

## Salvar el lenguaje

Clemente FERRER\*

EL Ministerio de Cultura ha lanzado una campaña publicitaria para conseguir la sensibilización social ante los afanes que violan los derechos de la propiedad intelectual, bajo el lema "Defiende tu cultura".

Por otra parte, Wole Soyinka, escritor africano que obtuvo el Premio Nóbel de Literatura ha asegurado que el lenguaje es "algo que trasciende lo humano aunque su materia prima sea la sociedad y las relaciones entre las personas".

Para el Premio Nóbel, los escritores sólo tienen el compromiso de salvar el lenguaje de la invasión a la que lo someten los

gobernantes que invocan a las respuestas más sencillas de la población y perturban la realidad.

Curtido en los combates internos de su patria, el escritor nigeriano califica que el lenguaje es fundamental aunque esté atravesando un momento de malestar e intemperancia: "En tiempo de armonía social nos alimenta la alegría de vivir, en tiempo de brutalidad se convierte en nues-

tro consuelo y en una expresión de esperanza", afirmó.

También la publicidad, percibida como quinto poder, se apuntala en el impacto publicitario a través del lenguaje. Los creativos buscan un golpe de atención y no reparan en la custodia del lenguaje. El ataque al justo uso de las criterios gramaticales y los atropellos contra la pulcritud del idioma son, cada

vez, más abundantes.

El lenguaje empleado en los mensajes publicitarios se corresponde mal con el lenguaje disciplinado. El solecismo -la embestida a la sintaxis o a la pureza del idioma- se torna, produciendo una perseverante infamia a nuestro idioma.

Urge la tutela del lenguaje. Apremia el que se organice una normativa para que los

anuncios publicitarios se adapten a la corrección lingüística para todos los que abracen el mensaje publicitario.

Así se logrará un buen arquetipo para la utilización del lenguaje en la publicidad, valdrá de escuela de buen decir y de buen hablar. De lo contrario la admirable lengua castellana habrá quedado malherida de muerte en menos de una generación.

"El lenguaje es el vestido del pensamiento", afirmó Jonson.

\*Clemente FERRER. Presidente del Instituto Europeo de Marketing, Comunicación y Publicidad.