

VI SEMINARIO INTERNACIONAL DE LENGUA Y PERIODISMO

«El periodismo y el lenguaje políticamente correcto»

CONCLUSIONES

San Millán de la Cogolla (España), 28, 29 y 30 de septiembre del 2011

Los lingüistas, periodistas y especialistas reunidos en el Seminario coincidieron en considerar que si las actitudes no cambian, da igual que cambie el lenguaje, aunque es cierto también que las modificaciones en el lenguaje dan pistas, ayudan a abrir el camino a cambios en el pensamiento, la actitud, la visión del mundo, que pueden llevar a la acción. En los conflictos bélicos, por ejemplo, el cambio léxico puede hacer que cambien las respuestas. En cuanto a la responsabilidad del periodista frente al lenguaje del poder y el lenguaje políticamente correcto, se centra fundamentalmente en la honestidad comunicativa.

Se recogen a continuación las principales ideas planteadas por los componentes de las diversas mesas de debate sobre los asuntos de los que trató cada una de ellas.



José Antonio Marina, de pie, pronuncia la lección de apertura. Foto: Agencia Efe, Abel Alonso.

El lenguaje del poder

Para alcanzar o revalidar el poder político se utiliza un discurso en el que la palabra es directamente acción. En la sociedad de la información y la comunicación, el poder de los medios, que actúan también como grupos de presión, han ampliado el

tiempo y el espacio públicos: parece que vivimos en una continua campaña electoral, lo que conduce al hartazgo de los ciudadanos y a la devaluación de la actividad política.

Punto relevante del lenguaje político actual es su carácter polémico, de confrontación: el objetivo es magnificar al emisor y descalificar al adversario; un rasgo característico de este discurso es la descortesía, la desconsideración, que no solo hace uso de los insultos, sino también de expresiones insinceras en las que la agresión se encubre con apariencias corteses. La prensa filtra y traduce los mensajes en un lenguaje asimismo agresivo: el debate es una batalla; no importan los argumentos, sino la confrontación con el adversario.

Otras características del lenguaje político son su carácter deformador y manipulador y su intención suavizadora y agitativa: lo importante es emocionar y que la gente se sume a una ideología o a un líder.

Debe destacarse que el lenguaje del contrapoder, por ejemplo, el del 15M, utiliza a veces los mismos mecanismos que el de los políticos, como cuando emplea para aludir a los medios cuyas informaciones no le satisfacen la expresión terrorismo informativo.

Las situaciones de comunicación que se dan en los lenguajes de poder, en concreto en el discurso político, requieren siempre una doble lectura para poder descubrir sus mecanismos persuasivos, fundamentalmente el léxico y los aspectos pragmáticos. Se trata de un lenguaje sectorial con sus propias estrategias argumentativas, dialécticas, en el que el emisor sabe que debe adaptarse al auditorio; pero el receptor debe a su vez descifrar lo que se quiere decir y lo que se oculta, viendo cómo se dice.

La situación del discurso político se está modificando hoy gracias a internet: la democratización de la red es un reto para los poderes, que están viendo minadas sus bases de control por la globalización, la crisis, los nuevos medios y el cambio generacional: existe una crisis de credibilidad, de confianza y de liderazgo.

Los ciudadanos desconfían, quieren sentirse protagonistas, y ahora tienen mecanismos para hacerlo; el poder, mientras tanto, cambia a trompicones, le es cada vez más difícil anticiparse, ya no elige la agenda ni controla los tiempos, se enfrenta cada vez más a circunstancias imprevistas.

El ciudadano actual es multimedíatico, reacciona por emotividad ante lo que le produce impacto, adhesión o rechazo. El político, en cambio, sigue sin compartir, trata solo de persuadir: reduce a titulares el mensaje, no hay tiempo para matices, se trata de conquistar palabras y de quitárselas al contrario, hace del lenguaje una suma de frases efectistas, con pocos razonamientos y pocos actores.

Internet quiebra este ámbito y expande las iniciativas y los colectivos: el espacio en el que se bate hoy el poder son las redes sociales, y tendrá que adaptarse al nuevo lenguaje y a una nueva idea de la participación si quiere recuperar la credibilidad perdida.

Los ciudadanos ya no quieren oír palabras, quieren saber qué vas a hacer en concreto. El futuro no está en las palabras en sí, sino en la transparencia y en los hechos. Puede conquistar el poder quién haga ese ejercicio y traduzca su propuesta a otros términos.

Perversión del lenguaje

La crisis actual tiene mucho que ver con el lenguaje; podría hablarse de una crisis del lenguaje, que es fundamental para crear marcos de acuerdo con objeto de recuperar la soberanía popular, cada vez más indefinida.

Detrás de la perversión del lenguaje hay intereses económicos. Se han llevado técnicas del discurso publicitario, relativamente inocuo porque el receptor lo reconoce y lo contextualiza, a otros ámbitos, como, por ejemplo, el financiero, en el que departamentos de creativos se han dedicado a inventar nombres falaces para los productos que nos han llevado a la crisis. ¿Por qué no se piden responsabilidades a este tipo de lenguaje que miente deliberadamente sobre la realidad?

Los políticos han empezado a ver el poder del lenguaje, ya no solo para pasar mensajes manipulados a la opinión pública, sino también para arreglar sus cuentas unos con otros. Es un acontecimiento inusual por su crudeza, tiene que ver con la naturaleza de la crisis y con los largos capítulos de ella que nos quedan por delante. Además lo hacen ante los medios de comunicación, de manera directa.

El lenguaje políticamente correcto

El lenguaje tiene un carácter neutro; es el uso lingüístico el que incide en el juego de la construcción y la corrección de la realidad mediante elecciones y descartes; eso es lo que pretende hacer el lenguaje políticamente correcto, que busca un discurso neutro.

Surgido en la década de los sesenta en EE. UU. en los debates sobre el enfrentamiento entre libertad de expresión e igualdad, el movimiento que lo impulsa propone una acción lingüística, cambiar la sociedad cambiando las palabras, dado que existe una proporcionalidad entre la influencia de la palabra y la posición de poder. Se trata de la cara amable del eufemismo, que busca la no discriminación, la integración de las minorías.

Sin embargo, el eufemismo social, que nació como un arma de lucha contra la discriminación, recibe hoy las críticas de estar instrumentalizado por el poder, de haber perdido su valor al convertirse en un estándar, colaborar en la perversión del lenguaje, distorsionar y manipular la realidad y haberse convertido en la policía del pensamiento o en la nueva inquisición.



La periodista Rosa María Calaf durante su intervención en el Seminario. Foto: Agencia Efe, Raquel Manzanares.

El lenguaje informativo de las guerras, el terrorismo, la mafia y el narcotráfico

La contribución de los medios a una cultura de paz o de guerra es indiscutible, como lo demuestra el

lenguaje surgido tras el 11S, cuando se empezó a hablar de guerra contra el terrorismo.

El lenguaje conforma una realidad, y los medios se pueden utilizar como un arma que incite a la violencia. Se habla incluso de un «periodismo preventivo» que actúe a modo de alerta internacional sobre situaciones en las que los medios están utilizando toda su maquinaria para azuzar y no para solucionar conflictos.

Hoy el conflicto es el rey, prima el ansia de negocio, las empresas periodísticas quieren hacer caja, no les interesa la excelencia informativa. Los medios influyen en la opinión pública y por tanto en la configuración del conflicto. El periodista tiene la capacidad y la obligación de responder; hay que enseñar al espectador para superar esta sociedad de pasarela, desinteresada por lo diverso, la cultura y el esfuerzo y que destruye el espíritu crítico. Debe lucharse desde la infancia contra el pensamiento único.



Comunicadores de España y América Latina en la segunda jornada del Seminario. Foto: Agencia Efe, Raquel Manzanares.

El periodista debe asimismo calibrar la importancia de las palabras para reflejar una realidad atroz. El patetismo puede resultar contraproducente, mientras que el lirismo y la paradoja pueden ser instrumentos apropiados para describir la guerra.

Las guerras, el narcotráfico, etc. son conflictos violentos: terreno abonado para que surja el eufemismo. Hay eufemismos populares (pasar a mejor vida) y otros que se emplean por corrección política (técnico en la eliminación de residuos urbanos). Un tercer tipo de eufemismos son los corrosivos, que se emplean para no decir la verdad (bombas limpias, cárcel del pueblo, ataque quirúrgico): estos son los que más censuran los libros de estilo, pero su criterio se cumple solo a medias. El periodista se ve a menudo obligado a no cuestionar a sus fuentes ni a la línea editorial de su empresa y la repetición de ciertos eufemismos le permite salvar la cara frente a ellos, dejando que sea el lector quien los interprete.

El terrorismo emplea un vocabulario propio, que además tiene una dimensión política. Es un lenguaje de germanía dirigido a dificultar la comprensión, deshumanizador de las víctimas. El periodismo debe tener cuidado para no calcarlo y utilizar el lenguaje más preciso posible.

La aceptación del discurso oficial es otro peligro para los medios; es lo que está ocurriendo, por ejemplo, en las informaciones sobre lo que ocurre en Ciudad Juárez, al repetir la versión gubernamental de que se trata de una guerra contra el narcotráfico. Es menester más crítica, más escepticismo, más reportero, más reflexión, independencia y honradez.

Por otra parte, las guerras más cotidianas las estamos viviendo aquí. Los periodistas se están convirtiendo en los nuevos arquitectos de catedrales emocionales cuya argamasa es la espectacularización y el culto a la emoción. Es un fenómeno en alza que contamina toda la comunicación.

Asistimos al auge de la democracia de opinión, pero el periodismo no debe alimentar esa ola mediática, sino nadar contra corriente: hay valores que no pueden estar sujetos al estado de ánimo de la población.

La necesaria actitud de compromiso se extiende asimismo a los lingüistas, que no deben limitarse a describir los usos lingüísticos, sino también valorarlos, señalar qué los causa.

Inmigración, cooperación y grupos étnicos y religiosos minoritarios

A veces cambiamos las palabras no para enmascarar la realidad, sino para no ofender. El lenguaje es muy rudo, matiza muy poco, las palabras nos llevan a conclusiones casi directamente. La lengua te encamina, las palabras llevan una carga aunque tú no lo quieras, conducen a estereotipos. Para evitarlo se buscan expresiones distintas.

Las palabras, ciertamente, no cambian el mundo, pero pueden cambiar estados mentales, lo que repercute en la acción.

En EE. UU. el trato que se da en los medios a los inmigrantes depende mucho de su orientación política; los generalistas suelen reproducir más estereotipos, aunque depende de quién los maneje, de quienes sean sus gerentes: una mayor representación de las minorías en ellos permite una mayor vigilancia del lenguaje que se emplea. En este sentido se ha avanzado, pero es preciso que

crezca dicha representación. Por su parte, los medios llamados étnicos defienden a las minorías y emplean un advocacy language. El discurso político, a su vez, depende mucho del estado de opinión de los votantes. La actual oleada antiinmigratoria condiciona en gran medida este discurso.

Respecto al mundo árabe, los medios de comunicación son desde hace muchos años exquisitamente correctos. El racismo, repleto de errores conceptuales, geográficos, históricos y lingüísticos y teñido de la concepción que procede del 11S, se encuentra más en internet y en los comentarios a las noticias de los medios digitales. La quiebra del lenguaje políticamente correcto actúa como los testigos que colocan los arquitectos en las grietas para comprobar su evolución: advierten sobre la quiebra social que puede producirse.

En lo tocante a las ONG, los medios emplean imágenes, argumentos y expresiones con connotaciones caritativas y ternuristas que hacen que las características de su trabajo resulten confusas para la sociedad, que tiene de ellas una idea distorsionada. En cuanto a los gitanos, la falta de información, análisis y rigor al tratar una condición difícil de abordar y de vivir, perpetúan el estigma y la mala prensa. Los gitanos nacidos en la España democrática no se centran en el victimismo, sino en la confianza, en la normalidad y en la anteposición de la idea de ciudadano a la de perteneciente a la minoría étnica, sin renunciar a su gitaneidad.

En general, los cambios semánticos referidos a las minorías no están acompañados de una reflexión política. La categoría de inmigrante, en el caso de España, tiene muchos rasgos no democráticos, porque la forma en que se problematiza la diversidad y se politiza la inmigración busca legitimar la reproducción de desigualdades. Los partidos están más preocupados ante esta realidad, por qué decir que por qué hacer. Es precisa una ética pública que conciencie a la ciudadanía y limite el uso racista y xenófobo del problema por los agentes políticos y sociales.

Homosexualidad y sociedad

En las últimas décadas ha habido un gran cambio en la prensa, ya en la propia terminología. Hasta que se popularizaron palabras como gais y lesbianas, los términos eran muy distintos: desde el sodomita que se empleaba en la edad media y el invertido de fines del XIX, hasta llegar a los actuales vocablos de connotación neutra, como ser del gremio o el propio gay.

Los medios generalistas intentan no herir, pero hoy parece que los colectivos gais son quienes tienen eso más superado; así, emplean entre ellos un lenguaje políticamente incorrecto que no se siente como un insulto, sino como coletillas de las que disponer con naturalidad. Uno de los grandes problemas sigue siendo la homofobia, que es un problema educacional y no solamente lingüístico. No se trata ya de que un medio tenga un contertulio gay, sino de qué nos supone tener un hijo gay.

Algunos hitos han propiciado el debate: la supresión de la homosexualidad del catálogo de enfermedades mentales de la OMS, la aceptación del matrimonio homosexual y la adopción por homosexuales, la ley de identidad de género. Que la sociedad acepte todos estos cambios no es fácil, hay que reubicar los roles clásicos que están en la mente de todos. Es una nueva normalidad, pero aún es muy reciente. El gran cambio en España se dio en el 2004 con la propuesta del Gobierno sobre el matrimonio homosexual. De pronto se pasó de hablar del mundo gay como el mundo de la noche y de lo pasional a establecer un debate en términos de derechos (derecho a casarse, a tener hijos, etc.). Aparecieron muchos estudios científicos sobre el tema, las asociaciones de gais, lesbianas y transexuales se dieron cuenta de que era su oportunidad de explicarse y todo ello motivó que los periodistas hablaran del tema en otros términos. El periodismo aprendió de esa situación. Queda aún lidiar con muchos estereotipos y se dan campañas de intoxicación interesadas; para enfrentarse a ello hay que salir del gueto e implicarse socialmente.

Discapacitados físicos y psíquicos

Hemos asistido a un cambio en los términos: hace diez años se recomendaba utilizar minusválido y no discapacitado, por ser un calco y un eufemismo, pero ahora se prefiere la segunda palabra, que se siente ya como un término neutro, y se han creado otras formas eufémicas.

El eufemismo se encuentra en el quicio entre la necesidad de evitar un término peyorativo y el riesgo de perder información. Se trata de informar, de que la gente entienda de qué se está hablando, y si alguien va en silla de ruedas quizás le importe menos cómo lo llamas y más si puede pasar por las aceras.

En las guías sobre lenguaje igualitario hay puntos comunes, pero también contradicciones. El eufemismo está muy presente en el lenguaje de la discapacidad y tiene una motivación social. Se emplean sobre todo las perifrasis, las lítotes, las negaciones y la atenuación mediante la anteposición de un sustantivo. Las propuestas

terminológicas llegan desde ámbitos muy distintos: médico, político y jurídico-administrativo. Todo ello ha llevado también a desterrar del periodismo cualquier término ofensivo.

Hoy los medios de comunicación han incluido la discapacidad en sus agendas, aunque a veces el sesgo está en el enfoque: las personas con discapacidad son un grupo heterogéneo, y sin embargo se tiende a unificar y a generalizar. Además, aunque la información que dan los medios es políticamente correcta, en los enfoques caen a menudo en destacar la heroicidad o el victimismo.

El debate sobre la ley de dependencia, que podría haber sido la ocasión de llevar a cabo un debate social sobre el lenguaje acerca de los discapacitados, como ocurrió en el 2004 con el matrimonio homosexual, se centró solo en lo económico.

El lenguaje políticamente correcto no cambia la realidad; para cambiar la realidad lo primero que hay que hacer es conocerla, y lo que hay muchas veces es un gran desconocimiento. Lo que no se debe olvidar nunca es que estamos hablando de personas, y que son ellos quienes quieren insistir en ello, en que son personas.

Hay mucho que hacer, pero el cambio que se ha producido es muy grande. Sin embargo, en temas de derechos de ciudadanía nada está nunca conseguido.