente, lo asociamos a una mala calidad en la producción o el medio.

El *Diari de Barcelona* apuntaba ya en febrero de 2005 que la calidad de los programas televisivos es una de las principales preocupaciones de la audiencia en Cataluña, en donde 7 de cada 10 personas consideran que en el último año ha aumentado considerablemente la teleporquería, por lo que es necesario regular los programas que promueven ese tipo de televisión. Así lo revela el último estudio de opinión pública del Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC), en el que se reflejan las inquietudes de la sociedad sobre el rol de los medios de comunicación a partir de una encuesta realizada a 1.600 personas mayores de edad. El informe destaca que el 74% de la población tiene la impresión de que la emisión de programas como *Gran Hermano*, *Crónicas Marcianas* o *Tómbola* se ha incrementado a lo largo del pasado año. Lo que más molesta a los catalanes en relación con los programas teleporquería es que se crean personajes famosos sin ningún mérito profesional o artístico, a la vez que utilizan un lenguaje soez. Asociamos, pues, teleporquería a lenguaje soez (entre otros factores).

Entonces, ¿qué podemos hacer con una realidad como ésta? Una de las posibles respuestas la proporcionan las

distintas acciones o recomendaciones del CAC al buscar las formas de regular la aparición de lenguaje soez en determinados programas y, principalmente, en determinadas franjas horarias. Pero además de la necesidad de intervención de órganos como el CAC en franjas de horario protegido, debemos considerar que el *target* al que se dirige ese horario cada vez ve más la televisión en otros horarios, en los que la regulación de las palabras soeces no está prevista. Por lo tanto, debemos pensar en algo más que nos permita tener la conciencia tranquila que como comunidad o sociedad educadora hacemos lo que está a nuestro alcance para garantizar unos mínimos a los niños y jóvenes. De hecho, eso se percibe como algo todavía más urgente cuando nos damos cuenta de que son precisamente ellos los ciudadanos del mañana. De ahí la urgencia de intentar que no incorporen a su patrimonio cultural ciertas palabras o expresiones soeces que manifiestan una falta de respeto personal o hacia el otro. Cuando escuchamos conversaciones de jóvenes, amigos, y oímos que se insultan para dirigirse el uno al otro, sin decirse por el nombre y únicamente para llamar la atención, nos damos cuenta de la relativización que se está produciendo en el lenguaje formal y los sentidos que le atribuimos.

Una sociedad que se mueve a partir de los valores relativos corre el riesgo de no encontrar el modo de crear el puente entre los distintos modelos de vida y, aunque es cierto que jóvenes y adultos tenemos distintas visiones de lo que significa vivir en sociedad, también lo es que es nuestra tarea responsabilizarnos de crear las condiciones que les permitan construir su matriz de valores, su modelo de vida, haciéndolo compatible con el de los otros. El respeto y la responsabilidad son valores que van —o deberían ir— de la mano de cualquier sociedad democrática que quiere conseguir unos niveles de convivencia superiores y para la que, si es preciso, buscarán las herramientas necesarias de transformación. En ese punto es donde debemos decir algo, y debemos hacerlo todos los que nos sentimos agentes educativos.

Nos gusta la expresión de Nicolás Lorite cuando defiende una pedagogía activa del lenguaje televisivo que, a pesar de que él la describe para estudiantes universitarios, consideramos que transmite la base de lo que representa para nosotros la implicación personal en la educación responsable y respetuosa de los niños y para que, a su vez, ellos

también sean respetuosos y responsables.

Es cierto que la pedagogía activa parte de la práctica, la experiencia, el contexto y el diálogo, y a partir de ahí extrae algo más conceptual o abstracto; es decir, llega a conseguir una interiorización desde la reflexión, movida por intereses personales, y desde la significatividad de lo que se presenta.

Puesto que el lenguaje soez está presente en televisión, nuestra misión consistirá en que no se llegue a percibir como algo natural en las relaciones entre personas.

Asistimos a un proceso de transmisión de valores, usos y costumbres, con el que somos bombardeados continuamente, seamos ricos o pobres, rurales o urbanos, pequeños o mayores. La educación informal que nos entregan es tanto o más relevante que la formación moral o la creación de buenos hábitos en las nuevas generaciones que se quiera llevar a cabo tanto en el hogar como en la escuela. Se trata, pues, de un verdadero currículum oculto, que tiene como directrices los intereses —a menudo económicos— de unos pocos.

El objetivo que planteamos es de altos vuelos, porque apunta hacia una educación en valores desde un planteamiento crítico de los programas de televisión, su calidad y la relación que eso tiene con el hilo argumental, la densidad cultural, el humor que plantea y el tipo de lenguaje que utilizan. Así pues, no se trata de prohibir ciertos programas, sino de educar a los que los ven. Las medidas coercitivas no tienen sentido en una sociedad en la que la información está al alcance de todo el mundo muy rápidamente, porque ello implicaría para los jóvenes el valor añadido que supone “el riesgo de hacer lo que no se puede hacer”. Desde nuestro punto de vista, el lenguaje soez se dejará de utilizar en televisión cuando deje de ser algo que identifica a un sector de la población, que lo percibe como una señal aglutinadora. Los que ven determinados programas ya comparten algo y ese sentimiento de pertenencia hace que lo generalicen al utilizarlo también en los contextos cotidianos.

A partir de todo lo que hemos comentado, apuntamos algunas ideas que consideramos que se pueden retomar para plantear una pedagogía activa del lenguaje televisivo:

- Partir del contexto y dialogar, dándoles realmente voz, para saber qué es lo que les interesa de determinados programas. Posiblemente, el lenguaje soez es un elemento significativo, pero no el central.

- Analizar conjuntamente la trama de las series y personajes.
- Cuestionar el discurso formal de personajes opuestos para observar las características que se les atribuyen.
- Buscar a algún modelo de características positivas para los jóvenes que no utilice lenguaje soez.
- Presentar programas diferentes a los que ven habitualmente y analizarlos conjuntamente para establecer conexiones con su realidad.

Pero el trabajo de los educadores no es suficiente. Es preciso apoyar esas buenas intenciones con una política de estado, esto es, con la plena voluntad de la sociedad organizada, impulsando un plan que reúna a todos los frentes –familia, escuela, comunidad– y que imponga unas reglas del juego, en lugar de someterse a los diseños de un determinado sector. En definitiva, hacer real la expresión de sociedad educadora.

Bibliografía

- ALSIUS, S. *Ètica i periodisme*. Barcelona: Pòrtic, 1998.
- BANDURA, A. *Pensamiento y acción*. Barcelona: Martínez Roca, 1987.
- BANDURA, A. *Teoría del aprendizaje social*. Madrid: Espasa Calpe, 1982.
- BRYANT, J.; ZILLMANN, D. *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: LEA, 1996.
- BUENO, G. *Telebasura y democracia*. Barcelona: Ediciones Grupo Zeta, 2002.
- ECO, H. *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen, 1977.
- ESTRADA, A. “La calidad de la lengua de la televisión en catalán”. En: *Quaderns del CAC*, núm. 18. Barcelona: Consejo del Audiovisual de Cataluña, 2003, p. 79 - 84.
- FERNANDEZ DE DÍAZ, R. *El uso del español en los medios de comunicación*. Ponencia pronunciada en el II Congreso Internacional de Lengua Española. Valladolid, 2001.
- LORITE, N. “Una pedagogía activa del lenguaje televisivo para comunicadores del futuro”. En: *Revista Científica de Comunicación y Educación*, núm. 17, 2001, p. 138 -143.
- MARTÍNEZ, M.; HOYOS, G. (coord.) *La formación en valores en sociedades democráticas*. Madrid: Octaedro, 2006.
- MERINO, A. G. El rol de la interacción ficcional televisiva en la formación de identidades sociales. Universidad Nacional del Comahue. Argentina. IV Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación. Brasil, 1998.
- PRATS, E.; BUXARRAIS, M. R.; TEY, A. *Ética de la información*. Barcelona: Ediuoc, 2004.
- ROJAS, P. “La ética del lenguaje: Habermas y Levinas”. En: *Revista de Filosofía*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2000, núm. 23, p. 35-60.
- ROCKEACH, M. *The nature of Human Values*. Nova York: Free Press, 1973.
- SÁNCHEZ NORIEGA, J. L. *Crítica a la seducción mediática*. Barcelona: Tecnos, 1997.