

ETICA EN LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales.*

Mariano Bártoli Presas
Profesor
Universidad Gabriela Mistral

Los medios de comunicación social (MCS), gracias al desarrollo creciente de la tecnología, especialmente en este último siglo, han sufrido una verdadera "Revolución" que los ha llevado a tener una significación y una importancia fundamental en la sociedad moderna. Tanto es así que no resulta extraño oír hablar de sociedad mediática, democracia mediática, espacio mediático, e incluso, iglesia mediática¹. Es la nuestra, una sociedad de la información, y en ella, los medios de comunicación son los canales o vehículos a través de los cuales se transmite dicha información. De ahí su enorme influencia y necesidad. Sin embargo, lo verdaderamente importante, es que no se han limitado estos medios, a describir hechos y a entregar datos, sino que han ido mucho más allá. "Los medios de comunicación, señala Juan Pablo II, han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales" (*Redemptoris missio*, 34). En efecto, no sólo informan, sino que además, se han arrogado el papel de formar, de prescribir valores y normas de conducta. Los medios de comunicación, "primer areópago del tiempo moderno", se han vuelto casi imprescindibles en la tarea de unificar a la humanidad y en la transmisión de valores que puedan permitir al hombre alcanzar su perfección. Pero precisamente porque son, como lo señala el Papa, "instrumentos" y no fines, es que pueden ser mal utilizados y esos valores podrán convertirse en antivalores que terminen por destruir la misma sociedad. Esta ambivalencia es

¹ JAVIER DEL REY MORATÓ. "*Democracia y posmodernidad*", Editorial Complutense, Madrid, 1996.

descrita por el decreto *Inter Mirifica*, sobre los medios de comunicación, del Concilio Vaticano II, en los siguientes términos: "La Madre Iglesia reconoce que estos instrumentos, rectamente utilizados, prestan ayuda valiosa al género humano (...); sabe también que los hombres pueden utilizar tales medios contra los mandamientos del Creador y convertirlos en instrumentos de su propio daño"(2).

Es tal la influencia que han alcanzado los MCS que para muchas personas "la realidad corresponde a lo que los medios de comunicación definen como tal"²; lo que ellos no reconocen pasa absolutamente desapercibido. De esa forma, "asaltan la conciencia de los ciudadanos a golpe de titulares, editoriales, entrevistas, tertulias radiofónicas, o imágenes espectaculares, y proponen o imponen una agenda socialmente controvertida"³.

Ante esta realidad la Iglesia no ha permanecido indiferente. El fenómeno de los medios de comunicación presenta hoy características radicalmente distintas de las que habían obligado al Magisterio a adoptar en otros tiempos⁴ una actitud hostil y a veces condenatoria de lo que en aquella época se interpretaba como abusos de la prensa. En nuestros días, especialmente a partir del Concilio Vaticano II la Madre Iglesia "acoge y fomenta", los maravillosos inventos de la técnica destinados a comunicar noticias, ideas y doctrinas"⁵. A partir de allí, la Iglesia no ha dejado de tener una preocupación especial por el desenvolvimiento que han venido adquiriendo estos.

Fruto de esa preocupación son los documentos *Communio et progressio* y *Aetatis Novae*, sobre los medios de comunicación social. En ellos se asume el hecho de la Revolución tecnológica que se está produciendo en el campo de las comunicaciones sociales y se aceptan los retos éticos que tal fenómeno está provocando. Este interés creciente de la Iglesia por los medios se ve reflejado en los espacios que se le dedican tanto en el Código

² Encíclica *Aetatis Novae*(AE), 4.

³ JAVIER DEL REY MORATÓ. Id.

⁴ Para ver las distintas actitudes que ha adoptado la Iglesia con respecto a los medios, ver NICETO BLAZQUEZ. "Ética y medios de comunicación". BAC, Madrid, 1994, págs 179-194.

⁵ Cfr. *Inter Mirifica*, 1.

de Derecho Canónico de 1983, como en el Catecismo; sin contar las innumerables alusiones a ellos por parte del Papa Juan Pablo II⁶.

Después de casi 10 años de *Aetatis Novae*, los MCS no han dejado de experimentar progresos y cambios, ayudados ciertamente por el avance acelerado de la tecnología. Su influencia es cada vez más importante; “a menudo las personas experimentan la vida misma como una experiencia de los medios de comunicación social”(AE, 2). Estos “resultan cada vez más penetrantes y poderosos y las innovaciones deslumbrantes del siglo XX pueden haber sido sólo preludio de lo que traerá consigo este nuevo siglo”(Ética en las comunicaciones sociales, 2).

Es por ello que la Iglesia, alerta a los nuevos desafíos que presentan los medios de comunicación vuelve a hacer oír su voz, a través de un documento publicado el pasado mes de junio por el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales. Este documento, llamado “Ética en las comunicaciones sociales”, se propone fundamentalmente “apoyar a los profesionales de la comunicación, proponiéndoles principios positivos para asistirles en su trabajo”(4). Junto con ello, busca fomentar “un diálogo en el que todas las partes interesadas puedan participar”(4).

El documento comienza señalando que “el uso que la gente hace de los medios de comunicación social puede producir efectos positivos o negativos”(1). En aquellas primeras líneas, creemos, se encuentra prefigurado el contenido que se encontrará luego en la lectura de las 47 páginas⁷ del texto. En primer lugar se aprecia aquí que los medios de comunicación son, efectivamente eso: medios. Los bienes honestos, aquellos deseados por sí mismos, como la persona humana, nunca pueden ser “usados”. No se *usa* un bien que constituye un fin, sino precisamente se usa aquellos bienes que son útiles, aquellos que no son queridos por sí mismos, sino por otra cosa. Esto queda de manifiesto cuando se señala: “Los MCS no hacen nada por sí mismos; son únicamente instrumentos, herramientas que la gente elige usar de uno u otro modo”. Ahora bien, esos medios pueden ser usados en vistas al

⁶ Cfr. EULALIO FIESTAS L. *Juan Pablo II y los medios de comunicación*, Eunsa, Pamplona, 1991.

⁷ La versión utilizada que estamos comentando es la primera edición de la editorial San Pablo de junio de 2000.

bien del hombre y por tanto, traer consecuencias positivas para él y la sociedad; o por el contrario, ser usados contra el mismo hombre y su perfección y conllevar negativas consecuencias. Precisamente el documento aborda los buenos usos que se han hecho y se hacen de estos medios y luego los usos que degradan a la persona. Esta por tanto constituye el centro y preocupación fundamental de la Iglesia en este documento.

Finalmente, siendo la Iglesia Madre y Maestra, especialmente en materias concernientes a la moral, se proponen los principios fundamentales que deben seguirse para un recto uso de los medios de comunicación.

De esta manera, brota la estructura del documento. Además de una Introducción (1-5), -donde se reconoce el fuerte impacto de los medios de comunicación social y se señala por qué la Iglesia tiene la autoridad moral para referirse a este tema (Ver N°5)- y una Conclusión (27-33), consta de tres capítulos centrales. En el primero "La comunicación social al servicio de la persona humana" (6-12), deja en primer lugar establecido que "los MCS están llamados a servir a la dignidad humana, ayudando a la gente a vivir bien y a actuar como personas en comunidad"(6). Ese "vivir bien", no es otra cosa que la vida buena de la que habla Aristóteles, fin (no en el sentido de término, sino en el sentido de perfección) de la *polis*. Dicho de otra forma, los medios de comunicación deben ordenarse al bien común de la sociedad política, ya que tales medios para encontrar legitimidad han de buscar "el bienestar y la realización de los miembros de la comunidad dentro del respeto al bien común de todos"(12). La persona humana ocupa, sin duda, el lugar central del documento, es la dignidad especialísima de la persona como imagen y semejanza de Dios, como única criatura querida por sí misma, que tiene razón de ser el documento y toda la preocupación de la Iglesia por estos instrumentos. Porque, y esto debe quedar bien sentado, son simples medios que perfeccionan o degradan a la persona.

En este apartado, además, se presentan los múltiples beneficios que los MCS le prestan a la persona en el orden económico, político, cultural, educativo y religioso. Así por ejemplo: "Los medios de comunicación desempeñan un papel indispensable en una economía de mercado, (puesto que) sostienen los negocios y el comercio, contribuyen a estimular el progreso económico, el empleo y la prosperidad" entre otras

cosas(7). Facilitan, en el orden político “la participación informada de los ciudadanos en los procesos políticos”(8); “promueven un desarrollo humano respetuoso del conocimiento, la sabiduría y la belleza”(9). En el plano educativo, permiten el “acceso a un rico y creciente tesoro de recursos educativos”(10). Finalmente, en lo que respecta al orden religioso, señala el documento que “la vida religiosa de mucha gente se enriquece mucho” gracias a ellos(11). En todos los ámbitos “los medios de comunicación pueden usarse para construir y apoyar a la comunidad humana”(12).

Termina este capítulo con unas palabras de Juan Pablo II exhortando a los medios a que cumplan con ese deber de buscar el bien de la persona, concretizado en “el deber de atestiguar la verdad sobre la vida, sobre la dignidad humana, sobre el verdadero sentido de nuestra libertad y mutua interdependencia”(12).

El segundo capítulo, “La comunicación social que viola el bien de la persona”(13-19), posee el mismo centramiento en la persona que el capítulo anterior. En esta oportunidad, sin embargo, se analizan y describen los abusos que los MCS pueden cometer, imposibilitando de esa manera que la persona humana alcance su propia perfección. Al igual que en el apartado anterior examina los distintos ordenes, económico, político, cultural, educativo y religioso. No obstante, es el primer párrafo, a nuestro juicio, donde se encuentra una descripción profunda y a la vez iluminadora de los peligros que encierran estos medios si no son usados en orden al bien y a la verdad. Citamos *in extenso*: “Los medios de comunicación también pueden usarse para bloquear a la comunidad y menoscabar el bien integral de las personas alienándolas, marginándolas o aislándolas; arrastrándolas hacia comunidades perversas organizadas alrededor de valores falsos y destructivos; favoreciendo la hostilidad y el conflicto; criticando excesivamente a los demás y creando la mentalidad de “nosotros” contra “ellos”; presentando lo que es soez y degradante con un aspecto atractivo e ignorando o ridiculizando lo que eleva y ennoblece. Pueden difundir noticias falsas y desinformación, favoreciendo la trivialidad y la banalidad. Los tópicos basados en la raza y en la pertenencia étnica, en el sexo, en la edad, y en otros factores, incluyendo la religión son tristemente comunes en los medios de comunicación. Además, con frecuencia la comunicación social descuida lo que es automáticamente nuevo e importante, incluyendo la Buena Nueva del Evangelio, y se

concentra en lo que está de moda o en lo excéntrico”(13). Sin pretender ser categóricos, creemos que no hay un texto tan crudamente demostrativo acerca de lo que los medios pueden realizar, si no se enmarcan dentro del orden moral. Como señala el decreto *Inter Mirifica*, ya citado anteriormente: “Para el recto uso de estos medios, es absolutamente necesario que todos los que se sirven de ellos conozcan y lleven a la práctica en este campo las normas de orden moral”(4). Esa es la única manera por la cual los medios ejercerán su función de servir en el sentido propio del término, servir a la persona. “La tarea de la comunicación es unir a las personas, enriquecer su vida, no aislarlas ni explotarlas. Los medios de comunicación social, usados correctamente, pueden ayudar a crear y apoyar una comunidad humana basada en la justicia y la caridad; y en la medida en que lo hagan, serán signos de esperanza”(19).

Luego de examinar estos primeros capítulos, es necesario detenerse en dos puntos fundamentales: El primero, el carácter instrumental que poseen los medios de comunicación. Son medios, no fines, y como tales han de ser rectamente utilizados. El segundo punto a considerar es el papel principal que juega la libertad humana. Es porque el hombre es un ser libre, un centro ontológico de libertad, para decirlo con Etienne Gilson, que tiene la posibilidad de desviarse de su Bien. Porque posee libre albedrío, es decir, la capacidad de elegir, es que su elección puede no ser conducente a su perfección. De esa manera, “los medios de comunicación pueden usarse para el bien o para el mal; (ya que) es cuestión de elegir”(19). Sin embargo, a decir verdad, la “cuestión” no es simplemente elegir, sino elegir bien. Partiendo del libre albedrío llegar a conquistar la libertad verdadera, que es la libertad moral, la cual era sabiamente definida por León XIII como “la facultad de moverse en el bien”⁸. Son necesarios por tanto, sólidos principios para formar la libertad ordenándola al bien. Y es de ello de lo que trata el tercer capítulo.

El tercer y último capítulo “Algunos principios éticos importantes”(20-26), constituye el corazón del documento. Es en este punto donde aparecen algunas enseñanzas verdaderamente originales acerca de los MCS que merecen especial atención.

⁸ Cfr. Encíclica *Libertas* (1888).

En la misma línea de las encíclicas *Veritatis Splendor* y *Evangelium Vitae*, se refiere el texto a la relación verdad-libertad⁹. Hemos dicho que la libertad juega aquí un rol importante, pero para que esa libertad, efectivamente contribuya al bien de la persona debe estar ordenada a la verdad. Así lo leemos en las inspiradas páginas del Evangelio: “Conoceréis la verdad y la verdad os hará libres”(Jn. 8,32). Esta relación verdad-libertad, también debe manifestarse en los medios de comunicación y así lo señala el documento que estamos analizando: “La comunicación debe ser siempre veraz, puesto que la verdad es esencial a la libertad individual y a la comunión auténtica entre las personas” (20).

Los MCS deben, entonces, respetar su propia verdad, que es como hemos señalado, la de ser medios que permitan a la persona alcanzar su perfección. Para ello el documento establece algunos principios éticos fundamentales que deben inspirar la actividad de los responsables de la política de la comunicación, los comunicadores profesionales, los expertos en ética, los moralistas, los usuarios de la comunicación y demás personas implicadas.

“El principio ético fundamental consiste en que la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación y demás personas implicadas”(21) La persona está en el centro de las preocupaciones de la Iglesia. Ella es, así lo señalaba Juan XXIII, principio de todas las instituciones sociales, “es aquello que hay de más perfecto en toda la naturaleza”¹⁰, y por ello la Iglesia no se cansa de proteger y exaltar su dignidad: “Las personas, leemos en el N° 21, tienen una dignidad y una importancia irreductibles y jamás pueden ser sacrificadas en aras de intereses colectivos”. Hoy más que nunca levanta la voz en su defensa puesto que “los actuales medios de comunicación reflejan la situación posmoderna del espíritu humano, encerrado ‘dentro de los límites de su propia inmanencia, sin ninguna referencia a lo trascendente’”(18). Por ello, el llamado que hace es a procurar el desarrollo integral de la persona. Lo cual supone no sólo el aspecto material, sino que especial y principalmente el aspecto intelectual y espiritual.(Cfr. N° 21).

⁹ Cfr. *Veritatis Splendor*, 34 y *Evangelium Vitae*, 96.

¹⁰ Santo Tomás de Aquino. *Suma Teológica*, I q. 29.

“El segundo principio es complementario del primero: el bien de las personas no puede realizarse independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen”(22). El bien común, fin y tarea de la sociedad, debe entenderse aquí, no como sinónimo de bien público, sino como “un conjunto de condiciones sociales que permitan a los ciudadanos el desarrollo expedito y pleno de su propia perfección”¹¹, por lo tanto los medios de comunicación, deben contribuir a alcanzar dicho bien, teniendo especial consideración por “los intereses de quienes son particularmente vulnerables: los pobres, los ancianos, los hijos por nacer, los niños y los jóvenes, los oprimidos y los marginados, las mujeres y las minorías, los enfermos y los minusválidos, así como las necesidades e intereses de las familias y los grupos religiosos”(22).

En el marco de este segundo principio, se dedica una especial atención a la libertad de expresión. “Hay que estar siempre a favor de la libertad de expresión”(23), señala el documento. Pero para quienes estiman que esa libertad es absoluta y, por tanto, permitiría decir cualquier cosa que se quiera decir, el documento se encarga de aclararles que la libre expresión debe “atenerse siempre a principios como la verdad, la honradez y el respeto a la vida”(23). Y, en efecto, la libertad del hombre no puede ser sino limitada y finita, desde que él mismo es un ser limitado.

“Otro principio importante concierne a la participación pública en la elaboración de decisiones sobre la política de las comunicaciones”. En efecto, no pueden dejarse todas las decisiones a las vicisitudes del mercado y de factores económicos. Antes, al contrario, “los medios de comunicación deben seguir siendo un areópago, un foro para el intercambio de ideas e información en el que participan las personas y grupos, fomentando la solidaridad y la paz”(24).

Establecidos los principios fundamentales, aclara el documento que no son sólo los comunicadores sociales quienes tiene deberes éticos, quienes deben obrar imbuidos por los antedichos principios, sino que hace extensiva esa obligación también a los usuarios. El primer deber que se les asigna a ellos es el de “discernir y seleccionar”(25) ante la oferta que los medios les

¹¹ Juan XXIII, Encíclica *Mater et Magistra*, 65.

ofrecen. Para lo cual es necesario que sean convenientemente educados de tal manera que esa selección resulte en beneficio de ellos. La educación es absolutamente necesaria, ya que "más que enseñar algo acerca de las técnicas, ayuda a la gente a formarse criterios de buen gusto y juicios morales verdaderos, que constituyen un aspecto de la información de la conciencia"(25). La pregunta que surge de inmediato será ¿a quién le corresponde ese rol de educador? El documento asigna esa labor en primer lugar a la Iglesia, es ella quien debe "proporcionar este tipo de educación para el uso de los medios de comunicación"(25). Pero no es sólo la Iglesia quien debe hacerse cargo de esta labor tan fundamental, los padres también "tienen el serio deber de ayudar a sus hijos a aprender a valorar y usar los medios de comunicación, formando correctamente su conciencia y desarrollando sus facultades críticas"(25).

Hasta aquí la atención estaba puesta, podríamos decir, *ad extra*, hacia afuera de la Iglesia. Estaba concentrada en los medios y en aquellos que utilizan los medios, tanto para transmitir la información, como para recibirla. Ahora, la mirada es puesta al interior de la Iglesia, es puesta en "otras importantes responsabilidades de la Iglesia en lo que atañe a la comunicación social". Y lo primero que se señala es que "el ejercicio de la comunicación debe ser ejemplar, reflejando elevados modelos de verdad, responsabilidad y sensibilidad"(26). Hay allí una atención especial por el modo en el que se entrega la verdad, puesto que ésta debe ir siempre acompañada de la caridad, especialmente, nosotros que somos animales sociales, acompañada por la caridad fraterna.

Además de esto, "los medios de comunicación de la Iglesia deberían esforzarse por comunicar la plenitud de la Verdad acerca del significado de la vida humana y de la historia"(26). Se aprecia aquí claramente que el interés no está puesto meramente en lo exterior, en el modo, sino que por sobre todo, en el contenido. Lo que se entrega debe ser conforme a la Verdad. Más aún, no sólo el contenido y el modo interesan a la Iglesia, sino que también importa quién transmite, es decir, el representante de la Iglesia. Señala el texto que: "Quienes representan a la Iglesia deben ser honrados e íntegros en sus relaciones con los periodistas"(26).

Los últimos números del documento están dedicados a la Conclusión(27-33). En ella se realiza una mirada sobre todo el

documento, insistiendo sobre el hecho de que los medios de comunicación "son y seguirán siendo medios, es decir, instrumentos, herramientas"(28). Por ser útiles son ambivalentes, lo cual supone que "puede unir a las personas en comunidades presididas por la simpatía y los intereses comunes" o "pueden usarse para separar y aislar"(29). Por ello es que la Iglesia no puede permanecer indiferente ante el fenómeno de los medios. Debe, al contrario, entregar luces sobre su recto uso; siendo su principal contribución "una visión de la persona humana, de su incomparable dignidad y de sus derechos inviolables, y una visión de la comunidad humana cuyos miembros están unidos en virtud de la solidaridad con vistas al bien común de todos"(30). Los MCS deben estar ordenados al bien de la persona, y en esa medida estarán dichos medios realizando su verdad. La Iglesia, a pesar de ver como los medios de comunicación han adquirido una posición tan fundamental en la sociedad moderna, la que ha hecho en muchos casos utilizar estas herramientas con fines tan alejados de aquello que la misma Iglesia persigue, a pesar de eso, decimos, muestra una actitud esperanzadora, confía la Iglesia en que los medios de comunicación se usen "para la gloria de Dios y el servicio al género humano"(30). Es esa la confianza que tiene una Madre para con sus hijos, confianza que la Iglesia tiene por el hombre llamado a la visión de Dios. Lo que muestra claramente que la actitud de la Iglesia no puede ser sino positiva para con ellos. "La Iglesia asume los Medios de comunicación social con una actitud fundamentalmente positiva y estimulante"(4). Aún más, la Iglesia "sabe que es preciso usar los medios de comunicación social". No puede escaparse, si es que se le permite la expresión. Los medios constituyen parte fundamental de la sociedad moderna y la Iglesia debe valerse de ellos y procurar que su uso permita lograr una convivencia humana mejor.

Los últimos dos números que cierran este documento, proponen el modelo a seguir en materia de comunicación. Ese modelo no es otro que Nuestro Señor Jesucristo, quien "en su vida se presentó como el perfecto comunicador"(32). "Jesús es, (sin dudas), el modelo y el criterio de nuestra comunicación"(33). Y como tal es necesario conformar nuestra vida con la de Él, hacernos *alter Christus*, de ello depende en gran medida el futuro de los medios de comunicación en una sociedad mediatizada y global.

En síntesis, “Ética en las Comunicaciones Sociales”, es un documento oportuno y necesario, que debe ser leído y meditado, no sólo por los responsables de las comunicaciones, ya sean sus agentes directos o indirectos, sino también, y muy especialmente, por los usuarios, dado que éste documento, pequeño por sus páginas, pero de enorme valor por su contenido, constituye una verdadera “brújula” moral para conducirse en el mundo de los medios de comunicación.

Por otra parte, creemos, debiera ser motivo de una discusión seria y profunda en nuestro país, donde los MCS presentan algunos problemas éticos que exigen una pronta solución.