

## LA VERDAD Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

POR

EUDALDO FORMENT (\*)

### 1. La verdad

La expresión "*mass media*" significa los medios modernos de alcance masivo, es decir los medios de comunicación social, que alcanzan a muchas personas *simultáneamente* y en *poco tiempo*. Son, en sentido estricto: radio, televisión, cine, gran prensa y revistas; y, en sentido amplio: video; discos e informática.

Es patente que los medios de comunicación guardan relación estrecha con la verdad. Juan Pablo II denominó al periodista "el hombre de la verdad" (1). Sobre la verdad, el pensador español Jaime Balmes proponía la siguiente definición: "La verdad es la realidad. *Verum est id quod est*, es lo que es, ha dicho San Agustín". Precisaba que: "Puede ser considerada de dos modos: en las *cosas* o en el *entendimiento*. La verdad en la cosa es la cosa misma; la verdad en el entendimiento es el conocimiento de la cosa tal como ésta es en sí" (2).

La regla de la verdad para el hombre es la misma realidad. "El *pensar bien* consiste o en conocer la verdad o en dirigir el

---

(\*) Texto de la conferencia pronunciada el día 14 de noviembre de 1997 en el XXX Encuentro de Universitarios Católicos, dirigido por D.<sup>a</sup> Lydia Jiménez, que tuvo lugar durante los días 14 al 16 de noviembre de 1997 en el Colegio Doncellas Nobles de Toledo.

(1) JUAN PABLO II, *A la Unión Católica de la Prensa Italiana*, 28-II-1986.

(2) JAIME BALMES, *Filosofía elemental*, en ÍDEM, *Obras completas*, Madrid, BAC, 1949, 8 vols, vol. III, págs. 3-538, Lógica, I, pág. 8.

entendimiento por el camino que conduce a ella. La verdad es la realidad de las cosas. Cuando las conocemos como son en sí alcanzamos la verdad; de otra suerte caemos en el error" (3).

La búsqueda de la verdad tiene relación con todo el hombre completo, con el hombre como totalidad, porque: "Al hombre le han sido dadas muchas facultades. Ninguna es inútil, ninguna es intrínsecamente mala. La esterilidad o la malicia les vienen de nosotros, que las *empleamos mal*. Una buena lógica debiera comprender al hombre entero, porque la verdad está en relación con todas las facultades del hombre. Cuidar de la una y no de la otra es a veces esterilizar la segunda y malograr la primera" (4).

También en nuestros días, un psiquiatra español, Aquilino Polaino, ha escrito: "El hombre podría definirse con estos dos conceptos fundamentales: un ser para la *verdad*, y un ser para el *bien*. El hombre es un ser para la verdad, porque el hombre está abierto al conocimiento, mediante el cual se hace uno con la cosa conocida. En eso consiste la verdad. La verdad encarnada por el hombre implica una *perfecta adecuación* entre lo que se piensa y lo que se dice, lo que se dice y lo que se hace, y lo que se piensa y lo que se hace. Eso es la verdad. Cuando hay discrepancias entre estas instancias, acontece la *mentira*, el *error* y la *falsedad*".

Por su anhelo del bien, se puede hablar de "*voluntad de verdad*", de querer el bien que es la misma verdad para el hombre. "La voluntad de verdad consiste en querer la verdad, característica que sólo es *propia del hombre* y que en ningún otro ser acontece. Y la verdad es, en última instancia, la que da *sentido* a la vida del hombre".

Como consecuencia, surge un principio importantísimo para los medios de comunicación: "Cuando se le escamotea la verdad o, simplemente, se le engaña, en cierto modo se le trata como si *no fuera hombre*, porque se frustra lo que como hombre más propiamente le pertenece: su permanente apertura al conoci-

(3) ÍDEM, *El Criterio*, en ÍDEM, *Obras completas, op. cit.*, vol. III, págs. 551-755, I, 1, pág. 553.

(4) ÍDEM, *El Criterio, op. cit.*, XXII, 60, pág. 755.

miento de lo que es verdadero. Poco importa que se le conserve o prolongue la vida del cuerpo, si irreversiblemente se le *ciega* frente a la luz de la verdad" (5).

El hombre tiene derecho a la verdad. La verdad es el valor fundante del derecho *a ser informado* y del derecho *a informar*. Tiene también relación con el respeto a la *libertad*. La verdad está relacionada con todos los demás valores pero especialmente con la libertad. Verdad y libertad van juntas. La raíz de la libertad no sólo es la voluntad, el querer el bien, sino también la razón, que lo descubre.

## 2. La mentira

Sin embargo, en nuestro mundo, no se advierte que la información se dé a la luz de la verdad y de la libertad. Es patente que se renuncia por principio al ideal de verdad. No parece exageración decir que la primera fuerza que *dirige el mundo* es la mentira. Con ella los medios de comunicación social crean opinión pública a favor de intereses, como el lucro, el influjo social como forma de poder, la alianza con el poder económico, político e ideológico.

Se ha dicho que ejercen un poder *tiránico*, cuya única defensa es la *desconfianza* y la *indignación*. En el mundo de la información se darían dos intentos con respecto a la verdad: en unos la de *falsificar* la información, y en otros la de *eludirla*, por sospecha y desconfianza.

En el siglo XVI, cuando surge el libro, se le concibe como medio de comunicación, pero se reconoce la primacía de la *verdad* sobre la mentira, y el respeto al *honor personal*. En el siglo XVIII, surge un nuevo medio: el periódico, que va poniendo en duda estos dos valores. En el XX, con el cine, la radio y la televisión, ya no se reconocen. Ahora se tiende a crear otros nuevos *modelos de conducta* basados. Como consecuencia, los recepto-

(5) AQUILINO POLAINO-LORENTE (Ed.), *Manual de Bioética General*, Madrid, Ediciones Rialp, 1997, pág. 395.

res de la información son tratados como meros consumidores de la información, reducida muchas veces a espectáculo, sensacionalismo y banalidades.

Hay que tener en cuenta que, en los medios de comunicación social, hay cuatro sectores bien definidos: *accionistas*, que invierten para ganar dinero; el sector *empresarial* o de gestión; el personal *técnico-laboral* de los procesos de producción; y los *profesionales* del medio informativo. Se da una mezcla de intereses distintos: lucro, poder, promoción de ideas, etc. (6). El interés fundamental no es informar de acuerdo con la realidad, con la verdad, sino de informar creando la realidad que más interesa al emisor, una "verdad interesada".

Esta verdad utilitaria es también atractiva para el mismo destinatario. Los psicólogos de empresa y los expertos en publicidad han estudiado científicamente las apetencias instintivas del hombre buscando el momento oportuno para satisfacerlas. De ahí que en la manipulación psicológica se da el recurso constante del *erotismo* o la *violencia*.

De ahí también que los medios de comunicación social satisfacen el sentimiento y la imaginación más que la razón, que exige más esfuerzo. Lo que encaja muy bien con nuestra época postmoderna. En la *postmodernidad* la razón ha perdido su *status*. Se habla de la "muerte de la razón". Lo que importa es la astucia práctica, el pragmatismo y saber utilizar la casuística legalista. No importa la veracidad, sino lo 'interesante'. No importa la verdad, ni tampoco, por tanto, la realidad. La imagen tiende a sustituir a la realidad y, por tanto, la apariencia al ser, lo ficticio a lo natural, lo morboso a lo equilibrado, y el sentimiento a la razón. Todo, así, es *espectáculo* de carácter frívolo.

En la mentalidad postmoderna, se está o no de acuerdo con respecto a algo. No importa que sea verdadero, bueno o bello. Todo es cuestión de actitudes y opciones voluntarias de gusto o disgusto, de agrado o desagrado. No hay *cualificación objetiva*:

---

(6) Cfr. NICETO BLÁZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, Madrid, BAC, 1994, c. I.

las cosas gustan o no gustan. No hay, por ello, deberes ni obligaciones, sino aptencias, múltiples y cambiantes.

Los *inventos actuales*, especialmente los de la comunicación, han coincidido con la postmodernidad. Al "giro antropológico" de la modernidad, que sustituyó el teocentrismo medieval, ha sucedido el "giro tecnológico". Estos nuevos instrumentos técnicos, la tecnología y los equipos empresariales, se han convertido en *formas de falsificación* de la realidad, de la verdad. La información ha quedado así vaciada de mensajes no sólo en clave de *honestidad* sino también de *objetividad*. A ello hay que añadir que la manipulación informativa, con su parcialidad y unilateralidad, se ha puesto *al servicio* de los poderes fácticos.

No es, por tanto, exagerado afirmar que dentro de los medios de comunicación social viven la mentira y el engaño. La información crea opiniones erróneas y la publicidad impone criterios de conducta opuestos a la ética. La publicidad es una promoción de modelos de conducta. En general, la información es una especie de nueva *religión planetaria*, que dicta dogmas en todos los ámbitos. Se ha dicho que es el nuevo *catón* del pueblo. Ciertamente los medios de comunicación social son casi las únicas fuentes de información y de conocimiento ordinario de la mayoría de los hombres en general.

De modo más preciso, se ha dicho que, en los medios de comunicación social, en estos momentos, se aplica el *maquiavelismo* político. Para Maquiavelo, los hombres son malos y como tales deben ser tratados. Hay que aprender el arte de no ser bueno, para conservar el poder político. De ahí el principio: el fin justifica los medios.

Este principio maquiavélico permite justificar la manipulación. Hay muchas formas de manipulación en la comunicación. Por ejemplo, con apariencias de respeto a la libertad, se destruye previamente la capacidad de reacción crítica del receptor con una *avalancha* de noticias, que crea la confusión. Otras veces se trastocan sutilmente los datos de modo, que sin amularlos del todo, den a la noticia un sentido distinto del original en función de unos intereses preconcebidos por parte del emisor. También otras, se *crea la necesidad* de información y después se da ses-

gada y distorsionada. Así, ofrecen lo que pide el público, pero no lo que necesita.

Hay otros muchos modos más sútiles de manipulación informativa. Se realiza con las *palabras* y expresiones, que actúan a modo de talismanes, como "progreso", "derechos humanos", "democracia", "feminista", "ecologista", etc. Con las *encuestas*, con cuestionarios en los que en la pregunta va prefijada la respuesta. En las *entrevistas*, utilizando la técnica del *dilema*, que consiste en plantear un contraste dualista, haciendo desaparecer la riqueza de la variedad de otros contrastes; o bien, empleando preguntas *mal planteadas*: "*Una pregunta mal hecha es imposible de contestar bien. La pregunta bien hecha lleva ya la mitad de la respuesta*" (7), o como dice un refrán castellano: "*Pregunta más un tonto, que responde un sabio*". Con la explotación de la *emotividad*. Con la creación de *opiniones prefabricadas*, que se interponen cuando se habla de una persona, de una institución, de un país. Propagando *informaciones falsas* con el fin de crear confusión en la opinión pública, lo que se llama desinformación. Con el *sensacionalismo* o la exageración para explotar las bajas pasiones y los intereses menos nobles. En fin, con estos medios, el informador parece un *experto en trucos* (8).

Se tiende en estos casos a coaccionar al receptor con el fin de disminuir su libertad y la *capacidad crítica*, para así ponerle por completo a favor de las ideas del informador pero con persuasión. Para ello se utilizan todos los medios: ocultaciones, supresiones, adiciones, deformaciones; mintiendo con imágenes, falsas acciones, personajes; manipulación informática y fotográfica. Los medios se han convertido en una especie de *supermercado*, donde los aspectos más atractivos son los más adulterados, y teniendo que ser buenos terminan siendo dañinos para el hombre. Además, parece que sólo les interesa el público como consumidor (9).

(7) NICETO BLÁZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, Madrid, BAC, 1994, pág. 46.

(8) Cfr. *Ibid.*, c. II.

(9) Cfr. *Ibid.*, págs. 55 y sigs.

### 3. El sentido común

El engaño en los medios de comunicación es *posible* por la misma verdad. Según Balnes, las facultades humanas cumplen una ley que denomina "sentido común", por su carácter pasivo y por ser general a toda la humanidad. "La expresión sentido común significa una ley de nuestro espíritu, diferente en apariencia según son diferentes los casos a que se aplica, pero que en realidad, y a pesar de sus modificaciones, es *una sola*, siempre la misma, y consistente en una *inclinación natural* de nuestro espíritu a dar su asenso a ciertas verdades no atestiguadas por la conciencia ni demostradas por la razón; y que todos los hombres han de *menester* para satisfacer las necesidades de la vida sensitiva, intelectual o moral" (10).

En todo hombre, se da esta inclinación, que expresa la orientación general del espíritu humano hacia la verdad y el rechazo instintivo del error. "La fe en la *autoridad humana* nos ofrece otro caso de este instinto admirable. El individuo y la sociedad necesitan esa fe, sin ella, la sociedad y la familia serían imposibles; el mismo individuo estaría condenado al aislamiento y, por tanto, a la muerte. Sin la *fe en la palabra del hombre*, el linaje humano desaparecería. Esta creencia tiene distintos matices según las diferentes circunstancias, pero existe siempre, el hombre se inclina a creer al hombre por un instinto natural. Cuando son muchos los hombres que hablan, y no tienen contra sí otros que hablan en sentido opuesto, la fuerza de la inclinación es mayor, a proporción que es mayor el número de los testigos, hasta llegar a un punto en que es irresistible: ¿quién duda de que existe Constantinopla?, y, sin embargo, los más, sólo lo sabemos por la palabra de otros hombres" (11).

Se pregunta seguidamente: "¿En qué se *funda* la autoridad humana? Las razones filosóficas que se pueden señalar no las

(10) JAIME BALMES, *Filosofía fundamental*, en *IDEM*, *Obras completas*, op. cit., vol. II, I, 32, pág. 190.

(11) *Ibid.*, I, 32, 321, pág. 192.

conoce el común de los hombres; más por esto su fe no deja de ser igualmente viva que la de los filósofos. ¿Cuál es la causa? Es que hay una *necesidad*, y a su lado el *instinto* para satisfacerla; *el hombre necesita creer al hombre*, y le cree. Y nótese bien: cuanto mayor es la necesidad, tanto mayor es la fe; los muy ignorantes, los imbéciles, creen todo lo que se les dice, su guía está en los demás hombres y ellos la siguen a ciegas; el tierno niño, que nada conoce por sí propio, cree con absoluto abandono las mayores extravagancias; la palabra de cuantos le rodean es para él un infalible criterio de verdad" (12).

Por ello, el Concilio Vaticano II ha indicado que: "Todos los hombres, conforme a su dignidad, por ser personas, es decir, dotados de razón y de voluntad libre y, por tanto, enaltecidos con una responsabilidad personal, tienen la *obligación moral* de buscar la verdad, sobre todo la que se refiere a la religión. Están obligados, asimismo, a adherirse a la verdad conocida y a ordenar toda su vida según las exigencias de la verdad" (13).

En el mismo documento, se dice que: "Los hombres de nuestro tiempo son *prestonados* de distintas maneras y se encuentran en el peligro de verse destituidos de su propia libertad de elección". Debe por ello procurarse: "que juzguen las cosas con *criterio propio* a la luz de la verdad" (14). Hay que recelar de los medios de comunicación social, ya que parece que tienen como objetivo esconder la verdad y, no obstante, tienen un influjo real y efectivo en la sociedad. Les es adecuado el calificativo de "cuarto poder".

#### 4. El agnosticismo

Los medios de comunicación social no sólo distorsionan la verdad, sino que hasta suponen y fomentan el *agnosticismo* frente a ella. El agnosticismo piensa que la verdad es incognos-

(12). *Ibid.*, I, 32, 321, págs. 192-193.

(13) *Dignitatis humanae*, n. 2.

(14) *Ibid.*, n. 8.



cible. Por eso, el agnóstico, en su actuación, no se guía por la verdad y separa así la verdad y la libertad. Entiende a esta última como una fuerza ciega, no guiada por la razón, sino por las propias apetencias.

El origen de esta actitud está en el *voluntarismo* —el preponer la voluntad a la inteligencia, que tiene así el carácter de instrumento a la autorrealización—, y en el *nominalismo* —la reducción del conocimiento intelectual humano al ámbito de lo sensible, y, por tanto, al de las ciencias de la naturaleza—. “El voluntarismo es una *tentación constante* en el hombre, en todo hombre. Unos lo relacionan con la *primera caída* de la humanidad: seréis como dioses, fue la insinuación de la serpiente; otros con el hecho, real, de que la voluntad *puede parar* en seco a la inteligencia, que podemos negar hasta las evidencias, que podemos deformar la propia conciencia y justificar lo injustificable” (15).

Debe concluirse, por consiguiente: “Ante la verdad no cabe una actitud previa que no sea la de pura *apertura* a un *don gratuito* (...) La pretensión de estar siempre en nuestras manos, de no depender de nadie, cierra el horizonte, lo encapota y nubla la vida. La verdad no está para usarla —eso es la verdad práctica— sino para *acogerla* como el don que da sentido a la vida” (16).

Ello no quiere decir que no hay que restablecer la diferencia entre el orden de la *aplicación concreta* de los principios generales, que pueden cambiar —porque van siendo distintas las circunstancias y porque puede hacerse de varios modos posibles—, y el orden de los *principios*, que, por ser inmutables y permanentes, no son opinables. Ante la actual imposición de ideas pasajeras, sujetas a los vaivenes de la moda, por los medios de comunicación social, el discernir lo verdadero de lo falso y de lo opinable, es imprescindible.

Cuando la verdad se presenta con evidencia, inmediata o mediata, ya no se da la *opinión*, sino la *certeza*. No se presenta

(15) RAFAEL CORAZÓN GONZÁLEZ, *Agnosticismo. Raíces, actitudes y consecuencias*, Col. Iniciación Filosófica, Pamplona, EUNSA, 1997, pág. 185.

(16) *Ibid.*, pág. 186.

como cambiante ni subjetiva, sino con un carácter *universal, inmutable y trascendente*. Se preguntaba San Agustín: "Si los dos vemos que es verdad lo que dices, y asimismo vemos los dos que es verdad lo que yo digo, ¿en dónde, pregunto, lo vemos? No ciertamente tú en mí ni yo en tí, sino ambos en la misma inmutable verdad, que *está sobre nuestras mentes*" (17). Como también decía en otro lugar: "No sea la verdad ni mía ni tuya, para que sea tuya y mía" (18).

Por trascender el nivel natural y humano, la verdad puede compartirse plenamente por todos. "Tenemos pues en la verdad *un tesoro* del que todos gozamos igualmente y en común: ningún sobresalto, ningún efecto menoscaba este gozo (...) Nada de lo que de ella participas conviertes en algo exclusivamente tuyo, sino que todo lo que de ella tomas queda íntegro también para mí. Lo que a tí te inspira, no espero que vuelva de tí para inspirármelo a mí, porque nada de la verdad se convierte nunca en cosa propia de algunos o varios, sino que simultáneamente es *toda común a todos*" (19).

La verdad, que es definitiva, trasciende al hombre. Por ello, no le es posible muchas veces conocerla con la suficiente claridad en todos los ámbitos. No siempre el hombre puede tener una certeza absoluta, pero en muchos casos posee un firme asenso a la verdad. Por consiguiente, es necesario establecer la distinción entre las *verdades parciales* alcanzadas por el hombre y las *verdades absolutas*, que siente que se le imponen a su mente de un modo natural. No toda verdad alcanzada por el hombre es, por tanto, inestable y provisional.

## 5. La superficialidad

La situación descrita de los medios de comunicación, manipuladora de la verdad y hasta negadora de la misma, es, por una parte, *indignante*. Aunque se dice que hay que dar lo que pide

---

(17) SAN AGUSTÍN, *Confesiones*, XII, 25, 35.

(18) ÍDEM, *In Ps.*, 103, II, 11.

(19) ÍDEM, *Confesiones*, XII, 4, 37.

el público, se le ha creado una *necesidad* psicológica *innecesaria*. Por otra, *dramática* porque se ha acostumbrado a este tipo de información y ya no puede pasar sin ella. Se lamenta, por ejemplo, de la televisión, de lo que hay que oír y ver, pero no puede prescindir de la misma.

Parte de estas desviaciones los mismos medios las reconocen. Incluso consideran que un mínimo de escándalo es necesario para el éxito. La mala opinión sobre los medios de información ha existido siempre y se incrementa según su influencia. Es conocido el adagio: "*Los abogados aborcan sus errores, los médicos los entierran y los periodistas los divulgan*".

Lo cierto es que los medios de comunicación social no sólo ejercen una gran influencia en la forma de pensar, de entender la vida y en el comportamiento individual y social, sino que crean lo que se denomina la *opinión pública* (20).

No sólo es censurable que se "cree" esta opinión, sino que además sea superficial. Siempre se ha criticado la superficialidad. Se dice que: "*Un buen periodista es aquel que no sabiendo nada de una cosa, lo averigua todo en cinco minutos y lo dice en diez líneas*". Quizá lo lleva la misma información, que tiene que dar acontecimientos de un día para otro y no puede ofrecer un relato completo.

En todo caso, en los medios de comunicación social lo llamativo prevalece sobre lo profundo. Lo razonable, lo normal, lo de sentido común y más natural, no es noticia. Sí, en cambio, lo *extravagante*, lo *anormal* y *excepcional*. Por eso la prensa da una imagen de la realidad a base de *excepciones*. Es noticia que un hombre muerda a un perro, no a la inversa. No obstante, no siempre es así. Otras veces se da noticia de lo que es "normal", porque es moda. Se intenta con ello conservarla o fomentarla.

Ha escrito Julián Marias: "Después de la lectura de los periódicos, tengo que hacer todos los días un esfuerzo para ponerme a trabajar; necesito recuperarme de la impresión que me producen (...) algunos provocan *irritación* mezclada con *aburrimiento*; la distorsión constante, los silencios colectivos, la propensión

(20) Cfr. NICETO BLÁZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, op. cit., c. II.

a la grosería voluntaria —defino la chabacanería como la vulgaridad satisfecha de sí misma—, todo eso va depositando en el lector un movimiento de aversión y, lo que es peor, la impresión de que la propia calidad queda afectada”(21).

Los medios de comunicación fomentan la *vulgaridad* y la *ordinariedad*, que se ha extendido y ha penetrado en todos los ámbitos de la cultura actual. La *mediocridad*, por una parte, tiende a anular la manifestación de lo personal. Como decía Ortega y Gasset, hace que, con ella, el individuo personal: “Se siente ‘como todo el mundo’ y, sin embargo, no se angustia, se siente a salvo al sentirse idéntico a los demás” (22).

La persona “chabacana”, como también la denomina Ortega: “Se *acostumbra* a sí misma, se encuentra cómoda a sí misma y tiende a generalizarse y eternizarse (23). Para ella: “*ser diferente es indecente*” (24). Por otra parte, y como consecuencia, esta “masificación” impide que las personas se conduzcan a sí mismas y se esmeren en perfeccionarse.

Se ha dicho más recientemente que la medianía o mediocridad, que es “el máximo peligro” (25) para la vida personal. Cada persona debe no sólo liberarse de esta especie de enfermedad cultural, sino también ayudar a la posible liberación de todos los demás, al igual que el hombre del mito de la caverna de Platón. Ortega creía que ello podría hacerse con la enseñanza universitaria (26).

Julián Marías ha denunciado: la monotonía de la información, la referencia constante a las mismas personas, a tres o cuatro países, y a las formas aberrantes de conducta. Con los medios de información, se saca la impresión de que todo es *anormal*, antinatural. Por el contrario, se guarda silencio sobre la amistad, la paz,

(21) JULIÁN MARÍAS, “De qué se habla”, en *ABC* 6/3/1988.

(22) J. ORTEGA Y GASSET, *La rebelión de las masas*, Madrid, Revista de Occidente, 1937, pág. 40.

(23) ÍDEM, *Misión de la Universidad*, Madrid, *Revista de Occidente*, 1936, pág. 21.

(24) ÍDEM, *La rebelión de las masas*, *op. cit.*, pág. 42.

(25) A. CATURELLI, *La Universidad. Su esencia, su vida, su ambiente*, Córdoba, Argentina, Universidad de Córdoba, 1963, pág. 56.

(26) Cfr. J. ORTEGA Y GASSET, *Misión de la Universidad*, *op. cit.*, pág. 42.

la producción literaria, la científica. Además, se habla de manera desorbitada del *deporte* y se habla de personas que son notables porque se habla de ellas. Se acostumbran a pensar que sólo existe aquello de que se habla (27). Se ignora, en definitiva, la riqueza de la realidad, de la verdad, que siempre es original, creativa y gratificante y divertida. En cambio, lo verdaderamente creado por el hombre, el error y la mentira, es reiterativo, monótono y aburrido.

## 6. La Iglesia y los medios de comunicación social

En un documento reciente del Consejo Pontificio para las Comunicaciones sociales, se dice, siguiendo la Instrucción pastoral *Communio et progressio* (1971): "En el curso de estos últimos años ha tenido lugar una *revolución mundial* en el modo de percibir los valores morales, seguida de cambios profundos en la manera de pensar y actuar de la gente. Los medios de comunicación social han tenido y continúan teniendo un importante papel en cada proceso de transformación individual y social, en la medida que introducen y reflejan nuevas actitudes y estilos de vida" (28).

En este mismo lugar, admite y afirma algunos cambios *positivos*, citando el siguiente pasaje de la encíclica *Sollicitudo rei socialis*. "La primera nota positiva consiste en que muchos hombres y mujeres tienen plena *conciencia de su dignidad* y de la de todo ser humano (...) Al propio tiempo, en un mundo dividido y trastornado por conflictos de todo tipo, va creciendo la convicción de una interdependencia radical, y, por consiguiente, la necesidad de una *solidaridad* que la asuma y la traduzca en el plano moral" (29).

A estos avances han contribuido los medios de comunicación social, pero también son responsables de muchos aspectos nega-

(27) Cfr. JULIÁN MARÍAS, "Selección y mezquindad", en *ABC*, 18-V-1990.

(28) Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, 7-V-1989.

(29) JUAN PABLO II, *Sollicitudo rei socialis*, 26.

tivos. Como se dice en el Decreto del Concilio Vaticano II sobre las comunicaciones sociales, los medios: "Prestan grandes servicios al género humano". Pero "pueden ser utilizados *contra* los designios del Creador y convertidos en instrumento del *mal*" (30).

Siguiendo el texto conciliar, en el *Nuevo Catecismo* se ha precisado que: "La información de estos medios es un servicio al *bien común* (cfr. IM 11). La sociedad tiene derecho a una información fundada en la *verdad*, la *libertad*, la *justicia* y la *solidaridad*" (31).

Se cita seguidamente este texto del Decreto del Vaticano II: "El recto ejercicio de este derecho exige que, en cuanto a su contenido, la comunicación sea siempre verdadera e íntegra, salvadas la *justicia* y la *caridad*; además, en cuanto al modo, ha de ser *honesta* y *conveniente*, es decir, debe respetar escrupulosamente las leyes morales, los derechos legítimos y la dignidad del hombre tanto en la búsqueda de la noticia como en su divulgación" (32). La información tiene que ser verdadera y buena, en cuanto sea un bien real para el hombre.

De manera que: "Por razón de su profesión en la prensa, sus responsables tienen la obligación, en la difusión de la información, de servir a la *verdad* y de no ofender a la *caridad*. Han de esforzarse por respetar con una delicadeza igual, la naturaleza de los hechos y los límites y el juicio crítico respecto a las personas. Deben evitar ceder a la difamación" (33).

La falta de sujeción a la ética es la que ha conducido a la propagación de la *pornografía* y la *violencia*. "Uno de los motivos básicos de la difusión de la pornografía y de la violencia sádica, en el ámbito de los medios de comunicación, parece ser la propagación de una *moral permisiva*, basada en la búsqueda de la satisfacción individual a todo coste. Un *nihilismo moral* de la desesperación se añade a ello, que acaba haciendo del placer la sola felicidad accesible a la persona humana" (34).

(30) *Inter mirifica*, 2 y sigs.

(31) *Catecismo de la Iglesia Católica*, n. 2494.

(32) *Inter mirifica*, 5, 2.

(33) *Catecismo*, n. 2497.

(34) *Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales*, 19, 7-V-1989.

El *Catecismo* ha destacado que es necesario siempre, además de la veracidad y la moralidad, la *justicia*, la más excelente de las virtudes cardinales, y la *caridad*, la más excelente de todas las virtudes, naturales y sobrenaturales.

Juan Pablo II, dijo en Punta Arenas (Chile) en el confín del mundo: "Es para mí un deber insoslayable, como Pastor de la Iglesia, apremiaros a que viváis ese amor universal —incluso a los enemigos— que Cristo señaló, como distintivo de sus verdaderos discípulos (Cfr. *Jn.*, 13, 35; *Lc.*, 6, 35). *Buscad, siempre y en todo, pensar bien de los demás*, porque es en el corazón y en la mente donde anidan las obras de paz o de violencia; buscad, siempre y en todo, *hablar bien de los demás* como hijos de Dios y hermanos nuestros; que vuestras palabras sean de concordia y no de división; buscad siempre y en todo lugar, *hacer el bien a los demás*; que nadie *sufra nunca injustamente* por vuestra causa en las relaciones familiares, sociales, económicas, políticas" (35).

Por consiguiente, como ha indicado el *Catecismo*: "Es necesario que todos los miembros de la sociedad cumplan sus deberes de *caridad* y *justicia* también en este campo, y, así, con ayuda de estos medios, se esfuercen por formar y difundir una *recta opinión pública*" (IM 8). La *solidaridad* aparece como una *consecuencia* de una información verdadera y justa, y de la libre circulación de las ideas, que favorecen el conocimiento y el respeto del prójimo" (36).

La solidaridad, virtud emparentada con la justicia, consiste en: "La determinación firme y perseverante de empeñarse por el *bien común*, es decir, por el bien de todos y cada uno, para que todos seamos verdaderamente responsables de todos" (37).

(35) JUAN PABLO II, *Homilía en Punta Arenas* (Chile), 6, 4-IV-1987.

(36) *Catecismo*, n. 2495. Un poco más.

(37) JUAN PABLO II, *Sollicitudo rei socialis*, 38.

## 7. El camino

El conocimiento del mal en el mundo, no implica, para el cristianismo, la pérdida de la esperanza y la renuncia de los valores del mundo, sino que enseña a *utilizarlos* como medios para el fin trascendente, lo que supone incluso una eficaz *promoción indirecta* de los mismos. Basta tener en cuenta el célebre texto, en el que San Agustín, contra los que sostenían que el cristianismo no es compatible con los ideales civiles, decía: "Dennos un ejército de soldados tales cuales los exige la doctrina de Cristo; dennos tales jefes de provincias, tales esposos, tales padres, tales reyes, tales jueces, tales recaudadores y cobradores de impuestos, como los quiere la doctrina cristiana, y atrévanse a decir que es enemiga de la república. No duden en confesar que si se la obedeciera prestaría una gran vigor a la república" (38).

En el mundo, los cristianos han de ser como *peregrinos*, pero tienen que usar los mismos bienes que utilizan los miembros del mundo, aunque con una *orientación* distinta. Estos últimos los utilizan poniendo en ellos su último fin, buscando su felicidad en los mismos. En cambio, los cristianos, los disfrutan pero en *orden* a la vida eterna.

Escribe San Bernardo, en este sentido: "Ora con el profeta y di: 'Señor aparta de mí *el camino de la iniquidad*' (Ps., 118). ¿De qué manera? 'Y ten lástima de mí según tu ley' (Ps., 29), aquella ley es a saber que has dado a los que se extravían del camino, esto es, a los que desamparan la verdad. ¿Más qué? ¿Aquel que ha caído no podrá volverse a levantar? Por eso 'he escogido el *camino de la verdad*' (Ps., 30), para subir humillado al lugar de donde por mi soberbia descendí. Subiré, digo, y cantaré: 'Señor, ha sido un grande bien para mí el haberme humillado tú' (Ps., 71); 'la ley de tu boca es para mí un tesoro más estimable que millones de oro y de plata' (Ps., 72). Tal vez parecerá que David te ha propuesto *dos suertes de caminos*, pero es menester, con todo eso, que no reconozcas *más que uno*, uno con dos térmi-

(38) ÍDEM, *Epístola*, 138, 2, 15.



nos diversos y llamado con diferentes nombres: de iniquidad respecto de aquellos que *descienden* y de verdad respecto de aquellos que *suben*".

Explica seguidamente, en este escrito de 1126: "Porque, en efecto, por los mismos grados se sube y por los mismos se baja del trono; por un mismo camino se va y se vuelve a la ciudad, y por una misma puerta se sale y se entra en la casa. En fin, en una misma escala aparecieron los ángeles a Jacob subiendo y descendiendo (*Gen.*, 28, 12). Mas ¿a qué fin estas cosas? Para que, si deseas volver a la verdad, *no busques un nuevo camino*, desconocido, sino el mismo por el que has bajado. De tal suerte que, siguiendo tus mismos pasos por marchas recíprocas, subas, después de haber sido humillado, por los mismos grados por los que descendiste dejándote llevar de la soberbia" (39).

Se trata de un mismo camino, que se encuentra en la misma realidad creada, pero que tiene dos direcciones: la de la *soberbia*, que aleja de Dios y el de la *humildad*, que acerca. El mismo camino, como las realidades temporales, en las que se encuentra, aleja o apróxima a Dios. No hay que cambiar de camino, sino de dirección.

En nuestros días, el cardenal Martini ha llamado la atención, al comentar la parábola del Buen Samaritano, sobre esta unidad. "Los hechos narrados en la parábola tienen lugar en *un camino*, el que une *Jerusalén*, ciudad santa, con *Jericó*, símbolo de la ciudad seglar, y el camino entre ambas ciudades es el lugar de su distancia, pero también el espacio que las une. Por este camino pasan los hombres, símbolos de cada una de las dos ciudades: pasa aquel al que robaron unos ladrones, pasa el samaritano, probablemente dos comerciantes que viajan por cuestión de negocios; pasan el sacerdote y el levita, hombres de religión. El camino es la *realidad de la vida* común donde todos se encuentran, pero es también el lugar de los desencuentros, de los egoísmos de grupo, que llegan hasta la violencia, como en el caso de los ladrones. Es el lugar de los egoísmos privados, o quizá

(39) SAN BERNARDO, *De los grados de la humildad y de la soberbia*, c. IX, n. 27.

motivados por pretextos culturales, como en el caso del sacerdote y el levita; el mismo camino es también el lugar de la proximidad vivida, como en el caso del samaritano" (40).

## 8. El diálogo

Es misión del cristiano la de arreglar los desordenes de los medios de comunicación (41). Se dice en un documento del Vaticano II: "La obra redentora de Cristo, aunque de suyo se refiere a la *salvación* de los hombres, se propone también la *restauración* de todo el orden temporal. Por tanto, la misión de la Iglesia no es sólo anunciar el mensaje y la gracia de Dios, sino también *impregnar y perfeccionar* todo el orden temporal con el espíritu evangélico" (42).

Más adelante, se insiste en ello, al afirmarse: "Este es el plan de Dios sobre el mundo, que los hombres *restauren* concordemente el orden de las cosas temporales y lo *perfeccionen* sin cesar (...) Es obligación de toda la Iglesia trabajar para que los hombres se capaciten a fin de establecer rectamente todo el orden temporal y *ordenarlo* hacia Dios por Jesucristo" (43).

---

(40) MASSIMO CACCIARI-CARLO MARÍA MARTINI, *Diálogo sobre la solidaridad*, Barcelona, Herder, 1997, pág. 23. Concluye el conocido cardenal italiano: "Es por lo tanto en la *vida cotidiana*, en las relaciones de la vida de todos los días, más allá de ideologías y de roles, donde ante todo se practica la solidaridad. Esta exige que abandonemos los roles, que olvidemos las conveniencias, para darnos cuenta de que somos simplemente, hombres o mujeres, seres humanos". Añade: "La parábola dice todavía más, haciendo notar que el samaritano se detiene junto al herido, no porque profese principios de solidaridad social o teorías sobre la igualdad de todos los hombres (sobre este punto calla el relato) sino porque dice la palabra evangélica: 'Al pasar junto a él lo vio, y sintió compasión, le miró a los ojos y escuchó su corazón' (*Luc.*, 10, 34)". (*Ibid.*).

(41) Cfr. FELICÍSIMO MARTÍNEZ DÍEZ, O. P., *Teología de la comunicación*, Madrid, BAC, 1994.

(42) Decreto *Apostolicam actuositatem*, II, 5.

(43) *Ibid.*, 7. "El seglar se *inserta* profunda y cuidadosamente en la realidad misma del orden temporal y acepta participar con eficacia en los asuntos de esta esfera, y al mismo tiempo como miembro vivo y testigo de la Iglesia, hace a ésta *presente y actuante* en el seno de las realidades temporales" (*Ibid.*, 29). También se dice en otro documento del Concilio respecto de los seglares cristianos que:

En su encíclica *Redemptoris missio*, ha dicho Juan Pablo II: "Mi precesor Pablo VI decía que: 'la *ruptura* entre evangelio y cultura es sin duda alguna el drama de nuestro tiempo' (*Evangelii nuntiandi*, n. 20); y el campo de la comunicación actual confirma plenamente este juicio" (44). Es preciso reintegrar la fe y la cultura.

El mensaje de restauración del mundo actual en general se encuentra muy bien explicado por Paulo VI, en su primera encíclica *Ecclesiam suam*. Escribió el Papa en 1964: "Si la Iglesia logra cada vez más clara conciencia de sí, y si trata de conformarse según el modelo que Cristo le propone viene a *diferenciarse profundamente* del ambiente humano en el cual vive y al cual se aproxima. El evangelio nos hace advertir tal distinción cuando nos habla del 'mundo', es decir, de la humanidad adversa a la luz de la fe y al don de la gracia, de la humanidad que se exalta en un ingenuo *optimismo* creyendo que le bastan las propias fuerzas para lograr su expresión plena, estable y benéfica, o de la humanidad que se deprime en un crudo *pesimismo* declarando fatales, incurables y acaso también como manifestaciones de libertad y de autenticidad los propios vicios, las propias debilidades, las propias enfermedades morales".

Precisa Pablo VI que: "Esta diferencia no es *separación*. Mejor, no es *indiferencia*, no es *temor*, no es *desprecio*. Cuando la Iglesia se distingue de la humanidad no se opone a ella, antes bien se *une*. Como el *médico*, que conociendo las insidias de una pestilencia procura guardarse a sí y a los otros de tal infección, pero al mismo tiempo se consagra a la curación de los que han sido atacados, así la Iglesia no hace de la misericordia que la divina bondad le ha concedido un *privilegio exclusivo*, no hace

---

"Es propio de ellos, repletos del Espíritu Santo, el animar desde dentro, a modo de *fermento*, las realidades temporales y ordenarlas de forma que se hagan continuamente según Cristo" (*Ad gentes divinitus*, 15). Esta misión es propia de los seglares, porque: "A ellos corresponde *iluminar* y *ordenar* las realidades temporales a las que están estrechamente vinculados, de tal modo que, sin cesar, se realicen y progresen conforme a Cristo y sean para la gloria del Creador y del Redentor" (*Lumen gentium*, 31).

(44) JUAN PABLO II, *Redemptoris missio*, n. 37.

de la propia fortuna un motivo para desinteresarse de quien no la ha conseguido, antes bien convierte su salvación en argumento de interés y de amor para quienquiera que esté junto a ella o a quien ella puede acercarse con su esfuerzo comunicativo universal".

Por consiguiente, se advierte que: "La Iglesia debe ir hacia el *diálogo* con el mundo en el que la toca vivir. La Iglesia se hace palabra; la Iglesia se hace mensaje; la Iglesia se hace coloquio".

Este diálogo, que parece ser constitutivo de la Iglesia: "Indica un propósito de corrección, de estima, de *simpatía*, de *bondad* por parte de quien lo inicia; excluye la condena apriorística, la polémica ofensiva y habitual, la vanidad de inútiles conversaciones. Si ciertamente no mira a obtener inmediatamente la conversión del interlocutor, porque respeta su dignidad y su libertad, mira sin embargo al aprovechamiento del otro, y querría disponerlo a *una mayor comunión* de sentimientos y de convicciones".

Los caracteres esenciales del diálogo deben ser los siguientes: "1) La *claridad* ante todo: el diálogo supone y exige la inteligibilidad, es un intercambio de pensamiento, es una invitación al ejercicio de las facultades superiores del hombre; bastaría este sólo título para clasificarlo entre los mejores fenómenos de la actividad y cultura humana (...); 2) Otro carácter es, además, la *afabilidad*, la que Cristo nos exhortó a aprender de sí mismo: "*Aprended de Mi que soy manso y humilde de corazón*" (Mt., 11,29); el diálogo no es orgulloso, no es hiriente, no es ofensivo. Su autoridad es intrínseca por la verdad que expone, por la caridad que difunde, por el ejemplo que propone, no es un mandato ni una imposición. Es pacífico, evita los modos violentos, es paciente, es generoso; 3) La *confianza*, tanto en el valor de la propia palabra como en la disposición para acogerla por parte del interlocutor; promueve la familiaridad y la amistad; 4) Finalmente, la *prudencia* pedagógica que tiene aún más en cuenta las condiciones psicológicas y morales del que oye (cfr. Mt., 7, 6): si es un niño, si es una persona ruda, si no está preparada, si es desconfiada, hostil, y se esfuerza por conocer su sensibilidad y por adaptarse razonablemente y modificar las formas de la pro-

pia presentación por no serle molesto e incomprensible". En definitiva, hay que llegar a: "La unión de la *verdad* con la *caridad*, de la *inteligencia* con el *amor*".

Reconoce el Papa, en esta encíclica dedicada a las relaciones de la Iglesia con el mundo, que: "Teóricamente hablando la Iglesia podría proponerse reducir al mínimo tales relaciones tratándose de *apartarse* de la sociedad profana; como podría también proponerse *apartar los males* que en ella pueden encontrarse anatematizándolos y promoviendo cruzadas en contra de ellos; podría, por el contrario, acercarse tanto a la sociedad profana que tratase de alcanzar un influjo preponderante y aun de ejercitar un *dominio teocrático* sobre ella, y así de otras maneras. Pero Nos parece que la relación entre la Iglesia y el mundo, sin cerrar el camino a otras formas legítimas, puede representarse mejor por un *diálogo*, que no podrá ser evidentemente uniforme, sino adaptado a la índole del interlocutor y a las circunstancias reales".

Además, advierte que: "Muchas son las formas de diálogo de la salvación". Cada cristiano deberá aplicarlas en la vida de los hombres de su tiempo, de su situación social, de su determinada cultura. Es una *actitud arriesgada* para el propio cristiano, para la Iglesia, porque siempre se presentan estos difíciles interrogantes: "¿Hasta qué punto debe la Iglesia *acomodarse* a las circunstancias históricas y locales en las que desarrolla su misión? ¿Cómo debe *precaerse* del peligro de un relativismo que llegue a afectar su fidelidad dogmática y moral? ¿Pero cómo hacerse al mismo tiempo capaz de acercarse a todos para salvarlos a todos, según el ejemplo del apóstol: '*Me he hecho todo a todos para salvarlos a todos*' (1 Cor., 9, 22)".

Lo que sí dejó muy claro Pablo VI es que, por una parte: "*Desde fuera* no se salva al mundo. Como el Verbo de Dios que *se ha hecho hombre*, hace falta hacerse una misma cosa hasta cierto punto, con las formas de vida de aquellos a quienes se quiere llevar el mensaje de Cristo, hace falta *compartir* —sin que medie distancia de privilegios o diafragma de lenguaje incomprensible— las costumbres comunes, con tal que sean humanas y honestas, sobre todo de los más pequeños, si queremos ser

oídos y comprendidos. Hace falta, aun antes de *hablar*, *oír la voz*, más aún, *el corazón* del hombre, comprenderlo y respetarlo en la medida de lo posible y cuando merece secundarlo. Hace falta hacerse hermanos de los hombres en el momento mismo que queremos ser sus pastores, padres y maestros. El clima del diálogo es la *amistad*. Más todavía, el *servicio*". Por otra, que: "Sólo el que vive con plenitud la vocación cristiana puede estar inmunizado del contagio de los errores con los que se pone en contacto" (45).

---

(45) PAULO VI, *Ecclesiam suam*, III.