



UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA
FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN
COMISIÓN DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN COMUNICACIÓN SOCIAL
ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Lo Esperpéntico como elemento de configuración para una Ética de la Comunicación

Autor:

Jesús Lovera C.I: 18.754.418

Caracas, Abril 2015

**Frente a la emisión mediática de contenidos grotescos, fundamentados en la profanación, y enmarcados dentro de la propuesta teórica de la “*Transparencia Esperpéntica*”
¿Cómo puede configurarse una ética de la comunicación?**

Sin lugar a dudas, al hablar sobre el elemento esperpéntico, se hace referencia a una deformación sistemática de la realidad, se trata de un mecanismo que pone de manifiesto rasgos desatinados, grotescos y extravagantes que muchas veces son utilizados con el propósito de ultrajar o degradar los valores de un suceso en general.

Para el crítico literario Del Valle-Inclán (2014) la concepción de lo esperpéntico tiene su punto de origen en aquel famoso grupo de escritores, ensayistas y poetas españoles que se vieron intensamente afectados por la crisis moral, política y social que se desencadenó en España tras la derrota militar en la guerra hispano-estadounidense en 1898. Mejor conocidos como “La Generación del 98”, concibieron la noción de “*esperpento*” como un género literario que deforma la realidad, recarga aspectos fachosos y en el que abundan expresiones cínicas y jergales.

Esta noción a pesar de haber sido instaurada a finales del siglo XIX, se encuentra hoy más presente que nunca. No solo por el uso que se le da a un lenguaje coloquial y desgarrado, sino también por la capacidad que tienen los medios de comunicación, las organizaciones y las personas en erigir, producir y divulgar todo tipo de imágenes que contemplen estos criterios.

Un ejemplo de ello, y que en la actualidad se encuentra vigente, es el de las decapitaciones y asesinatos por parte de los militantes extremistas del estado islámico, donde la muestra de imágenes irrisorias, cargadas de una inminente producción cinematográfica, ponen de manifiesto la creciente presencia de lo grotesco, lo cual pareciera estar omnipresente en todas las áreas de la esfera pública. La representación de los desastres ambientales, las enfermedades, los padecimientos del ser humano en aspectos de salud pública, así como los semblantes del entorno político mundial, pueden ser considerados “expresiones de una creciente transparencia proactiva o estrategia de revelación”, (Sefarty 2015), pues lo grotesco se representa en las comunicaciones asociadas con la salud, la religión, el ámbito político, el medio ambiente y otros aspectos en general. Esta fundamentación teórica parte del uso de elementos visuales que predominan sobre el

discurso y resalta el llamado “empoderamiento ocular”, es decir, la audiencia se interesa más en asimilar e identificarse con ciertas imágenes que en analizar el discurso.

Sin embargo, es necesario discurrir si efectivamente el uso de lo grotesco en la comunicación puede ser considerado como un acto que va en contra de los principios profesionales o morales del ejercicio informativo. Por ello, de esta premisa se produce la siguiente interrogante: ¿Cómo puede configurarse una ética de la comunicación?

En torno a este conjunto de ideas, se podría considerar que el tratamiento informativo de lo esperpéntico, que actualmente se ejecuta en los medios de comunicación, no goza de un comportamiento ético, pues el recurrir al uso de imágenes impactantes y tópicas, con una reflexividad estética enfocada en lo grotesco, con una reemergencia orientada en lo religioso, y que suscita lo profano, podrían ser consideradas como negligentes, indolentes o que carecen de valores morales, para algunas audiencias.

Si bien los medios de comunicación se han visto obligados a atender la aparición de nuevos fenómenos o procesos sociales como las catástrofes naturales, las enfermedades del ser humano, los asesinatos, delitos y parricidios, los ataques terroristas o las disimiles tragedias que acaecen alrededor del mundo, no siempre son aceptadas por el público, pese a ser compendios con propósitos informativos.

Es por ello, que una de las formas más deontológicas de configurar la ética en el ámbito comunicativo, es formar al público (televidentes, lectores, oyentes) para fomentar e impulsar su conocimiento de los medios, de manera que se promueva un consumo responsable de las noticias que se dan a conocer. Se trata de aprender a percibir los mensajes y los recursos técnicos de los medios, la influencia y los efectos que estos producen. Tal cual como lo esgrime Suay (2013) se trata de “suscitar una educación en el conocimiento, uso y consumo de los medios y de la información que ellos transmiten”.

Hay que adoptar un papel más activo y crítico respecto al ejercicio periodístico, propiciando así una mejora de su calidad. Conjuntamente, fundamentándonos en criterios expuestos por la autora anteriormente expuesta, se esgrime que otra forma de configurar una ética de la comunicación, es a través de mecanismos que contribuyan a que los medios cumplan mejor su función, uno de ellos puede ser mediante mecanismos de autorregulación: códigos, ordenanzas comunicacionales, estatutos de redacción, defensores del receptor, entre otros. A juicio de esta autora “la autorregulación trata de garantizar, dos

cosas difíciles de compaginar: la necesaria libertad e independencia de los medios y la necesidad cada día mayor y más urgente de que su labor se ajuste a criterios y pautas éticas, dada la magnitud de su influencia”.

Además, se puede considerar que la educación, como conducta moral para configurar la ética en el ámbito comunicativo, es uno de los tópicos de mejor actuación, pues la misma, prescinde que los medios, a través de lo esperpéntico, utilicen la información noticiosa como mercancía o con un fin lucrativo.

Finalmente, y como se mencionó con anterioridad, las audiencias se interesan más en asimilar e identificar ciertas imágenes antes de analizar el discurso, por ello, el uso de lo esperpéntico no siempre puede ser visto como un elemento antiético, sino más bien como un recurso que utilizan los medios de comunicación para atraer receptores. No obstante, se exhortaría al que al hacer uso de lo grotesco, se pueda configurar una ética de la comunicación a través de los siguientes criterios:

1.- Que los medios de comunicación no opten por la degradación de los personajes, pues en ocasiones estos son reducidos a figuras estereotipadas y muchas veces estigmatizadas.

2.- No se debe hacer hincapié en el uso excesivo o el abuso del contraste, pues se establece una deformación de la escena, es decir, se deforma la realidad, se trata de un mecanismo que pone de manifiesto rasgos desatinados, grotescos y extravagantes que muchas veces son utilizados con el propósito de ultrajar o degradar los valores de un suceso en general.

Cabe destacar, que una ética de la comunicación implica que ante cualquier situación adversa que se presente en un determinado contexto, se debe respetar siempre el compromiso con la verdad, no se debe omitir alguna información, siempre debe existir la objetividad, veracidad, oportunidad y pluralidad. Si bien el uso de lo grotesco, funciona como un elemento que permite incidir en la opinión del público receptor, en la información que se da a conocer debe hallarse objetividad e imparcialidad. La configuración de una ética de la comunicación siempre se llevará a cabo, si se cumple con estas premisas primeramente expuestas.

Bibliografías Consultadas

Del Valle-Inclán, R. (2014). *Luces de Bohemia. Esperpento, lo saca a la luz don Ramón del Valle-Inclán*. 22ª edición. Editorial: Imprenta Cervantina. Madrid, España.

Del Valle-Inclán, R. (1995). *Bibliografía de don Ramón María del Valle-Inclán (1888-1936)*. Editorial Pre-Textos. Valencia, España.

Sefarty, I. (2015, Abril 14). *La transparencia esperpéntica. Sacralización y desacralización en la comunicación política en la Venezuela chavista*. [Grabación en Video de la Conferencia Ofrecida para la asignatura Ética de la Comunicación. Caracas.]

Fuentes Electrónicas en Línea

Suay, A. (2013). *Ética de la comunicación, una responsabilidad de todos*. Instituto de Formación Continua. Universidad de Barcelona. Barcelona, España. Documento en línea. Disponible en: <http://www.il3.ub.edu/blog/?p=2630> [Consulta: Abril 19, 2015]