



GUÍA SOBRE EL LENGUAJE DE LA TELEVISIÓN
Y LOS VALORES

100 PREGUNTAS Y RESPUESTAS

J.M. PÉREZ TORNERO
J.M. PERCEVAL

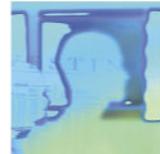
CON LA COLABORACIÓN DE
S. ALCOBA, P. BARCIA Y C. MARÍN



mentor

Media Education





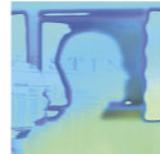
Introducción

En un contexto de *mediatización* creciente de la vida cotidiana y globalización de los medios audiovisuales (en el que la televisión juega un papel central), el conocimiento de los lenguajes de la televisión y la necesidad de preservación del patrimonio compartido que constituye la lengua, son cuestiones cruciales.

El lenguaje de la televisión es una nueva semiótica, compuesta por la interacción de diversos lenguajes (sonoro, visual, textual, gráfico, oral, etc.), y constituye una especie de paso obligado en la conciencia de la humanidad actual. Es también el lenguaje a través del cual se está experimentando el mayor intercambio cultural de nuestra época.

Por otro lado, las lenguas, y cada lengua en particular, han sido el sistema de comunicación por excelencia a lo largo de la historia de la humanidad y representan un acervo cultural de primera magnitud. Los medios audiovisuales con su enorme poder expansivo tienen la capacidad de reforzar, apoyar o alterar las características de una lengua y se han convertido en un factor clave de su progreso o su deterioro. Al mismo tiempo, la globalización mediática, y especialmente la que se establece por medio de la televisión, plantea nuevos retos en lo que se refiere al futuro y pervivencia de las lenguas, la conservación de la diversidad cultural y las nuevas formas de relación entre pueblos y culturas, la superación o mantenimiento de los prejuicios y estereotipos y en general cuestiones claves para la convivencia humana.

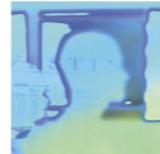
Resulta, por tanto, ineludible intentar aprovechar este nuevo contexto de convergencia entre semióticas y lengua y televisión para conocer las enormes potencialidades que siempre ha tenido la lengua como sistema de comunicación y entendimiento personal y procurar que la televisión sirva para preservar los valores que ésta contiene y representa.



Objetivos de la educación en medios en materia de lengua valores y televisión

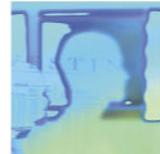
Dentro de la educación en medios, una guía destinada a tratar sobre la lengua, los valores y la televisión se plantea los siguientes objetivos generales:

- Esclarecer la influencia, impacto e importancia que tiene el lenguaje empleado en la televisión.
- Conseguir crear y extender una clara conciencia sobre la trascendencia que el adecuado uso del lenguaje tiene para la convivencia y el respeto de los valores humanos y éticos.
- Conseguir concienciar sobre el valor de que las televisiones respeten el uso digno de la lengua y promuevan su riqueza y el patrimonio que encierran.



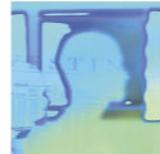
Objetivos instrumentales

- Promover la reflexión, el debate y el estudio del uso del lenguaje en televisión.
- Promover la conciencia crítica sobre el uso adecuado del lenguaje en la televisión.
- Ofrecer un instrumento adecuado a los educadores y profesores interesados tanto en promover los valores de la educación en medios como en incentivar el cultivo de los lenguajes y de la lengua.
- Crear un campo común de actividad entre quienes, profesores y educadores, están interesados en la lengua, la televisión y la educación en valores.



Índice

1. El lenguaje de televisión y los valores.
2. Géneros, formatos y valores.
3. Construcción de los valores en televisión.
4. La lengua y el respeto de los valores.



El lenguaje de la televisión y los valores

1. ¿Qué relación hay entre lenguaje de la televisión y los valores?

Cualquier lenguaje representa la realidad y las ideas, las organiza y estructura, al tiempo que ordena deseos, aspiraciones, ideales y valores de quienes lo usan.

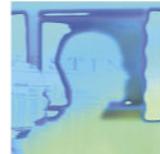
El lenguaje de la televisión también cumple estas mismas funciones y presenta, delante de los espectadores y de los comunicadores, un repertorio de valores –de todo tipo, materiales, morales, imaginarios, etc.

En definitiva, el lenguaje de la televisión propone y organiza, ante su público un sistema de valores que incide en los conocimientos, opiniones, juicios, actitudes y conductas de las personas.

2. ¿Qué hay que entender por *televisión*?

Lo que llamamos *televisión* es un medio de comunicación (es decir, una tecnología que transmite mensajes, sentido) que se desarrolla en los primeros años del siglo XX y que, aprovechando el poder de las ondas electromagnéticas de transmitir señales, permite trasladar a través del espacio y la distancia -*tele*: lejos distancia- la *visión* - nuestro sentido de la vista-.

Pronto, este poder de alargar nuestra visión en el espacio, se complementó con la posibilidad de registrar y conservar esa visión en el tiempo, primero aprovechando las posibilidades del cine y luego las del vídeo. Surge, así, lo que hoy conocemos con el nombre de televisión.



3. ¿Qué representa socialmente la *televisión*?

Para valorar la función social que cumple la televisión en nuestros días, no basta con identificarla como un medio de comunicación o una tecnología de transmisión de señales o símbolos. En realidad, la televisión es mucho más:

- a) influye y participa en nuestra vida cotidiana;
- b) es un motor económico esencial;
- c) interviene activamente en la esfera política, y
- d) tiene una incidencia notable en la organización de nuestra vida cultural.

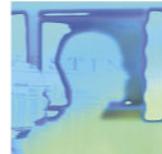
4. ¿Qué representa la televisión en nuestra vida cotidiana?

La televisión es un medio de comunicación con un peso decisivo en nuestra vida cotidiana. Ha logrado convertirse en el medio más importante en torno al cual organizamos nuestro tiempo de ocio y nuestro conocimiento del mundo.

En casi todo el planeta, salvo en las zonas absolutamente privadas de electricidad y servicios mínimos, la televisión ocupa más de tres horas de la vida diaria de los ciudadanos –sean éstos adultos o niños-. Llega a más del 90% de los hogares y constituye la fuente privilegiada de transmisión de información para el 80% de las personas.

5. ¿Qué representa la televisión en la economía?

La televisión es una industria muy poderosa. Mueve infinidad de recursos, genera ingentes cantidades de dinero y ha llegado a



constituir conglomerados empresariales de alcance global con mercados y públicos extensísimos.

Pero, además, es el vehículo privilegiado de la publicidad comercial, con lo cual, buena parte del conjunto de la industria del mundo necesita de la televisión para su desarrollo y sostenimiento.

Todo esto revela hasta qué punto la industria de la televisión es un motor esencial en la economía mundial.

6. ¿Qué representa la televisión en la política?

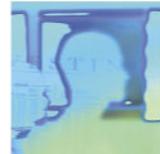
La televisión, por su impacto en la vida cotidiana, se ha convertido en un vehículo político esencial. Los gobernantes y los poderes establecidos utilizan la televisión para comunicarse con los ciudadanos, inducir opiniones y transmitir ideologías.

En manos de los gobiernos autoritarios, la televisión funciona y ha funcionado como un instrumento de adoctrinamiento y manipulación. Con gobiernos democráticos, la televisión se convierte en la *arena* del debate público en el que se dirimen elecciones y todo tipo de decisiones.

Hay que decir, también, que en un momento como el presente, de plena globalización, la televisión lleva a los ciudadanos el pulso diario de la geoestrategia política, conectándolos con los territorios y cuestiones claves de la actualidad.

7. ¿Qué representa la televisión en la cultura?

La televisión es un medio cultural por excelencia. A través de ella se transmiten y se sostienen el imaginario colectivo de los pueblos y comunidades, sus lenguajes, mitos, símbolos, ritos, etc.



También la TV es la responsable de la circulación, a nivel internacional, de saberes, prácticas culturales y visiones del mundo, con lo cual está en el centro de lo que se denomina *globalización cultural*.

8. ¿Qué es la televisión desde el punto de vista tecnológico?

La que llamamos *televisión* en términos cotidianos es una tecnología en continua evolución. Desde su lanzamiento allá por los años 20 del siglo XX hasta hoy no ha dejado de cambiar y transformarse.

En los primeros tiempos era un medio de transmisión instantánea de la imagen, sin posibilidad de conservarla y registrarla. Luego, con el desarrollo de los sistemas de electromagnetismo, consiguió desarrollar una tecnología de registro y conservación de la información.

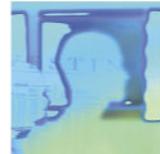
Evolucionó también en sus sistemas de transmisión. Empezó siendo un medio ligado a la transmisión terrestre de ondas hertzianas para, más adelante, utilizar la tecnología de los satélites, con lo que alcanzó una expansión planetaria y está contribuyendo al fenómeno de la globalización.

Pasó del blanco y negro al color en poco tiempo. Desde el principio fue evolucionando y mejorando la calidad de la imagen transmitida, en lo que se refiere a su nitidez y definición. Poco a poco aprovechó las posibilidades de la digitalización y lo que ello comportaba de facilidad en la generación de señales y en su manipulación.

Es, en definitiva, un medio en constante evolución tecnológica que no ha cesado de ampliar sus potencialidades y prestaciones.

9. ¿Qué entendemos por *lenguaje de la televisión*?

Lenguaje de la televisión es una noción difusa que permite referirse al conjunto de sistemas de signos que componen el discurso de la televisión.



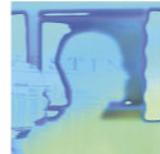
En ese discurso, el de la televisión, conviven y se complementan infinidad de semióticas o sistemas de signos que tienen su propia autonomía, pero que se integran en una globalidad, o totalidad, estructurada, en la cual se complementan, o se contradicen, para producir efectos de sentido.

10. ¿Qué sistemas de signos componen el discurso televisivo?

Sin ánimo de ser exhaustivos, hay que referirse a los siguientes sistemas de signos:

- *De naturaleza sonora:*
 - Sonidos y músicas.
 - El lenguaje oral.
- *De naturaleza visual:*
 - Sistemas simbólicos gráficos de distinta naturaleza (tales como la escritura, el dibujo, diferentes tipos de señales y símbolos, etc.).
 - Lenguajes icónicos estáticos como la pintura, la fotografía, etc.
 - Sistemas icónicos en movimiento, tales como el vídeo o el cine.

A su vez, dentro de estos sistemas de signos y relacionándolos entre sí se dan muchos subsistemas o microsistemas semióticos que tienen como función generar sentido. Así hay que considerar las señales corporales, los gestos, el movimiento y también las diferentes formas narrativas (presentación de acontecimientos y relatos) y los diversos modos discursivos (informativos, persuasivos, etc.).

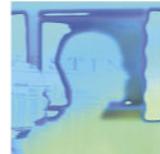


En realidad, el flujo de mensajes televisivos es fruto de la convivencia de diferentes sistemas de signos que presentan y representan objetos, realidades, conceptos, símbolos, señales... A todo ello se le conoce con el difuso término de lenguaje de la televisión, que es, de hecho, el resultado de la suma de diversas semióticas o lenguajes.

11. ¿Qué lenguajes prevalecen, o son los más importantes, dentro del lenguaje complejo de la televisión?

No se puede dar una respuesta simple y general a esta pregunta sin tener en cuenta a qué concreto discurso televisivo (o fragmento de él) nos estamos refiriendo. Sin embargo, sí es posible afirmar algunas ideas fuerza sobre el tema:

- El *lenguaje de la imagen en movimiento* es clave en el discurso televisivo. Con ello se afirma la importancia de la *acción* (relatos en movimiento) y de las transformaciones icónicas. La televisión es una pantalla en perpetuo movimiento icónico.
- La incorporación del *lenguaje oral* al discurso televisivo es, también fundamental. Buena parte del sentido transmitido por la televisión se apoya en la capacidad significativa y representativa del lenguaje oral.
- La *música y el lenguaje sonoro* –sonidos y efectos de sonido-, en general cumplen un papel decisivo en la medida en que complementan y subrayan la función del lenguaje de la imagen y del lenguaje oral.
- El *lenguaje del cuerpo y la comunicación no verbal*, en la medida en que participan del lenguaje de la acción, cobran, también una importancia clave en el discurso televisivo.
- Finalmente, el *lenguaje textual y la escritura*, aunque participan del discurso televisivo tienen un papel realmente más subordinado.



12. ¿Qué funciones cumple el lenguaje televisivo?

El lenguaje de la televisión cumple funciones semejantes a las de cualquier lenguaje de naturaleza pública.

Funciona como *depósito de significados* sociales, es decir, almacena, organiza y jerarquiza el sentido.

Por otro lado, permite *la expresión y la comunicación* entre los individuos y los grupos.

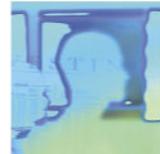
Además, es un *instrumento de interacción*: genera percepciones, opiniones, actitudes y conductas. Con lo cual tiene, además, la capacidad de *institucionalizar* ciertos universos del sentido y algunas de las prácticas que se le asocian. En este sentido, la televisión se ha convertido en un repertorio de ritos y mitos que cumplen funciones antropológicas muy claras: recordatorios y memoriales, celebraciones, catarsis, *comuniones*, invocaciones, organización social, etc.

13. ¿Qué son los valores?

Valores es un término usado en muy diferentes contextos (matemáticos, económicos, sociológicos, psicológicos, etc.) para referirse a entidades u objetos que suscitan –dentro de un sistema de intercambios- equivalencias, transferencias, o deseos, aspiraciones, o tienen, sencillamente, un determinado atractivo para los sujetos.

Lo que tiene valor puede ser comparado con otros objetos y medido, es deseado y constituye un objeto codiciado.

En términos psicológicos y sociológicos, los valores son objetos, símbolos o ideas y conceptos en los cuales se concitan la voluntad de las personas y los grupos, sus aspiraciones y objetivos. Estos valores permiten organizar una especie de fenómeno de polarización en la



vida sico-social, y así, los objetos-valor son elementos de atracción que movilizan las conductas y las orientan en un sentido concreto.

Hablaremos de valores para referirnos a los objetos o ideas que motivan y movilizan la acción humana ayudando, de este modo, a fijar pautas morales, éticas y de conducta en general. En este sentido, puede hablarse de valores morales, sociales y culturales.

14. ¿Un lenguaje puede ser portador o transmisor de valores?

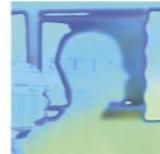
Los lenguajes, como instrumentos de la significación y comunicación, transmiten, comunican y crean valores.

No son los únicos sistemas de generación de valores, porque éstos se producen y se establecen en el marco más amplio de la acción social. Pero por su permeabilidad y capacidad de transmisión, sí que constituyen un escenario fundamental para la estructuración de los valores sociales.

15. ¿Qué relación hay entre la transmisión de valores y la socialización?

Hay que entender la socialización como el proceso por el cual los individuos jóvenes de una sociedad recogen y se adaptan a las pautas de conducta vigentes en una sociedad.

Este proceso requiere de la existencia de códigos semióticos y de sistemas de valor. Por tanto, la socialización tiene que basarse en buena medida en la puesta en funcionamiento y activación de sistemas de valores.



16. ¿El lenguaje de la televisión transmite valores?

Los transmite, obviamente, como cualquier lenguaje. Sin embargo, como la televisión tiene una importancia enorme en la vida de los ciudadanos del planeta, se ha convertido en un vehículo privilegiado de la transmisión y conservación de los valores sociales en todo el mundo.

17. ¿Qué relación hay entre *socialización* y lenguaje de la televisión?

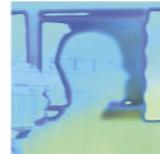
Una relación privilegiada. En la actualidad los niños y jóvenes de todo el mundo invierten muchas horas de su vida en la relación con la televisión: casi más horas que la escuela y que en las relaciones familiares. Por tanto, la televisión está sustituyendo a otros agentes en la socialización de las generaciones más jóvenes.

Esta socialización de los jóvenes se realiza, en lo que se refiere a la televisión, mediante la inculcación de valores y referencias para la conducta.

18. ¿Cómo influyen los valores transmitidos a través del lenguaje televisivo?

Los valores establecen objetos de deseo y aspiración. El lenguaje de la televisión presenta y muestra estos objetos de valor. Podemos hablar, entonces de *función de referencia*. Pueden ser objetos de referencia, gustos, estilos, modos de vida, imágenes, héroes, modelos de conducta, etc.

Pero cualquier lenguaje, y también el de la televisión, no sólo sirve para construir referencias, sino que actúa sobre el sujeto que emplea ese lenguaje. Podemos decir, por tanto, que un lenguaje crea la *situación del sujeto* y lo posiciona ante el mundo: sirve para caracterizar y colocar al sujeto en un contexto. Surge así la *identidad*.



En este sentido, la identidad es construida, en parte, por el lenguaje. No es de extrañar, pues, que una de las funciones del lenguaje de la televisión, además de la de crear referencias, sea la de *producir identidades*.

19. ¿Qué relación puede darse entre educación en medios, lenguaje de la televisión y construcción de valores?

La educación en medios puede y debe ocuparse del impacto del lenguaje televisivo en la construcción de valores sociales, en las consecuencias que éstos tienen sobre las identidades y en los efectos que producen en la socialización.

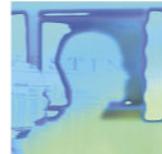
20. ¿Cómo puede abordar la educación en medios el tema de los valores en el lenguaje de la televisión?

La educación en medios tiene una función esencial: estimular y potenciar la conciencia crítica de los ciudadanos y su actividad de participación social. Por ello, cuando la educación en medios se ocupa de los valores, tiene que promover la percepción lúcida de los objetos-valor que transmite el lenguaje de la televisión; tiene que analizar críticamente esos objetos y debatirlos, poniéndolos en relación con los intereses auténticos de la persona y de los diferentes grupos sociales.

21. ¿Qué función cumple la lengua oral dentro del lenguaje de la televisión?

Una función central.

Es difícil concebir la televisión sin lenguaje oral, lo que significa que comprender la televisión depende de la comprensión que se tenga del lenguaje oral, aunque éste se enriquezca con otros lenguajes como el de la música y el sonido, y en un sentido más amplio con el de la imagen.



22. ¿Qué relación hay entre lengua oral y valores?

Cualquier lenguaje es un depósito de valores, no sólo lingüísticos, sino morales, éticos, sociales y culturales. Cada palabra, cada expresión sitúa al sujeto ante el mundo y otorga un valor a los sujetos. Esto es, construye identidades y objetos de deseo. Todo ello es aplicable a la lengua oral.

La televisión nos presenta personas y grupos hablando, refiriéndose al mundo, relacionándose entre sí y debatiendo... En esa actividad, el espectador se sumerge en el lenguaje de la televisión y negocia valores.

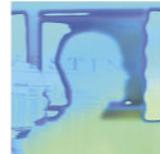
23. ¿En qué consiste *negociar valores* en relación con la televisión?

El espectador recibe valores de la televisión. Puede asumirlos o no. Los puede aceptar abiertamente o con reticencias, o los puede rechazar de pleno o con matices. Esa actividad, que depende estrechamente de la *situación* del espectador, de sus competencias, habilidades e identidad, es lo que se puede denominar *proceso de negociación* de valores.

El concepto de negociación introduce la idea de la complejidad y amplitud de los modos en que los públicos y los receptores se relacionan con el lenguaje de la televisión y sus valores. No se trata, pues, de que existan, en términos maniqueos, sólo de aceptación o rechazo. La negociación es un proceso más sutil y complejo.

24. ¿Cómo se relaciona el proceso de negociación de valores y la recepción crítica de televisión?

La recepción crítica es lo contrario de la simple y automática asimilación de los valores ofrecidos por la televisión. Supone un grado



de conciencia y libertad en el receptor que le faculta para oponerse, o transigir, a los valores propuestos por la televisión. En este sentido, una recepción crítica conduce a una negociación razonada de los objetos-valor.

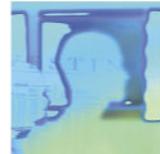
25. ¿Qué significa la ausencia de negociación de valores en relación con el discurso televisivo?

Supone la negación de la actividad crítica con respecto al lenguaje de la televisión.

Si esta actividad crítica desaparece, se pueden producir entonces dos fenómenos aparentemente contrarios, pero profundamente similares y complementarios.

Por un lado, la *aceptación acrítica*, que supone por parte del sujeto la aceptación total de las propuestas de valor realizadas por la televisión.

Puede darse también el caso del *rechazo total* de los valores propuestos por el lenguaje de la televisión. Estaríamos entonces ante una negación frontal y radical al diálogo con la televisión. También en este caso, desaparece la discusión crítica y la complejidad y sutileza que se relaciona con el proceso de negociación de valores.



Géneros, formatos y valores

26. ¿A qué llamamos géneros y formatos en televisión?

Los géneros en televisión responden a las mismas características que los géneros periodísticos en cuanto a contenidos pero se presentan con diferente formato o estructura. Además incluyen un importante segmento dedicado a la ficción.

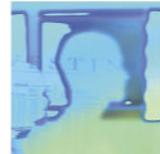
Los apartados o temáticas periodísticas son adaptados a las características audiovisuales del medio. Esto implica que, las normas generales de la deontología periodística, siguen vigentes cuando se trabaja en la producción audiovisual.

Los formatos son modalidades de programas dentro de los géneros. Un formato se define por diferentes atributos: el tema, el escenario, la duración, el modo de conducción, etc.

27. ¿Qué relación existe entre géneros televisivos y valores éticos?

La producción audiovisual no es el resultado de una inocente incursión del profesional comunicador en la realidad. En cada momento, se está actuando y construyendo la realidad: desde la elección de temáticas, que se consideran interesantes para la audiencia, hasta el tratamiento que se realiza de las mismas. El comunicador no recibe informaciones de forma pasiva y las transmite neutralmente a un espectador ideal. Elige temáticas y tratamientos, determina interpretaciones y extrae consecuencias.

En consecuencia puede hablarse de *tratamiento de los valores en la televisión*, del mismo modo que hablamos de *tratamiento de la información* en periodismo.



28. ¿Cómo se relacionan el lenguaje y formato de un programa en televisión?

A través del lenguaje, el comunicador o profesional de televisión cuenta, describe, explica, analiza, puntualiza y detalla los hechos, clasificándolos y presentándolos al espectador con un juicio determinado que reclama un asentimiento o reprobación de su parte.

Hay un estilo de lenguaje en cada género y formato.

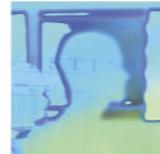
29. ¿Son neutros los informativos al presentarnos la realidad de los acontecimientos diarios?

Los hechos y las noticias son la materia prima de los informativos en estado bruto y éstas son transformadas a través de técnicas periodísticas y tratamientos audiovisuales que las convierten en un producto elaborado.

La mirada informativa no es nunca una mirada neutra ya que el informador, y todos los profesionales que forman una cadena de televisión, poseen una cultura determinada, valores y opiniones que se manifiestan en la forma en que afrontan los hechos y los describen. Sin embargo, la separación entre hechos y opiniones, la honestidad y la veracidad, así como el respeto al derecho a la información de los espectadores ayudan a construir un discurso informativo que puede aceptar la objetividad como un valor a alcanzar.

30. ¿Por qué los informativos parecen describirnos la realidad de una forma objetiva? ¿Cómo se construye la realidad en los informativos?

Los informativos se basan en la combinación de declaraciones y documentos audiovisuales. El profesional de la información sitúa los hechos en un lugar y un tiempo determinado, lo que da un fuerte



valor de veracidad a lo que nos relata. Estas declaraciones van avaladas por toda una serie de documentos, muchas veces reforzados por la presencia del corresponsal de la cadena en el lugar de los hechos convirtiéndose en testigo y principal factor de veracidad de lo que se nos cuenta. Los documentos, seleccionados y reconstruidos para ser emitidos, completan la información con imágenes y declaraciones de otros testigos. La imagen no vale más que mil palabras, son las palabras las que determinan la imagen que se nos presenta. En realidad, los informativos interpretan la realidad de la misma forma que el pie de foto de un diario: nos sitúan ante diferentes interpretaciones según el redactado que tengan.

31. ¿Todo lo que nos cuentan y describen los documentales es verdad?

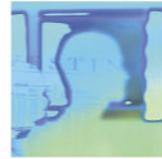
En los documentales, una voz, normalmente en off, nos relata de forma ordenada una serie de hechos y acontecimientos con carácter inapelable y sin posibles dudas.

Los “hechos” que nos presentan los documentales tienen lugar y fecha concretos, los personajes aparecen con sus nombres completos, la ordenación del relato nos lleva a una conclusión determinada y segura.

Las imágenes simplemente confirman lo que nos va contando el relator. El poder de convicción del género documental es enorme y, por eso, es muy peligrosa la posible manipulación que se puede realizar en ellos, falseando hechos o documentos o dando una interpretación sesgada de los mismos.

32. ¿En qué consiste un *magazín televisivo*?

El *magazín* une diferentes géneros periodísticos convirtiéndose en un contenedor de entrevistas, reportajes -entre otros- donde el espectador es guiado por uno o varios presentadores o moderadores.



Esta figura, la del presentador o moderador del magazín, se convierte en fundamental porque representa, al mismo tiempo, la voz autorizada de la cadena, elige y modera a los participantes, al mismo tiempo que se convierte en representante del espectador al preguntar a los invitados sobre los temas candentes que preocupan a la audiencia.

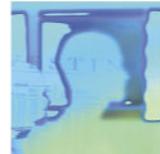
En el magazín, se pasa del lenguaje formal o estándar de los informativos y documentales a un lenguaje coloquial que facilita la comunicación. Este lenguaje, sin embargo, puede inducir, en algunos casos, a un tratamiento banal de las temáticas elegidas o llegar incluso a la falta de respeto con los invitados o la audiencia.

33. ¿El humor es un campo en qué son tratados de forma conveniente los valores?

Los programas de humor o la aparición de humoristas en determinados programas, representan algunos de los momentos de más audiencia en una cadena audiovisual pero, también, son los espacios en que más pueden ponerse en cuestión los valores éticos de la sociedad.

En el humor se pueden expresar interesantes críticas sociales, sátiras constructivas que ponen en cuestión de prejuicios y convencionalismos. Pero, al mismo tiempo, en él se vehiculan a través de la ironía y el ridículo gran cantidad de desvalorizaciones personales y sociales, de tópicos contra minorías y grupos marginales. Se puede llegar incluso, a través del humor, a la degradación y la humillación de personas, poniendo en cuestión su honor y su propia consideración como persona.

Al oprobio, la vergüenza y el bochorno a que una persona puede ser sometida mediante el humor, se puede unir la ignominia de ciertas expresiones humorísticas destinadas a despertar en el espectador sus sentimientos más xenófobos o sexistas mediante la utilización de descalificaciones soeces o la introducción de un lenguaje directamente agresivo.



Así pues, si es bien cierto que el humor en televisión puede ser liberación, crítica, ironía y desenfado, también lo es que puede dar lugar al estereotipo, la falta de respeto y la agresividad.

34. ¿Qué tipo de valores se ponen en cuestión a la hora de producir un *talk show* o programas con historias de vida?

El *talk show*, es un espectáculo basado en la conversación y la entrevista. Proviene de los programas de entrevistas de la radio donde se contaba con la posibilidad de que no sólo los entrevistados contestaran a preguntas sobre las noticias y acontecimientos en que habían participado sino de que sus propias declaraciones se convirtieran en noticia al contarnos su vida en directo.

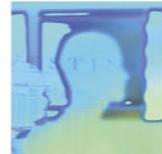
La búsqueda de este objetivo legítimo por parte del conductor del programa ha llevado, en algunos casos, a este género a una deriva sensacionalista en que lo importante ya no es el entrevistado como personalidad sino el tipo de declaraciones escandalosas sobre su intimidad o la de otras personas.

35. ¿Es real lo que los participantes de los *talk show* relatan?

La apariencia domina a la realidad en este género donde se convierte en dogma la fórmula clásica de "ser es parecer".

No se respeta, en una gran parte de los casos, el elemento fundamental que convierte la conversación en una comunicación fluida y eficaz, el dejar hablar y saber escuchar.

Finalmente, este género puede desvalorizar la idea de autenticidad que transmiten los medios al convertir a los participantes en actores que interpretan lo que se espera de ellos, convirtiéndose en estereotipos, a veces grotescos, de sí mismos.



36. ¿Qué elementos negativos puede tener el *reality show* como género televisivo?

El *reality show* es un espectáculo basado en elementos de la realidad, esto es sin ficción ni guiones.

La clave del *reality show* es producir la noticia y el espectáculo en directo y eso implica un alto grado de provocación por parte del conductor del programa.

La televisión deja de ser neutral para introducirse agresivamente en la realidad, suscitando sucesos y acontecimientos extraordinarios con el objetivo de mantener entretenida la audiencia.

Se rompe una de las características fundamentales de la noticia que es su imprevisibilidad al convertirla en un acontecimiento programado a una hora y en un lugar determinado, el momento de grabación del programa.

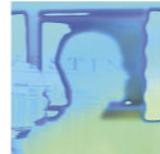
La búsqueda constante de audiencia induce a una manipulación de los protagonistas obligándolos a provocar continuamente hechos que capten la atención del espectador.

37. ¿Es real o ficción lo que ocurre en el *reality show*?

Los participantes son, en muchos casos, actores de un guión prefijado para producir morbo y escándalo.

En el *reality* se vive la vida como un teatro. Es una verdadera intromisión en la vida privada ampliada con una exposición casi pornográfica de esta vida privada y de los sentimientos personales de los protagonistas.

Las personas que actúan en los *reality shows* terminan perdiendo el sentido de la realidad, sobreactúan, interpretan su vida cotidiana según los intereses de la audiencia y para captar su atención.



El conductor del programa influye en este sentido extrayendo consecuencias, determinando actitudes, provocando situaciones. Muchas veces, manipula tanto a los protagonistas, a los que invita a comportarse de la manera que se espera de ellos, como al espectador al que determina con sus comentarios sobre las situaciones que ocurren ante sus ojos.

No obstante, en algunos casos, los *reality show* han aportado a las audiencias un conocimiento cercano a ciertas cuestiones sociales y han sido la ocasión para un debate social sobre hábitos y costumbres.

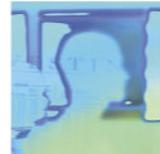
38. ¿Están preservados los valores en los programas culturales?

Los programas culturales representan una mejora crítica y responsable de la sociedad mediante una información pormenorizada de los acontecimientos que producen los movimientos estéticos y las inquietudes sociales. En sí mismos, los programas culturales potencian y enriquecen los valores sociales de una comunidad.

Sin embargo, en algunas ocasiones, la sectarización cultural y la caída en manos de grupos comerciales e intereses editoriales, pueden provocar una alteración de los valores de estos programas.

39. ¿En qué afectan los valores a la programación y el contenido de los programas musicales?

Los programas musicales son un apartado de los programas culturales y responden a los intereses de sensibilidades muy diferentes en este campo.



Es muy importante su influencia ya que la música no es sólo una expresión artística sino que acompaña todo tipo de movimientos sociales.

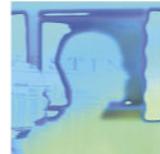
A través de la música se vehiculan todo tipo de mensajes y los componentes de los diferentes grupos se convierten en iconos mediáticos de enorme influencia. La música es uno de los instrumentos más importantes para afirmar la solidaridad humana.

40. ¿Afectan los valores a la programación y al contenido de los programas deportivos?

El deporte es un poderoso medio de integración de grupos y naciones diferentes que posee un lenguaje universal. El deporte, por sus características intrínsecas, transmite valores de solidaridad y de compañerismo que son necesarios para la obtención de los triunfos deportivos. El deporte puede canalizar valores universales como nos revela el espíritu que anima los juegos olímpicos. Del mismo modo, la competitividad mal entendida y la lucha por obtener el triunfo puede llevar a comportamientos que atenten a los valores y la moral como son la insolidaridad dentro de los propios deportistas y la utilización de dopajes.

Los medios audiovisuales pueden contribuir fuertemente a la mitificación de determinados deportistas convirtiéndolos en iconos mediáticos. La televisión, en el tratamiento realizado en los espacios deportivos, puede animar este doble proceso, tanto en el sentido positivo de fortalecer los valores solidarios del deporte como de alentar las posibles derivas insolidarias.

41. ¿Son reales e imparciales los comentarios que se realizan en los programas deportivos emitidos por la televisión?



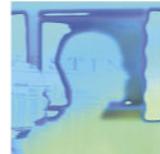
En los programas deportivos es donde más se echa en falta la objetividad e imparcialidad necesaria del profesional comunicador. Éste se implica personalmente, perdiendo el sentido de la realidad y la objetividad que debe presidir una información periodística. Se deforman conscientemente los contenidos informativos del programa y se colocan al servicio de los intereses de un equipo. El comentarista pierde su función de mediador entre la noticia y el espectador para convertirse en un miembro activo y entusiasta, muchas veces sectario, de uno de los equipos en liza.

42. ¿Qué valores se ponen en cuestión en la programación y contenidos de los espacios de ficción que conocemos como telecomedias?

Las telecomedias, al ser una teatralización y ficcionalización de la realidad cotidiana, muestran situaciones vitales habituales en donde se ponen en cuestión y se discuten continuamente actitudes y valores.

La potente fuerza de las imágenes televisivas convierte a los héroes de las telecomedias en personajes familiares, ya que se introducen en todos los hogares, y sus situaciones pasan a ser casi reales, siendo objeto de discusión por parte de los espectadores como si se tratara de casos existentes.

Es frecuente además que, las telecomedias y los programas de ficción, utilicen temas candentes de la opinión pública guionizándolos, lo que aumenta su impacto social sobre los valores. La definición de los personajes que actúan en los programas de ficción y el planteamiento de estas situaciones candentes pueden afirmar tanto los valores de solidaridad y respeto a los demás como exactamente lo contrario.



43. ¿De qué manera son tratados los valores en el género del concurso televisivo?

Los concursos muestran la voluntad de una persona por triunfar o la cooperación de un equipo por alcanzar una determinada meta. En ese sentido, muestran valores positivos de superación personal y solidaridad de grupo.

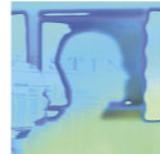
Según el formato que tenga el concurso, este género puede promover el legítimo esfuerzo por obtener un objetivo final victorioso o incitar a la lucha despiadada por el triunfo y la competitividad insolidaria.

El concurso, además, puede llevar a sus participantes a situaciones límites y comportamientos degradantes por tal de obtener el premio deseado.

44. ¿En qué afecta la inmediatez del medio televisivo al planteamiento de los valores?

La instantaneidad es uno de los valores de la televisión y, al mismo tiempo, es uno de los factores que más afectan al tratamiento de los valores. Estos se pueden ver cuestionados por actitudes y comportamientos, declaraciones y juicios, sin posibilidad de que se aporte un matiz o se expongan opiniones diversas para contrastar. La instantaneidad limita la capacidad de reflexión.

Por otra parte la *transparencia* del medio televisivo - es decir, la apariencia de que se coloca delante de la realidad sin deformarla, exactamente como una ventana que permite contemplar el paisaje - produce un *efecto de realidad* que encubre el tratamiento de la información que se da en la televisión y la selección de perspectivas interesadas.



45. ¿Qué significa la llamada falta de memoria que afecta a los medios audiovisuales?

En la televisión, las noticias del día anterior ya no existen, los personajes desaparecen y las situaciones cambian.

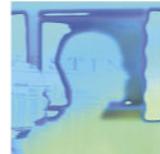
La televisión ofrece cada día un espectáculo de la realidad diferente y renovado. La falta de memoria es una característica intrínseca del medio que lleva a una banalización del drama humano expuesto como una mercancía con fecha de caducidad.

El exceso de información aumenta esta destrucción de la memoria y actúa como una bola de nieve imposibilitando que el espectador pueda recordar y reflexionar sobre todo lo que ha visto y oído. Se provoca la sensación de que la historia no existe y la realidad es siempre una acumulación de “presentes”.

46. ¿Existe una falta de contexto en la exposición de los temas a través del medio televisivo?

La rapidez con que se presenta la información de los acontecimientos de la actualidad unida a la situación de los personajes y protagonistas en el cuadro uniforme del discurso televisivo, hace perder la perspectiva al espectador, que tiene una enorme dificultad para contextualizar la información y situarla en el marco espacio-temporal donde se ha producido realmente.

El espectador observa un continuum donde se le expone la tragedia y el humor, la noticia real y la ficción dramatizada al mismo nivel y en el mismo entorno. El resultado de esta operación descontextualizadora que realiza el medio televisivo puede provocar una banalización de la noticia, solucionada mediante el recurso a tópicos homogeneizadores y reductores.



47. ¿Qué efectos puede tener la fragmentación de la realidad que realiza el medio televisivo?

El exceso de información provoca otro fenómeno destructivo de la racionalidad que es la fragmentación de la realidad en sucesos dispersos y anárquicos. Se imposibilita con ellos la ordenación de los acontecimientos con vistas a un juicio coherente y constructivo sobre la sociedad. El exceso de información puntual puede llevar a la desinformación general.

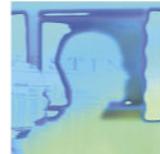
48. ¿Qué efectos puede tener el sensacionalismo en el tratamiento de las noticias en el medio televisivo?

La búsqueda de la sensación en el espectador es uno de los elementos fundamentales del medio televisivo a la hora de captar audiencia. El sensacionalismo busca captar en la noticia los aspectos más humanos y dramáticos con vistas a provocar el interés y la identificación del espectador.

La búsqueda permanente de la sensación y la exposición permanente de la tragedia humana en una noticia llevan al morbo, la truculencia y el tópico.

49. ¿Propenden los géneros y formatos televisivos a la extensión de los estereotipos y arquetipos sociales?

Sí. Precisamente, la falta de contextualización, la fragmentación de las informaciones y el sensacionalismo contribuyen a una modalidad de discurso donde la mejor forma de captar la atención del espectador es recurrir a los tópicos ya establecidos y a arquetipos claramente reconocibles. La televisión acentúa, mediante esta forma de discurso, las ideas comunes, la solución fácil para hechos y acontecimientos. Es mucho más difícil plantear una explicación razonada que exponer una



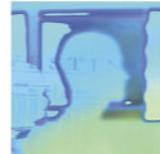
idea simple y vulgar sobre la realidad basada en un tópico comúnmente establecido.

50. ¿Vale más una imagen que mil palabras?

No. Las palabras modulan, explican, determinan y extraen consecuencias sobre valores y actitudes de las imágenes que describen. Del mismo modo que lo importante de una foto es el pie de foto, lo importante de un documento audiovisual es la explicación y el contexto en que se sitúa.

El tópico de que una imagen vale más que mil palabras tiende a inculcar la idea de que la imagen es un lenguaje directo, accesible, sin interferencia de ningún interés ni perspectiva.

Sin embargo, si algo interesa a la educación en medios es, precisamente, subrayar la idea de que cualquier imagen es fruto de una selección de la realidad y, en cierto modo, de un proceso de interpretación que hay que analizar y describir.



La construcción de los valores en televisión

51. ¿Contribuye la televisión a un aumento de la solidaridad entre los grupos humanos?

Sí y no.

Sí, en el sentido de exponer las situaciones, problemas y esperanzas de los diferentes colectivos humanos de una manera directa y personal, que une las personas más diferentes y los continentes más distantes. También en el sentido de que es un poderoso medio de comunicación entre las personas.

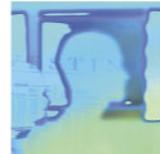
No, por el carácter sensacionalista del lenguaje televisivo y la falta de contextualización en la exposición de los hechos. La impresión final que se obtiene de las dramáticas noticias expuestas por los informativos de televisión es la de una anárquica suma de desgracias lejanas e imposibles de solucionar. Tampoco por el hecho de que la tendencia al espectáculo que tiene la televisión tiende a crear una perspectiva deformante sobre el mundo.

52. ¿Contribuye la televisión al desarrollo de una mayor cooperación entre los grupos humanos?

Sí y no.

Sí, por la sensación de proximidad e inmediatez que resulta de la exposición de impactantes imágenes de tragedias con las que el espectador se siente identificado de inmediato.

No, por la propia memoria corta del medio televisivo. La explosión inmediata de solidaridad que provocan hechos concretos se pierde posteriormente en la avalancha de nuevas noticias lanzadas por el medio.



53. ¿Se respeta la dignidad humana en la televisión?

No, en muchos casos. Los derechos de las víctimas y los derechos también de los presuntos culpables no son, en muchas ocasiones, respetados por la propia dinámica y la inmediatez del medio. Las víctimas aparecen sin ninguna protección, expuestas a la curiosidad pública. Los presuntos culpables aparecen condenados de antemano sin que se practique ningún tipo de rectificación posterior, en caso de error, como suele suceder frecuentemente.

Sin embargo, hay espléndidos ejemplos de programas de televisión que han logrado enaltecer la dignidad humana y crear lazos de solidaridad y comprensión entre las personas.

54. ¿Se practica en televisión el respeto a opiniones diferentes?

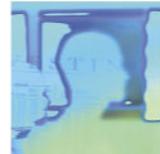
La matización es algo difícil en el medio televisivo por la rapidez de la información y el corto espacio dedicado a cada uno de los temas. Las opiniones diferentes al sentir general o las opiniones que se enfrentan a los tópicos, son muy complicadas de explicar.

Hacer llegar un mensaje alternativo o diferente al público es mucho más dificultoso que canalizar una afirmación simplista que exprese ideas vulgares y tópicas aceptadas por la opinión pública.

Por todo ello, una televisión respetuosa de la diversidad tiene que ser una televisión matizada, sutil y atenta a recoger alternativas.

55. ¿Se practica el respeto a minorías y grupos marginales?

En el medio televisivo, la ausencia de grupos minoritarios y marginales es, en muchos casos, notoria.



Sólo aparecen si participan en actos violentos, provocados por ellos o ejercidos contra ellos.

Este fenómeno mediático induce, en primer lugar, a un aumento del victimismo de los grupos que desean llamar la atención de los medios y puede ser incluso una incitación al fanatismo. Ciertas minorías perciben claramente que la única manera de ser escuchadas es ejercer la violencia para salir en los medios como noticia.

Una televisión respetuosa con las minorías tiene que estar atenta a ofrecer espacios de participación y oportunidades de acceso a los grupos diversos y a quienes disientan de las mayorías.

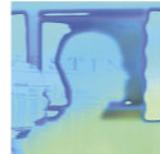
56. ¿Cómo trata el medio televisivo a las comunidades y culturas diferentes a la occidental?

La televisión en los países occidentales sigue una inercia endocéntrica que comporta el tratamiento de grupos y colectivos que no pertenecen a occidente como fenómeno exótico. Una de las características más comunes es la desaparición del nombre de las víctimas cuando no son europeas y su sustitución por apelativos étnicos. La cosificación de estos grupos transforma a las víctimas en un número contable que oculta su tragedia humana, degradándola.

Este discurso tiene el riesgo de poder provocar un discurso, simétricamente opuesto, de naturaleza contraria en otras latitudes.

57. ¿Qué efectos produce el tratamiento exótico de grupos y colectivos sobre los valores de solidaridad y cooperación?

El tratamiento exótico de grupos y colectivos a través del lenguaje televisivo provoca una acentuación de la distancia en costumbres y actitudes, haciendo que el espectador se sienta ajeno al drama que



está contemplando como un espectáculo alejado de su vida cotidiana. El espectador percibe estas comunidades como extrañas y sus comportamientos como chocantes y extravagantes con respecto a los propios. No se produce una identificación que favorezca la solidaridad.

58. ¿Practica la televisión el respeto a creencias y minorías religiosas?

Del mismo modo que sucede con los grupos humanos extraoccidentales, se produce con las creencias y actitudes de grupos y minorías religiosas. Frecuentemente, la singularidad no es destacada de forma constructiva sino negativa. El lenguaje que describe a estas creencias y las representaciones que se escogen para ilustrar las noticias filtran tópicos y lugares comunes segregadores. En vez de destacar los puntos comunes, las imágenes elegidas destacan el exotismo y la excepcionalidad del grupo.

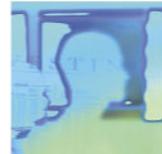
Es menos frecuente pero muy notable la existencia de programas que ayudan a la comprensión de culturas distintas, religiones y creencias.

59. ¿Contribuye la televisión al progreso intelectual de sus oyentes?

Sí y no.

Sí, en el sentido de aportarle una enorme información sobre los más diferentes aspectos de la vida humana, social, cultural y política de todo el planeta.

No, por forma anárquica y no jerarquizada por intereses y valores en que se presentan estas informaciones. La exposición que se realiza de los diferentes temas no permite avanzar en un análisis crítico de los contenidos. La televisión coloca al mismo nivel las diferentes informaciones: una temáticas importantes con noticias intrascendentes y banales.



60. ¿Qué tipo de avance en valores puede aportar la televisión?

La televisión se presenta acompañada de excelentes propósitos y actitudes. Puede provocar explosiones de solidaridad concretas y articular campañas específicas en torno a grandes catástrofes pero es incapaz de extender una cultura en valores por sí misma. Necesita una educación previa del ciudadano-espectador, que lo convierta en un ciudadano crítico y responsable, capaz de evaluar los medios constructivamente y forzarlos a actuar moralmente.

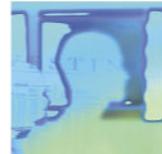
61. ¿Qué influencia tiene la televisión en el campo del arte?

La televisión puede contribuir a una mayor cultura artística y a un mejor conocimiento de los movimientos estéticos contemporáneos. Pero, como en otros campos, la televisión contribuye con su sensacionalismo a la mitificación de ciertas modas o nombres artísticos, convertidos en iconos mediáticos, mientras presenta el mundo del arte con la banalidad de un espectáculo más.

62. ¿Qué aporta la televisión al mundo de la educación?

La televisión es un excelente medio que podría ser utilizado para extender la educación. Sin embargo, al ser una caja de resonancia de contravalores y tópicos, la televisión necesita:

- a)** De un ciudadano educado críticamente para poder convertirse en espectador consciente y comprometido de los programas que recibe.
- b)** De una política de programación adecuada que capte la educación como una dimensión estratégica.



63. ¿Contribuye la televisión al descubrimiento de la diversidad humana?

La televisión muestra la diversidad de los grupos humanos y permite una exploración profunda de las diferentes culturas, contribuyendo a un mejor conocimiento de las mismas. Pero, la aparición en la televisión de la mayoría de estos grupos y culturas en situaciones negativas y de conflicto contribuye a la afirmación del etnocentrismo, ya que el único grupo que aporta la mayoría de los hechos positivos es el conjunto de los pueblos de occidente.

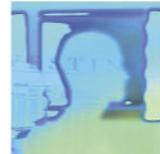
Un auténtico descubrimiento del otro tiene que hacerse desde una televisión plural y respetuosa con las minorías.

64. ¿Puede la televisión convertirse en un medio que incite a la violencia?

La condena de la violencia es parte integrante del discurso televisivo. Sin embargo, la falta de matización de los problemas y la abundancia de imágenes violentas emitidas, contribuye a su banalización. La televisión, al facilitar la división simplista de los colectivos en los roles de buenos y malos, puede llegar a promover soluciones simplistas y violentas a situaciones que deberían remediarse mediante el diálogo de ambas partes. Existe además una tendencia a sobrerrepresentar la violencia que ha conducido a multitud de denuncias, debates y quejas.

65. ¿Cómo actúa la televisión en la representación de las minorías?

La dificultad de expresión de las minorías en el medio televisivo se acentúa por la falta de tiempo y espacios adecuados para exponer sus inquietudes y reivindicaciones. Al mismo tiempo, el lenguaje televisivo tiende a destacar los rasgos más exóticos y tópicos de estas minorías sin consideración por sus derechos.



66. ¿Acentúa la televisión la discriminación de grupos y colectivos?

La primera gran exclusión que practica el medio televisivo es el olvido, interesado o no, de todos aquellos que no tienen acceso a los medios para exponer sus inquietudes y propuestas. Los medios audiovisuales silencian enormes espacios de la realidad social. Se da también, en algunos casos, una infantilización de colectivos y grupos marginales, que son presentados de forma simplista como seres dependientes, necesitados de una continua protección e incapaces de asumir su futuro.

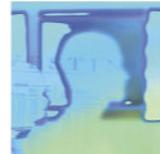
Sólo una televisión auténticamente plural puede evitar las discriminaciones.

67. ¿Cómo favorece el medio televisivo la *guetización* de grupos humanos?

El tratamiento efectista y sensacionalista de un grupo o colectivo puede llevar a una reacción de defensa del mismo que lo reafirme contra los medios, rechazando una comunicación que perciben como agresiva y negativa. Muchos colectivos entienden que los medios no comprenden su situación y que la reflejan de forma negativa y peyorativa, por lo que prefieren desaparecer como fuente de información. Procuran huir de los medios y terminan recluyéndose en sí mismos. En este sentido, los medios audiovisuales pueden contribuir a la guetización, aislamiento e incomunicación, de un grupo o colectivo.

68. ¿Cómo contribuyen los medios a la discriminación de la mujer?

La imagen de la mujer es generalmente negativa en televisión: aparece como víctima o como un elemento provocador de escándalos.



En el caso de las mujeres anónimas sólo emergen en los medios cuando han sufrido una desgracia. En el caso de las mujeres conocidas, pertenecientes al mundo del espectáculo o la moda, se suele destacar su participación en acontecimientos de tipo erótico o afectivo.

En el primer caso, se destaca su debilidad como colectivo y su necesidad de protección constante. En el segundo caso, la mujer surge como materia de escándalo o provocadora del mismo. Por lo tanto, la mujer es desvalorizada como persona, siempre en estado precario e incapaz de asumir autónomamente la defensa de sus intereses. Las mujeres aparecen frecuentemente en los medios pero la voz de las mujeres es difícil de escuchar.

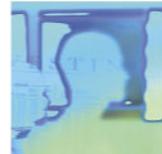
Algunos programas de televisión, sin embargo, con una intención de favorecer la igualdad entre los sexos, contribuyen activamente a la promoción de la mujer.

69. ¿Cómo se ejerce la discriminación del niño en el medio televisivo?

De forma parecida a la de la mujer, el niño aparece generalmente como víctima en el tratamiento de los informativos. Puede ser utilizado incluso, de forma degradante, en concursos o en programas infantiles como parte del espectáculo. El lenguaje para dirigirse al niño es generalmente paternalista y sus deseos e inquietudes son desvalorizados. El niño es atendido pero no escuchado en televisión.

Por contra, una televisión cargada de valores, tiene que proteger y promover los valores de la infancia.

70. ¿Cómo se ejerce la discriminación del anciano en el medio televisivo?



El hombre joven, en la 'plena edad de la vida' es el arquetipo positivo de los medios, y sobre todo el que se muestra en la publicidad aportada por los medios. La vejez se identifica a la enfermedad, el dolor, la degradación, la soledad y la proximidad de la muerte. No se destacan los valores positivos de la vejez como etapa de la vida donde se puede alcanzar la tranquilidad y la serenidad. Tampoco se muestra la riqueza que poseen nuestras sociedades gracias a la acumulación de experiencias y conocimientos sobre la vida que poseen los ancianos y ancianas.

El discurso de la televisión tiene que cambiar mucho en este tema si pretende sostener valores positivos.

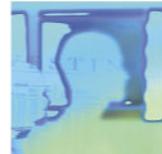
71. ¿Cómo favorece la televisión la truculencia y victimización de grupos y colectivos?

Al mismo tiempo que los medios critican la violencia, la búsqueda sensacionalista de imágenes impactantes y declaraciones susceptibles de provocar el interés de la audiencia, hacen que el medio televisivo favorezca una dinámica de truculencia y de victimización. Los grupos y colectivos marginales, para ser escuchados, favorecerán este proceso aumentando las características violentas o los aspectos más negativos de su situación y terminarán contribuyendo a esta visión lamentable y espantosa de la realidad.

Es necesario que una televisión con valores modere su tratamiento de los temas violentos.

72. ¿Provoca la televisión la mitificación de los verdugos y la desvalorización de las víctimas?

Los verdugos aparecen en los medios audiovisuales como el lado



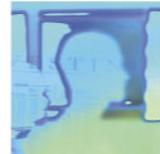
más potente y más coherente del conflicto, son presentados como los más competentes y expertos, con su capacidad de ejercer la violencia para forzar una negociación o una rendición del contrario. Frente a ellos, las víctimas se muestran como seres débiles, necesitadas de una constante protección e incapaces de asumir autónomamente la defensa de sus intereses. Los verdugos, con sus acciones violentas, terminan dirigiendo el guión y pueden llegar incluso a ser mitificados como héroes malvados mientras que las víctimas pueden acabar criminalizadas como objetos de oscuros intereses.

Los buenos programas de televisión con valores saben, sin embargo, sustraerse a esta tendencia injusta.

73. ¿Favorece la televisión una cultura de la violencia como estética?

La televisión banaliza las imágenes de violencia al ofrecerlas repetida y crudamente en sus informativos. La violencia, hiperdesarrollada en las películas de acción y mostrada espectacularmente a través de los efectos especiales, convierte la crueldad de unas personas sobre otras en estética comercialmente rentable a la hora de presentar un producto. La televisión, donde el mundo real y el de ficción se confunden como modelo de espectáculo, puede hacer perder el sentido de realidad al público. La violencia, admitida como diversión en la ficción, puede terminar siendo asumida en la vida real y gracias al espectáculo televisivo como un ideal estético por ciertos grupos urbanos marginales.

Sin embargo, cabe un tratamiento diferente de la violencia acorde con los valores positivos.



74. ¿Provoca la televisión , la radicalización de grupos y colectivos?

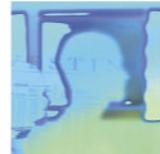
La televisión, a veces, favorece el extremismo de las personas, grupos y colectivos que descubren que, la única forma de vehicular su mensaje, de ser escuchados en televisión, es la sobrerrepresentación teatralizada de sus actitudes. Los lemas más radicales y las opiniones más extremas son expuestos por políticos y grupos a la búsqueda de la notoriedad, sabiendo que la televisión refleja únicamente lo más amenazador y truculento como noticia.

Por todo ello, el lenguaje de la televisión debe extremar el sosiego, la prudencia y la moderación.

75. ¿Qué influencia puede tener la televisión sobre el espacio social de diálogo?

La instantaneidad y la condena inmediata de los hechos, propias del medio televisivo, pueden hacer desaparecer un juicio racional sobre la realidad y sustituirlo por la resolución radical guiada por la emoción y la sensación. En una situación de conflicto se favorecen la ausencia de matices y la simplificación de las actitudes creándose bandos substancialmente opuestos. La restauración de un marco para el diálogo y el consenso es un reto difícil que deben asumir los medios.

En cambio, cuidando promover la libertad de expresión, la diversidad y la cooperación, la televisión puede servir de plataforma sólida del diálogo social.



La lengua y el respeto de los valores

76. ¿Qué importancia tiene la lengua oral en televisión?

La lengua oral es, junto al lenguaje de la imagen, la semiótica central en el lenguaje televisivo. El discurso de la televisión es comprendido a través de la lengua oral. Sin un uso adecuado de ella, el lenguaje de la televisión carecería de sentido.

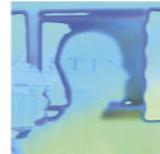
77. ¿Qué valores puede aportar la lengua al discurso de la televisión?

Como cualquier lenguaje, la lengua oral es portadora de valores. De aquí su trascendencia.

Por eso es importante el uso de la lengua en televisión y el modo en que se relaciona con los valores. De hecho, la forma de hablar y el discurso oral pueden enriquecer o dañar los valores sociales.

78. ¿Qué valores puede aportar la televisión al discurso de la lengua?

La televisión, en la medida en que es uno de los vehículos esenciales de la comunicación social en el mundo contemporáneo, tiene una influencia decisiva en la conservación y ampliación del patrimonio lingüístico de una sociedad. Del mismo modo, puede contribuir, en caso negativo, a la corrupción del lenguaje y a su deterioro.



79. ¿Puede hablarse de *enriquecimiento* y de *corrupción* de la lengua oral?

Cuando los estudios lingüísticos dejaron de ser normativos y han pasado a ser descriptivos y explicativos no resulta fácil usar términos valorativos como *riqueza* lingüística o, en sentido contrario, *corrupción* lingüística. Es cierto, pues, que usar términos de valor a la hora de considerar el lenguaje puede resultar no del todo adecuado.

Sin embargo, incluso para describir la realidad de una lengua, vale la pena, aunque con prudencia, usar términos cualitativos y valorativos porque son los que permiten establecer políticas lingüísticas.

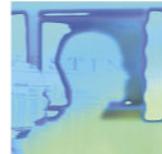
Así pues, en cuestión de políticas lingüísticas, sí cabe considerar aspectos que pueden fijar polos positivos y negativos a la hora de considerar el valor del lenguaje oral.

Es en este sentido en el que podremos hablar de *enriquecimiento* del lenguaje cuando la lengua que se considere, se aproxime a los atributos que consideramos positivos, y de *corrupción*, cuando se aproxime a los valores que consideremos negativos.

En todo caso, es preciso señalar que tanto la *corrupción* como el *enriquecimiento* se refieren no tanto a la lengua en su conjunto, sino al habla, es decir al uso de la lengua por parte de los hablantes. Uso que, en determinados contextos, viene a constituir una especie de *norma* que se sobrepone a la lengua.

80. ¿Cuáles son los factores que enriquecen el uso de una lengua y cuáles los que la *corrompen*?

En general, el siguiente cuadro recoge alguno de los factores sobre los que se puede realizar una valoración del *enriquecimiento* o, por el contrario, de la *corrupción* de una lengua.



| Enriquecimiento | Corrupción |
|-------------------------|---------------------------|
| Ampliación léxica | Simplificación léxica |
| Flexibilidad sintáctica | Rigidez sintáctica |
| Diversidad dialectal | Homogeneización dialectal |
| Coherencia discursiva | Dispersión discursiva |
| Precisión | Vaguedad |
| Creatividad | Rutina |
| Capacidad de cortesía | Incapacidad de cortesía |

81. ¿Qué es ampliación y simplificación léxica?

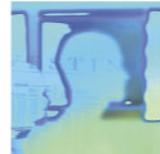
El uso de una lengua es más rico cuando más términos, palabras o léxico conocen y pueden emplear con eficacia sus hablantes.

En cambio, cuando el léxico utilizado es corto y tiene tendencia a reducirse, el uso de esta lengua tiende a empobrecerse y a corromperse.

82. ¿Qué es flexibilidad y rigidez sintáctica?

Hay flexibilidad sintáctica cuando el uso de una lengua por parte de los hablantes tiende a aprovechar todas las posibilidades que le proporciona la lengua para adaptarse con provecho a las circunstancias del discurso y las funciones pragmáticas que éste cumple.

No hay flexibilidad, sino rigidez, cuando las estructuras sintácticas que se usan son poco flexibles, repetitivas y tienden a ignorar las posibilidades de la lengua y los factores de su uso.



83. ¿Qué son *diversidad y homogeneidad dialectal*?

Una de las características esenciales de una lengua es su capacidad para singularizarse en su uso social atendiendo a la diversidad geográfica en que se utiliza. Esto da lugar a dialectos que son variedades lingüísticas que se manifiestan, a su vez, en variedades léxicas, sintácticas y fonéticas.

El uso de una lengua será tanto más diverso cuando más variedades dialectales sepa amparar, respetar y conservar. Y, por el contrario, será más homogeneizador cuando más tienda a sofocar la diversidad de dialectos y a estandarizar el uso.

84. ¿Qué son la *coherencia y la dispersión discursiva*?

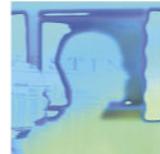
En el uso del lenguaje, los hablantes tienen que hilar palabras, y frases hasta constituir discursos extensos. Para ello tienen que establecer algunos elementos que estructuren el conjunto del lenguaje y lo adecuen a la finalidad pragmática que persigan.

Si estos elementos estructurantes son sólidos, el discurso gana en inteligibilidad y eficacia.

Si, por el contrario, son débiles o no existen, el discurso gana en dispersión y tiende a la fragmentación. En este sentido, se pierde eficacia comunicativa.

85. ¿Qué son la *precisión y la vaguedad en el uso de una lengua*?

La precisión en el uso de una lengua es su capacidad de usar signos que tengan una correspondencia marcada y bien perfilada con la realidad material o conceptual a que se refiera el discurso. Un uso preciso del lenguaje expresa un pensamiento preciso.



Por el contrario, un uso poco preciso, vago y confuso de la lengua conduce a pensamientos poco adecuados y vaporosos. Lo cual perjudica la eficacia lingüística.

Sólo un uso estético o poético del lenguaje, justifica en ocasiones la imprecisión y la vaguedad. Pero, en realidad, esta vaguedad e imprecisión que, a veces, brota del uso poético del lenguaje, busca un nuevo grado de precisión y de concreción en una dimensión distinta de la realidad a la que se refiere. Así se deben, por ejemplo entender las metáforas y muchas de las figuras retóricas que se usan en el lenguaje.

86. ¿Qué son la *creatividad* y la *rutina* en el uso de una lengua?

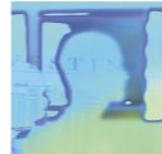
Creatividad es la capacidad de generar nuevos sentidos y nuevos signos en el uso del lenguaje. La rutina es la repetición y la incapacidad de aportar elementos nuevos.

La creatividad en el habla es imprescindible para que una lengua pueda adaptarse razonablemente a los cambios del contexto y pueda satisfacer las nuevas exigencias que depende de éste.

De la creatividad depende también el grado de innovación de un uso lingüístico.

87. ¿Qué es la *cortesía* en el uso del lenguaje?

La capacidad de cortesía en el uso de una lengua es la potencialidad de ésta de reflejar de un modo adecuado y satisfactorio el respeto a la dignidad de los hablantes. Si en un uso lingüístico no hay posibilidades de guardar normas de cortesía elementales, lo que entra en crisis es la imagen de los interlocutores.



Conviene que las normas de cortesía de un uso lingüístico sepan respetar la consideración debida a los interlocutores.

88. ¿Cómo puede la televisión contribuir al enriquecimiento o a la corrupción de los usos lingüísticos?

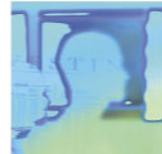
La televisión, con su enorme poder de difusión y con su capacidad para fascinar a las audiencias, tiene un impacto decisivo en la consolidación de los usos lingüísticos. Los espectadores tienden a asimilar tanto las formas como los contenidos de los usos lingüísticos y a hacerlos suyos progresivamente. De este modo, se sea o no consciente de ello, las pautas que siguen los usos lingüísticos en una televisión acaban configurando las pautas de los hablantes que conforman su público.

Que la televisión pueda enriquecer o corromper un lenguaje es, pues, una influencia posible en los usos lingüísticos de una comunidad.

89. ¿Puede establecerse una *política lingüística* desde una televisión?

La televisión es en parte un medio de comunicación que recoge la realidad y la representa dándola a conocer a su público. Pero el discurso de la televisión, y, en consecuencia, la lengua que emplea es también decisión –consciente o no- de quienes la dirigen y acceden a ella. Así por ejemplo, la elección de un conductor de un programa, la forma de hablar de éste, o las normas que, a través de libros de estilo o documentos que cumplan una función semejante, condicionan buena parte de la lengua que muestra una televisión.

De aquí que sí sea posible establecer, aunque sea parcialmente, una cierta política lingüística en televisión.



90. ¿Qué objetivos debe perseguir una política lingüística en televisión?

En términos generales, puede decirse que una política lingüística sobre el lenguaje de la televisión debe contribuir a la riqueza de los usos lingüísticos y a potenciar todos los factores que constituyen esta riqueza. En este sentido, una política lingüística adecuada a televisión debe perseguir, entre otros, los siguientes valores:

- a) la ampliación léxica,
- b) la flexibilidad sintáctica,
- c) la diversidad dialectal y de registros,
- d) la coherencia discursiva,
- e) la precisión,
- f) la creatividad,
- g) la capacidad de cortesía.

91. ¿Cómo puede la televisión contribuir al valor de una lengua?

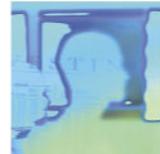
El uso de la lengua representa en sí un valor positivo, porque sin la lengua, ni el pensamiento ni la comunicación humanas habrían adquirido el grado de complejidad y eficacia que tienen en la actualidad.

En este sentido, hay que tener muy en cuenta que la televisión, dada su influencia social, incide directamente en la lengua que se habla.

Por tanto, puede contribuir o no, a mantener el valor que el lenguaje encierra en sí mismo como depósito de sentido.

92. ¿Hay una forma de usar el lenguaje de la televisión adecuada a cada género?

Cada género, es, en realidad, una modalidad de comunicación y un



uso concreto del lenguaje. Por eso cada género necesita una especificidad de lenguaje. En términos lingüísticos, se habla de registro de una lengua para caracterizar determinados usos lingüísticos que presentan normas especiales o singularidades en aspectos sintácticos, semánticos o pragmáticos. Podemos decir, pues, que hay un registro adecuado a cada género.

93. ¿Cuál es el lenguaje propio de los géneros informativos?

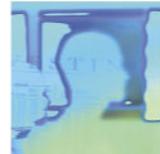
Los géneros informativos tratan de hechos y de realidades. El lenguaje adecuado para ello es aquel que reúne rasgos de precisión, referencia directa, sintaxis clara y transparente, además de un léxico inteligible, no ambiguo y comprensible.

El lenguaje de la información televisiva debe separar la descripción de los hechos de las opiniones y de los juicios de valor. Naturalmente, esto no excluye la necesidad de contextualizar la información, de dar explicaciones sobre causas y consecuencias y de situar en contextos históricos adecuados. Todo ello hace que el lenguaje interpretativo sea, también, propio de los informativos.

94. ¿Qué lenguaje corresponde a la ficción en televisión?

La ficción presenta, habitualmente, contextos sociales imaginados que, en ocasiones se corresponden con contextos sociales reales. En ese sentido, la presencia de las circunstancias y factores reales, incluso el lenguaje, es una característica de los géneros de ficción. De este modo, si una tele-comedia transcurre en un mundo urbano joven, el lenguaje que aparecerá es el de los jóvenes y si transcurre en hogares de clase alta, su lenguaje será el de esas clases.

En este sentido, la ficción suele mimetizar el lenguaje social, aunque, a veces, se inventa su propio lenguaje y lo acuña como una nueva realidad.



95. ¿Cuál es el lenguaje adecuado de los programas de debate?

Algunos lingüistas han subrayado la existencia de una cultura de la polémica que acentúa el enfrentamiento entre hablantes, la discusión, y una forma de diálogo muchas veces agresiva.

En esas situaciones, se pierde algo fundamental en el uso de lenguaje: la cortesía. Esta cortesía es una forma de preservar y garantizar la dignidad de los hablantes y predisponerles favorablemente hacia el otro. Si la cortesía se rompe, se pierde la consideración del otro y se corre el riesgo de perder la propia.

96. ¿Existe un lenguaje adecuado para los programas infantiles?

El lenguaje de los programas infantiles debe proteger los derechos del niño y debe estimular su desarrollo moral y físico.

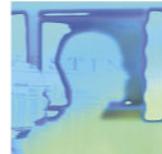
Tiene, por otro lado, que estimular el completo desarrollo lingüístico del niño y socializarle en el uso cortés y correcto de la lengua.

97. ¿Qué son los libros de estilo para televisión?

Son manuales o códigos de conducta lingüística que deben ser respetados en el lenguaje de una televisión. Estos libros de estilo ayudan a fortalecer la corrección y la conciencia lingüística de quienes participan en el lenguaje televisivo y resuelven muchas de sus dudas y ayudan a la toma de decisiones.

98. ¿Qué contiene un libro de estilo?

En general, contiene normas referidas al lenguaje oral, que son de corrección gramatical y estilística, pero que también tienen que ver



con el tratamiento de la información. Y, por otra parte, contienen normas referidas al uso de otros lenguajes: visuales y gráficos.

99. ¿En qué puede ser útil un libro de estilo para la educación en medios?

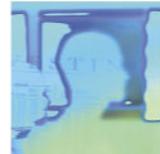
Puede ser objeto de la educación en medios, porque informan de las normas que deben cumplir los comunicadores y, en este sentido, pueden servir de referencia para el análisis crítico.

Pero, también, sus consideraciones sobre el lenguaje y sobre la lengua ayudan a tomar conciencia a los estudiantes sobre las decisiones e intencionalidad que inspira a un medio.

Comparar y contrastar libros de estilo entre sí es una forma de conocer la pluralidad y diversidad de opciones implicadas en el uso del lenguaje.

100. ¿Cómo puede la educación en medios contribuir al enriquecimiento de la competencia lingüística del espectador de televisión?

Intentando fomentar en el espectador la atención y la toma de conciencia sobre el lenguaje de la televisión. Llamando su atención sobre las características del lenguaje televisivo, sus estructuras y sus reglas. Y creando la conciencia en el espectador de que él mismo puede - sea imitando, sea rechazando - mejorar su propio dominio de la lengua, tomando como referente el lenguaje de la televisión.



Proyecto financiado por la Unión Europea, en la que han participado:



Centre for liaison between teaching

