



Publicaciones Digitales COMFER

# El discurso de los usuarios El Lenguaje de la TV

• GRACIANA VÁZQUEZ VILLANUEVA

• ALEJANDRA VITALE

# COMFER

Comité Federal de Radiodifusión

# 3

## El discurso de los usuarios: El lenguaje de la TV

Graciana Vázquez Villanueva Alejandra Vitale

*Estos programas con muchas malas palabras, que toman como cómicos problemas ajenos. No hay derecho a la grosería, al lenguaje soez, a los desnudos, los gritos (Josefina, 14/02/2001)*

*¿Por qué la TV utiliza un vocabulario no acorde con la ética? (Edgardo, 23/03/2001)*

La desnudez asociada al lenguaje utilizado en cierta TV, el lenguaje en relación con lo grosero y lo soez son objetos que refieren en la denuncia de los usuarios una red de sentidos. Por un lado, el ideal de un lenguaje legítimo, autorizado, portador de una norma, de un estilo expresivo funciona como una representación social que se centra en la "corrección lingüística" y el "bien decir". Detrás de la misma, la gramática cobra su referencia. Por otro, y más allá de este primer sentido, se encuentran las formulaciones que desarrollan una concepción del lenguaje asociado a lo que es legítimo, al buen decir que corresponde a lo social y que conduce a la relación entre ética y lenguaje, en otras palabras, a la expresión de los derechos lingüísticos: lo que hay que decir, lo que es adecuado decir, lo que se puede decir porque es aceptado por la sociedad.

La relación entre lenguaje y desnudez -"No pasen más malas palabras, más desnudos, más gestos obscenos" (Juan, 3/1/2001)- conduce a la búsqueda de definiciones. La desnudez, como estado del hombre, de la sociedad, significa falta de recursos y carencia de bienes (de fortuna, entre otros) y por extensión, indecente, en tanto se está carente de decencia. Como acción, desnudez significa estar despojado de lo que cubre y adorna, estar desnudo de méritos, de favor y en consecuencia significa actuar, obrar descubiertamente, a la vista de todos. Desde estos sentidos, el lenguaje desnudo de cierta TV implica una pluralidad de análisis posibles: lenguaje carente de sentidos, lenguaje despojado, lenguaje sin méritos, es decir, el lenguaje propio de la lógica mercantil.

Por otra parte, la relación entre lenguaje y grosería -"el vocabulario usado en los programas, las groserías, todo es tan malo" (Rafael, 5/03/2001)- también implica considerar los significados de una palabra. Grosería significa descortesía, falta grande de atención y respeto, tosquedad, carencia de finura y primor, rusticidad, y por extensión se asocia a ignorancia, a avería, a lo que se "aplica" al talante oscuro, confuso y poco agudo. Estos nuevos sentidos otorgados al lenguaje de cierta TV conduce el análisis hacia aquello que no respeta a los otros -"Cansado de ver tanta basura hago un pedido urgente" (Carlos, 3/01/2001)-, hacia lo que es de "avería" oscuro e ignorante y por lo tanto "bajo" -"En muchos programas se usan términos groseros ¿Por qué se permite tanta bajeza?" (Cristina, 20/4/2001)-.

La corrección lingüística, la corrección moral, educativa, social a partir de determinadas funciones asignadas al lenguaje, o por contraposición, la inversión de los sentidos de "la corrección", dan la posibilidad de reflexionar, una vez más, en el lenguaje concebido como patrimonio social y cultural, como herramienta privilegiada del sujeto social, como capital legítimo. La pregunta entonces no es sólo

qué piensan los usuarios sobre el lenguaje de los medios sino qué pautas y principios de análisis -de su análisis- ofrecen. Indudablemente el discurso de los usuarios pone en escena y explicita una demanda atendible ya que, más allá de la norma lingüística -del respeto a cierta norma-, otros sentidos que definen el lenguaje mediático refieren la centralidad de la TV como contexto de adquisición lingüística y como proveedora de estrategias de sociabilidad.

Bourdieu afirma que un sujeto trata de adquirir la competencia por hablar la lengua legítima de una sociedad -en el sentido de contar con un conjunto de saberes sobre el lenguaje que le permitan comunicarse adecuadamente, y por extensión, competir, ser eficaz- y que esa competencia depende del patrimonio social que sin embargo siempre representa las distinciones sociales y las separaciones diferenciales. Dice Bourdieu:

*Las propiedades que caracterizan la excelencia lingüística pueden resumirse en dos palabras, distinción y corrección. En los usos de la lengua como en los estilos de vida, sólo hay definición relacional: el lenguaje "rebuscado", "selecto", "noble", "elevado", "refinado", "preclaro", "distinguido", contiene una referencia negativa (las propias palabras para designarlo lo dicen) al lenguaje "común", "corriente", "ordinario", "hablado", "familiar" o, incluso "popular", "crudo", "grosero", "descuidado", "libre", "vulgar" sin hablar de lo innominable, "galimatías" o "jerga", "guirigay" o "jeringoza" (Bourdieu, 1999: 34)*

El lenguaje entonces no solo sirve para comunicar sino que también **distingue** a los sujetos. Un "yo me distingo" por hablar como hablo rige las diferencias entre los sectores de una sociedad: escritores, docentes, políticos, periodistas, y también gente del común. Al mismo tiempo, la lengua **corrige**, en la medida que por medio de ella, ante la jerarquización de las hablas de los grupos sociales (migrantes, sectores populares, sectores medios, variaciones barriales), se trata de controlar a través de cierta regulación -la corrección léxica, sintáctica, de pronunciación- la intensidad de las diferencias. Por ejemplo, en sus orígenes, la escuela pública argentina, frente a las "diferencias" inherentes a una sociedad en un fuerte proceso inmigratorio trató de pautar una homogeneidad lingüística por medio de marcadas estrategias de corrección.

Desde esta perspectiva, el discurso de los usuarios refiere los principios de corrección/ control lingüístico y de distinción, sin embargo el "soporte" que señalan, cierta TV -talk show, reality show, algunas publicidades, algunas telenovelas-, implica dar otra vuelta de tuerca al lenguaje "correcto y distinguido de los medios". Por esa razón hemos dividido este trabajo en dos partes.

En primer lugar formulamos algunas pautas sobre el uso del lenguaje y las diferencias sociales. En este punto esbozamos la relación entre la adquisición del lenguaje y el rol de cierta TV. Esto conduce al tema de la televisión entendida como un bien público y su necesidad de respetar los derechos, entre ellos los derechos lingüísticos, y uno en particular, aquel que reflexiona sobre "que significa lo que se puede o no decir" y por extensión "que significa la crítica a determinadas formas lingüísticas" porque éstos constituyen lo que es aceptable y lo que no es aceptable para una determinada sociedad. En segundo lugar planteamos la relación entre corrección lingüística y diferencia lingüística desde el punto de vista de la norma, es decir, de lo que es "inherentemente"

correcto y que explicita una memoria discursiva, la larga duración de ciertas ideas sobre el lenguaje, de la que el discurso de los usuarios da cuenta.

## 1. Usos del lenguaje y diferencias sociales

*El lenguaje, las expresiones, los gestos son un desastre. Es el momento de empezar a educar por TV ¿Por qué se permite semejante bajeza en la programación? ¿Por qué quieren una TV basura con malas palabras, con groserías, con gritos? (Carmen, 5/01/2001)*

Carmen deja en su denuncia de lado la norma lingüística en tanto corrección y se traslada a un marco social más amplio: la TV basura cuando reclama una TV-educativa centrada en el lenguaje. Surge entonces la pregunta ¿Por qué el lenguaje para educar desde la TV?. Desde la sociología de la cultura se sabe que la comunicación, definida en términos de un **intercambio lingüístico**, implica relaciones de fuerza entre los locutores y sus receptores, es decir, representa la realización de un poder simbólico que condiciona los respectivos grupos (Bourdieu, 1999: 11). Los grupos entonces se definen por el lenguaje que hablan y por medio de ese lenguaje marcan su pertenencia, su relación interna y su interacción con otros grupos. Allí, en la fuerza ejercida por medio del lenguaje para comunicarse pero también para distinguirse de otros, está el poder simbólico. Qué se dice y cómo se dice, el uso de un lenguaje específico en una determinada situación de habla, conlleva un problema de adecuación (al tema, a la situación de palabra, a los interlocutores), de aceptabilidad, de legitimidad y, en consecuencia, de poder. De esta manera, todo intercambio comunicativo está inserto en un mercado lingüístico además de cultural, social y económico que impone sanciones sobre lo que es adecuado decir, censuras sobre lo que no puede ni debe ser dicho, pautas sobre las formas (léxico, sintaxis, pronunciación). Cuestión de adecuación, la denuncia de Carmen reclama sobre la función social del lenguaje mediático. Por otra parte, otra usuaria afirma:

*Los reality show denigran el lenguaje. Gestos, palabrotas, groserías, en fin, todo es espantoso. Son perjudiciales para nuestra juventud, están fuera de la realidad, fuera de lugar (Valeria, 6/02/2001)*

Valeria refiere otro elemento del mercado lingüístico: los contextos sociales o institucionales donde los sujetos **adquieren y se apropian del lenguaje**. La familia, la escuela, los medios masivos y sobre todo la TV determinan las condiciones específicas para la adquisición de una competencia lingüística que va a ser legítima o ilegítima, eficaz o ineficaz, amplia o restringida para la producción y recepción de mensajes por los sujetos sociales. Allí radica la denuncia de Valeria, en el hecho de hacer explícita una carencia, aquella que no le permite a un grupo específico -los jóvenes- adquirir un lenguaje eficaz para la sociabilidad.

Junto con esto se ha observado como, entre el mercado lingüístico en el cual los sujetos sociales interactúan y la adquisición de una competencia lingüística efectiva, **las diferencias reveladas por la confrontación de hablas distintas implican diferencias sociales**. Las lenguas separan en lo social y compiten en lo político y en lo económico en la medida que la apropiación de puestos de trabajo y de ventajas económicas está reservada a los poseedores de la competencia lingüística legítima y de una

identidad prestigiosa o, al menos no estigmatizada (Bourdieu, 1999: 28). Las diferencias sociales marcadas por las diferencias lingüísticas se explicitan en la denuncia de Marina:

*¿Por qué en los canales se transmite la locución de chiquilines que lo único que hacen es gritar y decir groserías?  
¿Por qué presentan un lenguaje pobre que empobrece? ¿Por qué hay locutores, actores, actrices que usan un  
lenguaje concientemente "mal educado"? No tienen derecho (Marina, 16/02/2001)*

La negación de esta usuaria -"no tienen derecho"- refiere el rol de cierta TV que reproduce, en términos de Bourdieu, la diferencia entre la distribución, muy desigual, del conocimiento de la lengua legítima y la distribución, mucho más uniforme del reconocimiento de esta lengua (Bourdieu, 1999: 36). Ante esta distribución desigual del conocimiento de la lengua, esta denuncia conlleva varios niveles de crítica que realiza su enunciativa. En primer lugar, la TV estigmatiza determinadas variedades definidas por los usuarios como "groseras", "vulgares", "malas, muy malas", "obscenas". Esta estigmatización se centra en cierto léxico, en un determinado tono, en específicos parámetros paralingüísticos -gestos, vestimenta, posiciones corporales- y en cierta lógica de producción mediática que ofrece un "determinado lenguaje" en tanto, respondiendo de manera circular a un razonamiento tautológico, al mercado de los medios le corresponde un específico "mercado lingüístico" -para llegar a todos, para incluir a todos porque entienden un lenguaje-.

Efecto de neutralización y de naturalización, en segundo lugar la TV reproduce "la diferencia social por la diferencia lingüística" de un modo que explicita la pérdida de legitimidad, de credibilidad, de sociabilidad propias de las sociedades voyeurísticas del nuevo milenio. Ese "lenguaje de fondo" de cierta TV señala su compenetración con la oralidad más primaria, con la fragmentación de la vida, con la tiranía de la imagen fugaz (Barbero, 1999: 111). En síntesis, y volviendo al ejemplo que dimos anteriormente, si la escuela laica argentina surge, como en Francia, con una función de control del lenguaje social y del cuerpo social (higiene, uniformidad por el guardapolvo, toma de distancia) que tenía como objeto homogeneizar a la ciudadanía, hoy la TV, en concreto la programación referida por los usuarios, también regula los lenguajes sociales y el cuerpo social. Sin embargo, en este presente, la diferencia radica en el hecho que, redefinidos y recontextualizados lo popular, el lenguaje social y las disposiciones corporales, los elementos culturales que antes se usaban a modo de resistencia contra la censura o contra los pruritos de ciertas clases sociales, privilegiado el papel del mercado, las audacias de un lenguaje "llano" y la mostración del cuerpo en la TV son, como sostiene Bourdieu, menos inocentes de lo que pudiera parecer "toda vez que, al rebajar la humildad a la común naturaleza tiende a poner patas arriba el mundo social" (Bourdieu, 1999: 61). En el fondo la cuestión es esa, una cierta programación que ayuda a trastocar el mundo social, o el triunfo de la experiencia del mercado bajo la tramposa oferta de una cultura de la in-diferencia (Barbero, 1999: 99)

Por esa razón los usuarios realizan una topología y una topografía -las palabras refieren al cuerpo- como representación del lenguaje mediático. En el mundo de la imagen, las palabras formulan gestos. Qué se dice y cómo se dice se explicita en las denuncias a través de un lenguaje transparente que no oculta el objeto de acusación. Si un estilo es constituido en y por el uso social, hablar es apropiarse de un

estilo específico entre muchos condicionado por un mercado lingüístico. Irónicamente, para atacarlo, los usuarios hablan en el lenguaje que critican y piden otro porque cumplen con ese principio de la adquisición del lenguaje que determina que para apropiarse de un estilo hay que percibir, aprehender, interpretar, utilizar. Lo que se critica es entonces la imposición de cierta hegemonía lingüística. El lenguaje monocorde en su histrionismo, siempre el mismo, de cierta TV no sólo impide mostrar y por ende percibir las variedades lingüísticas para que los espectadores, en la pluralidad social de los estilos, se apropien de un lenguaje que consideren adecuado o legítimo, sino que **somete a cierto y tal vez interminable tedio al mostrar una única variedad por cierto cada vez más pobre.**

A esto se suma el hecho que el discurso de los usuarios representa como a la jerarquía de grupos sociales corresponde la jerarquía de estilos y de usos lingüísticos, y como en la apropiación por la lengua legítima, o mejor dicho, en el trabajo por la apropiación de una lengua legítima y autorizada por medio de la escolarización, de la familia, y también de la mediatización, la TV sucumbe, **una vez más, en la lógica de un mercado que hace del vacío lingüístico la nueva norma.**

De allí que tal vez haya que volver a nuestro planteo original entre distinción y corrección del lenguaje en la medida que su legitimidad radica en lo social, es decir, es formulado y trabajado por la sociedad. Desde esta definición de legitimidad, un lenguaje no es grosero porque utiliza solo tal léxico y no es "chabacano" inherentemente sino que lo es por la legitimidad que un grupo - espectadores- le otorga a una situación comunicativa o la ilegitimidad que le adjudica, por la autoridad que le confiere a un locutor determinado o por su desautorización, por la responsabilidad que en esta interacción percibe con respecto a principios democráticos o por la indiferencia que observa. Si un grupo deslegitima, no autoriza, no percibe responsabilidad en los otros no es por la forma más o menos correcta del lenguaje en cuanto a la norma lingüística sino porque se produce un quiebre en la sociabilidad, en la comunicabilidad, en el proceso de apropiación de un lenguaje fecundo con el cual poder designar al mundo y finalmente, significar.

Frente a lo legítimo, es decir, "lo que se puede y debe decir" porque es aceptable para una sociedad en un momento determinado surgen los derechos. El derecho a la pluralidad de expresión, de estilos, de lenguajes. El derecho a contribuir a la adquisición lingüística por parte de los integrantes de una comunidad. El derecho a la no discriminación, descalificación o agresión por medio del lenguaje de cualquier sector social. Con ello se lleva a la práctica una democracia ejercida por medio de una ética de la responsabilidad donde el lenguaje tiene mucho que decir.

## 2. Usos del lenguaje y norma

Señalamos que una gran parte de las denuncias de los usuarios sobre el lenguaje usado en la TV focalizan la problemática de las variedades, de ciertos usos sociales percibidos como estigmatizados, evaluados negativamente.

En primer lugar, se destacan las denuncias que parten de cierta concepción del bien decir entendido como el uso que se adecua a la norma culta, enseñada en la escuela. De esta manera, el adjetivo más recurrente para calificar al vocabulario de la T.V. es "grosero", lo vulgar y lo ordinario, calificativo también muy usado en los mensajes. Se identifica así una red integrada por los adjetivos "grosero", "ordinario" e "incorrecto", a su vez puestos en relación con lo "mal educado" y la "incultura". En efecto, el lenguaje calificado de grosero es representado como un opuesto del lenguaje culto y educado, de allí que se lo critique porque no se corresponde con la función educativa que para muchos de estos usuarios, ya dijimos, debe tener la TV. Así, Edgardo, en su carta del 23 de marzo de 2001 sostiene:

*no se respeta absolutamente nada (...) en un medio de comunicación que debería ser educativo-formativo*

En esta misma línea, Beatriz, en su mensaje telefónico del 6 de abril de 2001, afirma: "Es necesario que la TV comience a educar"

Por otra parte, este bien decir es asociado con el buen gusto, dado que el lenguaje grosero de la TV es vinculado por los usuarios con el "mal gusto" y lo "chabacano". A la serie "grosero", "ordinario", "incorrecto", "mal educado", "incultura", "mal gusto", "chabacano" se agrega en los mensajes lo "inmundo" o la "inmundicia", mientras que el bien decir es vinculado con la limpieza. De este modo, Dante Miguel, en su carta del 10 de abril de 2001, demanda que en la TV: "impongamos limpio lenguaje castellano".

Como sostiene Kerbrat Orecchioni (1986), las variedades estigmatizadas son cuestionadas porque se oponen a otras formas lingüísticas consideradas legítimas, pero también porque refieren objetos que en la cultura son asociados con lo bajo y escatológico, como las funciones corporales y la sexualidad. Esto se manifiesta en los mensajes en que el lenguaje grosero y ordinario está casi siempre asociado a lo "obsceno", lo "soez" y lo "procaz". Por otra parte, en los mensajes suele usarse un término muy marcado a nivel subjetivo, "palabrota", que mediante la sufijación expresa la evaluación negativa.

En los mensajes mencionados los usuarios focalizan en gran medida el nivel léxico del lenguaje, pues suelen referirse al "vocabulario", pero también hacen hincapié en lo que se denomina la dimensión paralingüística del lenguaje, es decir, la entonación y lo gestual. Respecto del tono, en los mensajes se identifican varias críticas hacia los "gritos", vinculados en muchos casos con una variedad basada en la edad de los hablantes, los llamados cronolectos. Roberto, que se identifica como locutor de TV, en su mensaje telefónico del 20 de diciembre de 2000, expresa:

*la mayoría ahora grita y hablan rápido, por ende no se les entiende. Esto es para los más jóvenes, con los locutores mayores no pasa*

De modo similar, Josefina, en su mensaje telefónico del 16 de enero de 2001, pregunta:

*¿Y por qué en los canales se transmite la locución de chiquilines ya que lo único que hacen es gritar y decir groserías?*

Es probable que en las críticas al cronoelecto juvenil subyazga también una crítica más amplia hacia el ideal de juventud y belleza que se impone no solo en la TV actual sino también en los más diversos ámbitos sociales, y que ha sido analizado por Lipovetsky (1990) en varios de sus trabajos.

En otros casos, en cambio, los gritos de un conocido conductor de la TV son asociados con una posición de poder ante los espectadores. José, en su mensaje telefónico del 11 de enero de 2001, afirma:

*no me gusta por los gritos, no quiero ser esclavo de él, no somos sus juguetes*

Respecto de los gestos, se trata de aquellos vinculados con lo obsceno y que acompañan las groserías verbales. La atención que prestan los usuarios a los gritos y a los gestos demuestra que son conscientes de aquello que la teoría de la comunicación de la "Escuela de Palo Alto" remarcó en su momento: la comunicación es un fenómeno multicanal, comparable a una orquesta, en la que los diversos instrumentos son los sistemas de signos que intervienen en una interacción verbal. En efecto, el sentido de un mensaje no solo se construye mediante el sistema lingüístico, sino también mediante la kinésica (los gestos), la proxémica (el espacio interpersonal entre los interlocutores), etc. Se trata de lo que Kerbrat Orecchioni denominó "loock", que incluye, por supuesto, las vestimentas. Sobre este punto, los usuarios también manifiestan que perciben que el modo en el que el hablante, u el oyente, está vestido, influye en la producción-recepción del mensaje. De esta manera, Beatriz, en su llamado del 6/04/2001, sostiene:

*Es todo una basura. No se puede ver nada. El lenguaje, las expresiones, la vestimenta*

La preocupación de los usuarios por la norma lingüística, ya lo adelantamos, plantea diversas lecturas. Por un lado, se trataría de la presencia de cierto imaginario vinculado con una memoria discursiva que ha considerado los medios como un peligro para la imposición de la norma culta enseñada en la escuela, asociada con el registro de lo escrito. La tensión entre escuela-escritura-uso legítimo del lenguaje y medios masivos-oralidad-usos ilegítimos del lenguaje retoma una tradición de discurso reformulada una y otra vez en las reglamentaciones sobre radiodifusión en la Argentina, desde 1934 hasta 1980<sup>1</sup>. De allí que en este imaginario los medios deben contribuir con la educación de la audiencia, incluido el plano del lenguaje, y también, dijimos, el de los gestos, es decir, el cuerpo.

La preocupación de los usuarios por los gritos y los gestos acompaña a la crítica sobre los usos lingüísticos ilegítimos, pues, como sostiene Bourdieu (1999: 59):

*El sentido de la aceptabilidad que orienta las prácticas lingüísticas se inscribe en lo más profundo de las disposiciones corporales: es todo el cuerpo lo que responde con su postura pero también con sus reacciones internas o, más precisamente, articulatorias, a la tensión del trato. El lenguaje es una técnica corporal y la competencia propiamente lingüística, y muy especialmente fonológica, es una dimensión de la hexis corporal donde se expresa toda la relación del mundo social y toda la relación socialmente instruida con el mundo<sup>2</sup>*

1 Ver de Graciana Vázquez Villanueva-María Alejandra Vitale, *Las leyes argentinas de Radiodifusión: políticas culturales y homogeneización lingüística*, <http://www.comfer.gov.ar/publi/pdf/lard2.pdf>

2 Bourdieu define *hexis corporal* como un conjunto de actitudes, representaciones y percepciones que los sujetos tienen sobre el cuerpo.

En algunos casos, como también afirma Bourdieu, la especial atención sobre la incorrección lingüística puede expresar cierta inseguridad de los propios usuarios ante sus producciones, que no se adecuarían con sus propios esquemas de apreciación. La crisis del sistema educativo y el resquebrajamiento del imaginario del ascenso social, asimismo, influirían en las demandas de los usuarios, que buscarían una mayor seguridad lingüística sobre la base de los usos prestigiosos, vinculados, como dijimos, con las posibilidades de accesos al mundo laboral y de mejores remuneraciones.

Por otra parte, en las críticas a los usos del lenguaje se puede observar un cuestionamiento más global a la lógica televisiva actual que responde, en palabras de Bourdieu (1997: 69), "a una especie de demagogia de lo espontáneo", que lleva a usar en un medio público un lenguaje asociado en muchos casos con el ámbito de lo privado y familiar. La competencia legítima incluye la noción de adecuación del enunciado a las circunstancias de enunciación, de allí que podamos referirnos a "efectos de grosería" en los casos en que ciertas formas lingüísticas, como algunas malas palabras, crean cuando son usadas en contextos no pertinentes, dado que es altamente probable que los mismos usuarios que critican las malas palabras en la TV las usen en ciertos contextos donde pueden ser aceptables. Desde este punto de vista, el problema radicaría en la lógica de mostración de lo privado en la TV actual, que ha sido la contracara de la crisis del espacio público y de su propia privatización.

Hemos dicho que la mayoría de los mensajes recibidos por el COMFER sobre el uso del lenguaje en la TV está centrada en el vocabulario empleado, sin embargo, hay un único mensaje que focaliza el nivel semántico-pragmático de los enunciados y que plantea una cuestión importante para los medios masivos: los ideogramas. En efecto, Griselda, en su mensaje telefónico del 12 de marzo de 2001, refiriéndose a una publicidad, sostiene:

*Hay una frase que es hiriente para toda aquella mujer que no es madre: "...el hecho de ser madre la hace una mujer completa"*

En la frase citada por Griselda subyace un ideograma (Angenot, 1982), es decir, una máxima ideológica que se refiere a un grupo específico (por ejemplo: las mujeres, los niños) y que tiene una función social particular en tanto estigmatizan un sentido, en el caso de esta denuncia: "Las mujeres completas son madres". Los ideogramas funcionan en general como la premisa mayor implícita de un razonamiento de tipo silogístico que en la formulación de esta usuaria es: Las mujeres completas son madres, X es madre, X es una mujer completa. La dimensión persuasiva del discurso publicitario, del discurso político e incluso del discurso periodístico se basa en general en ideogramas que, como tales, no son explicitados pero contribuyen a la conformación de la opinión corriente, lo que se denomina la doxa social o el sentido común.

Griselda cuestiona un discurso que discrimina las diferencias, a aquello que se aparta de la norma (las mujeres que eligen no ser madres, o que no pueden serlo a pesar de su deseo), pues implícita que las mujeres que no son madres son incompletas. Por otra parte, el cuestionamiento es aún más legítimo si se considera que no se trata de un discurso especializado, por ejemplo, el del psicoanálisis, que en tanto

disciplina explicita los principios que regulan sus razonamientos. Tampoco se trata de un debate en donde se abra la posibilidad de refutación, pues una característica de los ideogramas es, justamente, presentarse como una verdad evidente que está fuera de discusión. La crítica de Griselda se vincula así con una problemática mayor que no se limita al discurso publicitario y que es el hecho de que el lenguaje verbal que circula en la T.V, por las características del propio medio (en particular la falta de tiempo), lleva, según Bourdieu (1997: 39) a que se piense mediante ideas preconcebidas, que él denomina "tópicos", noción que el propio Angenot vincula con los ideogramas.

Finalmente, las críticas dirigidas por los usuarios sobre el uso del lenguaje en la TV, llevan a plantear que una política lingüística indicativa que tienda a asegurar el derecho a la pluralidad de estilos y de lenguajes (incluida su dimensión ideológica) en la T.V, implica sortear la trampa de caer tanto en la nostalgia de una televisión paternalista y puritana como en "el recurso a la espontaneidad propuesta y a la sumisión demagógica a los gustos populares" (Bourdieu, 1997: 70).

---

## Bibliografía

- *Bourdieu, Pierre*, ¿Qué significa hablar? Economía de los intercambios lingüísticos, Madrid, AKAL, 1999. Sobre la televisión. Barcelona, Anagrama, 1997.
- *Kerbrat Orecchioni, Catherine*. La enunciación. De la subjetividad en el lenguaje, Bs. As., Hachette, 1986.
- *Lipovetsky, Gilles*, La moda y su destino en las sociedades modernas, Barcelona, Anagrama, 1990.
- *Martín Barbero, Jesús*, "Globalización y multiculturalidad: Notas para una agenda de investigación", en Fabio López de La Roche, Globalización, incertidumbres y posibilidades, Bogotá, TM Editores-IEPRI (UN), 1999.