



1 9 3 3 - 2 0 0 8

**CEU 75**

*Instituto de Estudios  
de la Democracia*

*Universidad San Pablo*

**Documento de Trabajo**

**Papeles de Información Religiosa**

Número 3 / 2008

## **Un nuevo areópago para la evangelización**

**Síntesis del magisterio pontificio  
sobre los medios de comunicación social**

**Manuel María Bru Alonso**

*CEU Ediciones*

**Documento de Trabajo**  
**Papeles de Información Religiosa**  
Número 3 / 2008

**Un nuevo areópago  
para la evangelización**

**Síntesis del magisterio pontificio  
sobre los medios de comunicación social**

---

**Manuel María Bru Alonso**

*CEU Ediciones*

El Instituto de Estudios de la Democracia (ID) es un centro de investigación y estudios superiores de posgrado, especializado en la promoción de nuevo conocimiento en el ámbito de las ciencias sociales, vinculado a la Universidad CEU San Pablo.

El Observatorio para el Estudio de la Información Religiosa se constituye como un centro de investigación, análisis, docencia y divulgación, cuyo objetivo principal es la realización de estudios, informes, cursos y propuestas encaminadas a una mejora de la elaboración y de la recepción de la información religiosa.

Los Documentos de Trabajo del Instituto tienen por función asegurar la transferencia de conocimientos aportados por cada uno de los centros que se asocian en el ID. Comprenden varias colecciones definidas por las respectivas áreas temáticas en que se especializa cada centro.

Mediante la colección “Papeles de Información Religiosa” se difunden los estudios y trabajos de análisis crítico de las realizaciones en este ámbito, así como las propuestas teóricas y metodológicas para la mejora de la información religiosa que se elaboran en el Observatorio.

Las opiniones de los autores no expresan necesariamente las del Instituto.

Serie *Papeles de Información Religiosa* del Observatorio para el Estudio de la Información Religiosa (Instituto de Estudios de la Democracia)

### **Un nuevo areópago para la evangelización**

#### **Síntesis del magisterio pontificio sobre los medios de comunicación social**

No está permitida la reproducción total o parcial de este trabajo, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros métodos, sin el permiso previo y por escrito de los titulares del copyright.

Derechos reservados © 2008, por Manuel María Bru Alonso

Derechos reservados © 2008, por Fundación Universitaria San Pablo-CEU

*CEU Ediciones*

Julián Romea, 18 - 28003 Madrid

<http://www.ceu.es>

Instituto de Estudios de la Democracia

Universidad CEU San Pablo

Julián Romea, 23 Edificio B - 28003 Madrid

Teléfono: 91 456 63 11 / Fax: 91 514 01 41

[id@ceu.es](mailto:id@ceu.es), [www.ceu.es/usp/id](http://www.ceu.es/usp/id)

ISBN: 978-84-96860-86-5

Depósito legal: M-14683-2008

Compuesto e impreso en el Servicio de Publicaciones de la Fundación Universitaria San Pablo-CEU

# Sumario

<b>1.- Introducción: Una voz profética</b> .....	5
<b>2.- El magisterio pontificio preconiliar</b> .....	6
2.1.- El surgimiento de un nuevo desafío .....	6
2.2.- La doctrina de la <i>buena prensa</i> (De Gregorio XVI a Pío XI) .....	7
2.3.- Pío XII y “los maravillosos inventos de la técnica” .....	10
<b>3.- El magisterio pontificio conciliar</b> .....	10
3.1.- Juan XXIII: Los medios de comunicación social: <i>arma veritatis</i> .....	10
3.2.- Ética y pastoral de la comunicación en el Decreto Conciliar <i>Inter Mirifica</i> .....	13
3.3.- Ética y pastoral de la comunicación social en los otros documentos conciliares .....	16
<b>4.- El magisterio pontificio postconciliar</b> .....	17
4.1.- Pablo VI: El Papa del diálogo .....	17
4.2.- <i>Communio et progressio</i> : La <i>carta magna</i> de la comunicación cristiana .....	21
4.3.- Juan Pablo I: La comunicación como empatía .....	25
4.4.- Juan Pablo II: El primer Papa mediático .....	26
4.5.- Juan Pablo II: Un nuevo areópago para la evangelización .....	29
4.6.- Benedicto XVI: Un nuevo areópago para la comunión .....	33
<b>5.- Conclusión</b> .....	36
<b>6.- Bibliografía</b> .....	37

# 1.- Introducción: Una voz profética

¿De verdad que la Iglesia tiene una palabra sobre la comunicación social? ¿No se trata sólo de una serie de advertencias resistentes ante un fenómeno que comporta no pocos peligros morales y culturales? ¿Se trata en cambio de una reflexión en profundidad, de gran interés tanto para creyentes como para no creyentes, valiente instancia capaz de abordar tanto la teleología del rápido desarrollo de los medios, como un juicio crítico de sus convencionalismos partiendo de una altísima consideración positiva de la naturaleza y misión de las comunicaciones sociales? Estas podrían muy bien ser las sucesivas preguntas que paulatinamente se haría quien se iniciase partiendo de cero en el conocimiento del magisterio de la Iglesia sobre la comunicación social.

Si, como señalaban ya los padres de la Iglesia, nada humano es ajeno a la mirada cristiana, podemos estar seguros de que ni la Iglesia en la era contemporánea ni un ámbito específico de su misión, la de la proposición de su magisterio, han dejado de interesarse, y hasta de apasionarse, con el fenómeno del surgimiento, desarrollo y protagonismo social y cultural de la comunicación social.

Citando a San Agustín dice la constitución conciliar *Lumen Gentium* que “La Iglesia va peregrinando entre las persecuciones del mundo y los consuelos de Dios”<sup>1</sup>, lo que supone, entre otras cosas, “descubrir fielmente, aunque entre sombras, el misterio de Cristo en el mundo”. Es precisamente este discernimiento, el de los signos de los tiempos, signos de persecución o signos de consuelo de la providencia de Dios sobre el mundo; y este descubrimiento, el del misterio de Cristo en el mundo, lo que identifica la mirada cristiana no sólo y no tanto de la Iglesia hacia sí misma, sino de la Iglesia en medio de los avatares del día a día, de la actualidad en su conjunto, de los acontecimientos sociales, políticos, culturales, humanos en definitiva. Se trata de un discernimiento y de un descubrimiento, necesariamente, “entre sombras”, y por tanto aproximado, plural, discutido y discutible, pero necesario.

Y si nos vamos al capítulo *Lumen Gentium* que habla de la misión de los fieles laicos, al referirse a su función en el saneamiento de las estructuras sociales, se dice entre otras cosas que es misión de la Iglesia a través de los laicos cooperar con “el progreso universal de la libertad humana”, así como impregnar “de sentido moral la cultura y el trabajo humano”, con el fin de dilatar, desde el servicio, el Reino de Dios entre los hombres, como “Reino de justicia, de amor y de paz”. También en este punto se distingue entre la autonomía de las cosas temporales —que se basa en la armonía entre los derechos y obligaciones de los laicos, como miembros a la vez de la comunidad eclesial y de la comunidad social y política—, y la necesaria heteronomía de la conciencia cristiana, que no es ajena a ninguna realidad humana y social, incluyendo, lógicamente, todas aquellas vinculadas al orden temporal<sup>2</sup>. Lo que se dice aquí respecto al laico católico en singular, es aplicado también por parte del magisterio eclesial posterior respecto a las “obras laicas” —tanto de iniciativa eclesial

<sup>1</sup> CONCILIO VATICANO II, *Lumen Gentium* (Madrid: BAC, 1966), nº 8, pp. 16-17 (Constitución conciliar promulgada el 21 de noviembre de 1964).

<sup>2</sup> Cf.: *Ibid.*; nº 36, pp. 48-49.

como de iniciativa social de cualquier tipo—, de tal manera que cada una de estas, además de estar sujeta a la autonomía de sus propias leyes, principios y formatos, tanto técnicas, como profesionales, como legales, están llamadas a estar a su vez inspiradas en el Evangelio, ya que “ninguna actividad humana, ni siquiera en el orden temporal, puede substraerse al imperio de Dios”.

Por eso adentrarse a esta tan breve como insuficiente exposición del magisterio de la Iglesia sobre las comunicaciones sociales promete ser una ventana abierta a una mirada amorosa de la Iglesia al hombre como comunicador y a la humanidad en sus logros e inquietudes humanas en el desarrollo de las comunicaciones sociales. Una mirada profética que con humildad, con respeto, pero también con aplomo y con firmeza, se pone al servicio de este mundo culturalmente globalizado por los medios de comunicación, a una sociedad de la información con vocación para ser sociedad del conocimiento, y le ofrece sus claves antropológicas, teológicas y sociológicas propias para acompañar este proceso, alentar a sus promotores, y recordarle, siendo vos de los sin voz, su servidumbre al bien común de la humanidad, y no a intereses particulares, ideológicos o deshumanizadores.

## 2.- El magisterio pontificio preconiliar

### 2.1.- El surgimiento de un nuevo desafío

Tanto lo que ha dicho (magisterio) como lo que ha hecho (práctica pastoral) la Iglesia en torno a la comunicación, y a una comunicación de masas, es decir, tratando de llegar a un número indeterminado de receptores, entraría de alguna forma dentro de esta realidad: la doctrina de la Iglesia sobre los medios de comunicación social<sup>3</sup>, en el ámbito del Magisterio de la Iglesia, y más concretamente, de su Doctrina Social<sup>4</sup>.

El fenómeno de la comunicación social propia de la revolución cultural que supuso para la comunicación el alumbramiento de la prensa diaria informativa, la radio, el cine y la televisión —de tan grave calado social y cultural como lo fue en otro tiempo la aparición de la prensa propagandista a partir de la “revolución Gutemberg”—, nos sitúa en el inicio de una historia aún “reciente e incipiente”<sup>5</sup>.

Se trata de una historia que recorre un itinerario contrario al teóricamente lógico: no empieza con la reflexión teológica para después, fundamentada en esta, llegar a la dimensión ética y moral por un lado, y por otro a la dimensión pastoral. Muy al contrario, la reacción del Magisterio de la Iglesia ante el fenómeno de la comunicación social empieza por mostrar su preocupación, caracterizada por la cautela y la reserva, ante los nuevos problemas de carácter ético que entraña, para luego pasar al valor instrumental de la comunicación social como transmisión misionera y pastoral<sup>6</sup>, y por último, llegar al estudio de todas aquellas

<sup>3</sup> Medios de comunicación social es el término que el Magisterio de la Iglesia utiliza oficialmente y a propósito. En las deliberaciones conciliares así se decidió cuando a propuesta del Secretariado se eligió este concepto para utilizarlo tanto en los documentos del Magisterio como en toda la jurisprudencia eclesial, descartándose otros como *mass-media*, medios de difusión, y otros. Cf.: JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ GARCÍA. *Introducción a la Doctrina Social de la Iglesia*. Barcelona: Editorial Ariel. 2001, p. 495.

<sup>4</sup> Que el magisterio de la Iglesia sobre comunicaciones sociales forma parte de la llamada Doctrina Social de la Iglesia parece ser argumento común en los más importantes manuales sobre la materia, que le dedican siempre un amplio y profuso desarrollo. Cf.: JOSÉ LUIS GUTIÉRREZ GARCÍA. *Introducción a la Doctrina Social de la Iglesia* (Barcelona: Ariel, 2001), 520p., JUAN SOUTO COELHO, (Coordinador) *Doctrina Social de la Iglesia. Manual Abreviado*. Madrid: BAC, 2002, 563p., ALFONSO A. CUADRÓN, *Manual de la Doctrina Social de la Iglesia* (Madrid: BAC – Fundación Pablo VI, 1993), pp. 357-381.

<sup>5</sup> FELICÍSIMO MARTÍNEZ, *Teología de la comunicación social* (Madrid: BAC, 1984), p. 44.

<sup>6</sup> “Cuando desde el mundo de la técnica sobreviene cada nuevo medio, a su aspecto peligroso la Iglesia responde con una moral de cautelas y si es preciso de prohibiciones. Y como los medios ofrecen también fantásticas posibilidades de acción apostólica, pronto la Iglesia los acoge, y traza programas, reparte alientos, espolea el celo de los profesionales y forma profesionales propios. Considera el aspecto deontológico y el aspecto apostólico de algo que viene *de fuera*

implicaciones que esta realidad tiene en el campo teológico, ya sea como fundamento del mismo, ya sea como una de las más genuinas expresiones de la llamada “teología de las cosas temporales” típicamente conciliar y postconciliar.

Evidentemente, en cuanto itinerario convergente, describe una línea creciente prácticamente ininterrumpida de profundización tanto en los aspectos críticos como en el reconocimiento de los valores inherentes al fenómeno mediático, en un proceso de apertura que podría definirse en tres proyecciones: de acoger (*Miranda Prorsus*) a fomentar (*Inter Mirifica*) los medios, de receptores selectivos (*Miranda Prorsus*) a usuarios activos (*Communio et Progressio*), del tono fundamentalmente contestatario de los primeros documentos, al diálogo con la cultura mediática del pontificado actual.

Para algunos en el largo recorrido de dos centurias, “el proceso seguido, según las circunstancias históricas, es fascinante y ejemplar, desde las prevenciones más explícitas y ataques más contundentes contra la libertad de imprenta, hasta la apología más entusiasta de todos los medios de comunicación social modernos como instrumentos irrenunciables para la *nueva evangelización*”<sup>7</sup>.

Merece la pena hacer un breve recorrido por este proceso, considerando su inicio según común asentimiento por parte de los historiadores al compás del inicio del siglo XIX, aunque, ciertamente, podríamos remontarnos a etapas precedentes<sup>8</sup>.

## 2.2.- La doctrina de la *buena prensa* (De Gregorio XVI a Pío XI)

Ciertamente, encíclicas como la *Cristianae reipublicae salus* (1766), de Clemente XIII, la *Diu statis* (1800) de Pío VII (1800-1823), que daban la señal de alarma ante la profusión de libros contrarios a la fe católica, la *Mirari vos* (1832), de Gregorio XVI (1831-1846) contra las ideas de Lammenais difundidas en su revista *L’Avenir*, o la *Nostis et Nobscum* (1849), de Pío IX (1846-1878) que enjuicia los efectos nocivos de la literatura anticlerical del momento y de las traducciones “trucadas” de la Biblia, o la encíclica *Quanta cura* (1864), más conocida como el *Syllabus*, del mismo Papa, compendio de doctrinas consideradas perniciosas, no son precisamente exponentes de un canto de alabanza a la libertad de prensa<sup>9</sup>.

No hay que olvidar que la prensa de entonces es inseparable del fenómeno panfletario, y que “desde 1766 hasta 1918 la Iglesia jerárquica se vio obligada a defenderse del acoso de la prensa tomando una postura de autodefensa y preocupación. Predominó la idea de que la prensa estaba manejada por los *enemigos de la Iglesia*. Lo cual es comprensible con relativa facilidad a la luz de la historia negra del periodismo, con su mala reputación de origen y el uso que se pretendió hacer de ella como instrumento de poder”<sup>10</sup>.

---

como una insidia o como una oferta de ayuda”: JESÚS IRIBARREN, *El Derecho de la Verdad. Doctrina de la Iglesia sobre la prensa, radio y televisión (1831-1968)* (Madrid: BAC, 1968), p. 35\*. Felicísimo Martínez considera que este párrafo es “una descripción exacta de la relación de la Iglesia con los modernos medios de comunicación social”: FELICÍSIMO MARTÍNEZ, *Teología de la comunicación*, obra citada, p. 48. Por otro lado, hoy sería muy difícil conocer el magisterio pontificio sobre comunicaciones sociales sin este exhaustivo estudio de don Jesús Iribarren (1912-2001), una de las mentes más lúcidas del catolicismo español del siglo XX. Cf.: JOSÉ MARÍA JAVIERRE, “Jesús Iribarren”, *XX Siglos* (Año XII, nº 47 – 2000/1), Madrid: 2000, pp. 53-55; ANTONIO MONTERO, “Hombre de Iglesia y artífice de *Ecclesia*”, MCS (Boletín de la Comisión Episcopal de Medios de Comunicación Social de la Conferencia Episcopal Española, nº 200/201), Madrid: 2000, pp. 56-58.

<sup>7</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación social*, Madrid: BAC, 2002, p.179.

<sup>8</sup> Silvio Sassi, por ejemplo, se remonta a la reacción del magisterio pontificio del siglo XV ante la invención de la imprenta a la hora de trazar la historia de la relación entre Iglesia y comunicación social. Cf.: SILVIO SASSI, “Un binomio importante”. *Vita Pastorale* (Roma: Nº 12/1998), pp. 52-54.

<sup>9</sup> Para una exposición histórica más completa del particular: SILVIO SASSI, “La libertà di stampa”, *Vita Pastorale* (Roma: Nº 1/1999), pp. 84-86.

<sup>10</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación social*, obra citada, p. 180.

Con León XIII (1878-1903), al compás del nacimiento del siglo de las nuevas tecnologías mediáticas y de la mundialización<sup>11</sup>, se da el primer punto de inflexión a favor de la libertad de prensa: “Mientras Pío IX puso todo su énfasis en la descripción de abusos, León XIII se fija más en los valores positivos de la libertad de impresión y de expresión. Significa un sí rotundo a la libertad y un rechazo de la licencia y la irresponsabilidad”<sup>12</sup>.

- En su encíclica *Libertas praestantissimum* (1888) León XIII aborda directamente el tema de la libertad de expresión, junto a la libertad de culto, de conciencia y de enseñanza. La libertad de expresión esta subordinada a la verdad y al bien, pero es defendida como medio para la búsqueda de la verdad en un sano debate público de opinión plural<sup>13</sup>. Es más, surge la necesidad de la implicación de periodistas católicos que entren en los nuevos sistemas de información y de opinión públicas, así como la creación de una prensa católica diaria, educadora, defensora de la verdad y de la justicia, y defensora también de la Iglesia. Una prensa con estilo cristiano que no cae en la ofensa y la violencia verbal, sino que se defiende desde la moderación y la templanza.
- Por otro lado, León XIII fue el primer Papa que predicó la unidad de la prensa católica, que emergía desunida, política y religiosamente, entre los católicos franceses en razón de la aceptación de la República, los italianos en razón de la consumación de la unidad nacional, los españoles entre carlistas y alfonsinos, y por tanto entre los periódicos y revistas católicas que se dedicaban a zaherirse y destruirse, descuidando los grandes intereses de Iglesia una<sup>14</sup>.
- No es casual que en este punto de inflexión que marca tanto el cambio epocal como el cambio de actitud ante la realidad de la comunicación social, surja una figura carismática excepcional: Santiago Alberione, fundador de la Familia Paulina, que en la noche que históricamente datamos esa inflexión, la del cambio de siglo, supo intuir y se dejó inspirar por el desafío de un nuevo tiempo que exigía evangelizar al hombre de hoy con los medios de hoy<sup>15</sup>.

Similar actitud y línea argumental defenderá su sucesor San Pío X (1903-1914), aunque mostrando aún de un modo muy firme las cautelas y algunas prohibiciones, enormemente condicionadas por el auge del fenómeno modernista, que amenazaba los ámbitos intelectuales más eclesiales, como son el filosófico y el teológico.

---

<sup>11</sup> Por otro lado, “el proceso de mundialización del planeta —que ya era material y teóricamente posible desde que la era de los descubrimientos nos lo mostró en toda su redondez— comienza a ser posible política y técnicamente en estos años. Al advenimiento de León XIII estaba reciente la apertura del canal de Suez, pero luego vienen los proyectos sobre el canal de Panamá (ya desde 1881), el primer ferrocarril en China (1888), el transiberiano (1891), el primer tren que atraviesa los Andes (1849). Todavía más importante que eso, las grandes potencias coloniales se reparten África, Asia y Oceanía, haciendo universal su presencia (y preparando para la fase histórica de la descolonización la presencia de esos mismos pueblos, ya libres, en la organización universal). Hasta los sistemas político-sociales que surgen lo hacen ya con carácter internacional. Imperios y monarquías necesitan firmar alianzas, como cimentados que están sobre personas; pero el liberalismo y el socialismo tienen la unidad intrínseca de las ideas”: JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 47\*-48\*.

<sup>12</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación social*, obra citada, p. 182.

<sup>13</sup> Cf.: SIVIO SASSI, “La censura dei libri”, *Vita Pastorale* (Roma: N° 2/1999), pp. 38-41.

<sup>14</sup> Cf.: JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 48\*.

<sup>15</sup> “La noche que dividió el siglo pasado del corriente fue decisiva para la misión específica y el espíritu particular con que habría nacido y vivido la familia paulina. Así reconocía más de cincuenta años después el Beato Santiago Alberione aquellas cuatro horas de adoración al Santísimo, con las que desde la catedral de Alba, los seminaristas de esta pequeña diócesis italiana se unían a la invitación de León XIII de rezar por el nuevo siglo XX, y por el reto que éste suponía para la misión de la Iglesia. El joven seminarista, oriundo de la alquería *Nuove Peschiere*, de la región del Piamonte, que contaba por aquel entonces con diez y seis años repletos de entusiasmo por las misiones, intuyó que Dios le llamaba para una gran empresa, entendió con una claridad especial la invitación del Papa y de algunos intelectuales italianos a la unidad de los católicos, para hacer penetrar el evangelio en las estructuras sociales y especialmente en la prensa, y se sintió profundamente obligado a hacer algo por el Señor y por los hombres del nuevo siglo con quienes habría de vivir”: MANUEL MARÍA BRU, “el Padre Alberione, apóstol de la comunicación social”, en *Alfa y Omega* (1ª Época/ nº 30/ 30-04-1995), p. 13. Cf.: VICENTE A. GUILLAMÓN, “La noche aquella de aquel tiempo”, en *Cooperador Paulino* (Madrid. N° 106, noviembre-diciembre 2000), pp. 6-10; TEÓFILO PÉREZ, “La noche luminosa del joven Alberione”, *Ibid.* pp. 10-14.

Sin embargo, otro fenómeno social y político como fue el auge de los totalitarismos nacionalistas y/o socialistas (fascismo italiano, nacionalsocialismo alemán y socialismo real soviético), hará que Papas como Benedicto XV (1914-1922), y sobre todo Pío XI (1922-1939), se erijan, manteniendo un firme tono de cautela y de recelo ante la novedad mediática en su conjunto, en defensores de la libertad de expresión y de prensa ante a la abusiva instrumentalización de la comunicación de masas por parte de los regímenes autoritarios:

- Si Benedicto XV llevó, terminada la Primera Guerra Mundial, el armisticio en la guerra intelectual entre la Iglesia y los medios de comunicación<sup>16</sup>, llegando, en su encíclica *Pacem* (1920) a invitar a los periodistas a que se reconozcan como elegidos de Dios para la restauración de la paz cristiana<sup>17</sup>, será Pío XI quien ponga en la balanza, junto a los efectos negativos de la mala prensa, los positivos de la que desde entonces consagrará el nombre de la “buena prensa”, atribuyendo a ésta un desarrollo significativamente ponderable.
- A Pío XI, testigo de los primeros ensayos de la televisión, el teletipo, y el cine sonoro, le tocará tener gestos cuya trascendencia histórica es tan grande o mayor que la publicación de una gran encíclica sobre cine que fue *Vigilanti cura*<sup>18</sup>, como son la inauguración de la estación emisora de Radio Vaticana, el 12 de febrero de 1931, montada por el mismo Guillermo Marconi, inventor de la radio; y de la Exposición mundial de la prensa católica en 1936, o la proclamación de San Francisco de Sales como patrono del periodismo<sup>19</sup>. De este modo, se dice, Pío XI “canonizó” la prensa<sup>20</sup>.
- Pío XI fue el primer Papa en plantear directamente el reto de la actitud crítica como usuarios de los medios a los católicos, incluso con la prensa católica, de la que además de promotores debían ser asiduos y críticos lectores. Respecto al cine, insta tanto a la promoción pastoral de las buenas películas como a la vigilante elaboración de listas nacionales de clasificación moral de las mismas<sup>21</sup>.

<sup>16</sup> “Había que favorecer por todos los medios disponibles el entendimiento entre los hombres y los pueblos. Los libros siguen siendo considerados con cautela, el cine no logra todavía ganarse la simpatía de los intelectuales, pero la radio empieza a imponerse como un medio de comunicación social nada despreciable. Los periodistas son ahora tratados como actores de la pacificación tras la contienda. A los periodistas católicos se les recomienda que no se aparten del Magisterio de la Iglesia, pero que sigan con sana libertad las cuestiones discutibles, evitando las injurias, las sospechas y las desconfianzas infundidas. En este nuevo contexto aparece la Sociedad de San Pablo, para la promoción del libro católico, y la Obra de la Buena Prensa, con el aplauso y el estímulo pontificio”: JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 183.

<sup>17</sup> Cf.: *Ibíd.*, p. 184.

<sup>18</sup> “Además de la introducción, la encíclica tiene una parte doctrinal y otra normativa sobre la producción y exhibición, y establece las oficinas nacionales de calificación moral de las películas, para orientación de los fieles (...) Comienza la parte doctrinal con unos párrafos que se aplican no sólo al cine, sino que *atendiendo a las condiciones sociales de nuestro tiempo*, valen para todos los instrumentos de comunicación. Son los siguientes: *Es muy necesario y de todo punto urgente, procurar y lograr que todo cuanto, por don de Dios, el progreso de los tiempos invente en las ciencias humanas y en las mismas artes de la industria técnica, sirvan realmente para gloria de Dios, para la salvación de las almas y para acrecentar el Reino de Cristo* (6). Proclama solemnemente Pío XI que los productos modernos del progreso humano de la ciencia y de la técnica son dones de Dios. Han de servir para el bien de la persona humana, que ha sido creada para dar gloria a Dios, para gozar de la felicidad eterna en la vida futura, y ahora, en el tiempo, colaborar a que todos entren a formar parte del Reino de Jesucristo. Notemos de paso que en esto concuerdan perfectamente la antropología, las ciencias de la educación, y la sociología. Al cine, espectáculo de diversión y recreo, se le reconoce su validez, *especialmente en nuestra época en la que la gente está muy absorbida por múltiples preocupaciones y negocios; necesita la persona momentos de agradable solaz y recreo, que proporciona también el cine, si bien estas diversiones han de ser conformes a la dignidad humana* (18)”: MIGUEL F. DE PRADA, “Los medios modernos de divulgación, un don de Dios”, Cooperador Paulino (Madrid: N° 100/ septiembre-octubre 1999), pp. 32-33.

<sup>19</sup> “Bien claro esta el ejemplo que el Santo Doctor ofrece: que estudien con diligencia y conozcan lo mejor posible la doctrina católica; que no corrompan la verdad ni la debiliten o disimulen so pretexto de no ofender al adversario; que cuiden también de la belleza y elegancia del lenguaje y distinguan y adornen los conceptos con palabras tan luminosas, que los lectores encuentren deleite en la verdad; que, si es preciso que combatan contra alguien, acierten a refutar el error y oponerse a la perversidad de los malos mostrándose a la vez animados de sentimientos rectos y, por principio, de caridad”: PÍO XI, *Rerum Omnium* (26/1/1923), AAS XVI, 1923. Recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 61.

<sup>20</sup> “Nos queremos una congregación religiosa para la buena prensa”, contestó Pío XI cuando fue preguntado sobre la oportunidad de la aprobación de la Pía Sociedad de San Pablo. Cf.: MIGUEL F. DE PRADA, “Pío XI”, *Cooperador Paulino* (Madrid: N° 97/Enero-febrero 1999), pp. 31-33.

<sup>21</sup> En la Encíclica *Vigilante cura* el Papa plantea la utilidad de la “buena prensa”, ya sea a través de boletines especiales, como a través de la prensa diaria católica, para la publicación de estas listas. Aparece ya en el texto una concepción pastoral que relativiza la pretensión de generalización de la valoración moral de las películas, cuando se advierte que tratándose de representaciones que interesan a una pluralidad de públicos en edad, formación y discernimiento, sería excesivo plantear listados universales, salvando, al menos, las circunstancias, los usos y las formas que varían según los países. Cf.: JESÚS IRIBARREN, obra citada, pp. 55\*, 77-79. Es un atisbo de lo que muchos años más tarde supondrá un cambio importante en la concepción de la pastoral del cine, más basado en el diálogo cultural sobre sus valores, que en el examen moral de sus imágenes aisladamente consideradas.

## 2.3.- Pío XII y “los maravillosos inventos de la técnica”

Con Pío XII (1939-1958) se inaugura un nuevo capítulo de este desarrollo tanto doctrinal como práctico de la actitud de la Iglesia ante las comunicaciones sociales, significado principalmente por el paso, en la triada de etapas antes mencionada, de la reflexión ética a la reflexión pastoral sobre las comunicaciones sociales:

- Los modernos medios de comunicación social son oficialmente reconocidos por la Iglesia y recomendados como medios necesarios para el cumplimiento de la misión eclesial. Las cautelas y los recelos se tornan ahora en solicitud pastoral. Y su definición y valoración de la función social de la opinión pública merecerían, si no fuera por la distorsión e ignorancia respecto a su figura y a su Magisterio, un lugar privilegiado en la historia de los defensores más importantes de la libertad de expresión<sup>22</sup>.
- Si en sus decisiones institucionales, fue decisiva la creación de la Comisión para la Cinematografía<sup>23</sup>, donde este paso de Pío XII dejó una huella indiscutible en el Magisterio de la Iglesia fue en la encíclica *Miranda propus*<sup>24</sup>, sobre el Cine, la radio y la televisión, del 8 de septiembre de 1957. Es el primer gran documento de la historia del Magisterio sobre la comunicación social<sup>25</sup>.
- Comienza la carta con una afirmación de gran valor teológico que define de modo rotundo y firme la visión esencialmente positiva que el Magisterio de la Iglesia otorga a la nueva realidad mediática: “Los maravillosos progresos técnicos, de que se glorían nuestros tiempos, frutos sí del ingenio y del trabajo humano, son primariamente dones de Dios, Creador del hombre e inspirador de toda buena obra”<sup>26</sup>.

## 3.- El magisterio pontificio conciliar

### 3.1.- Juan XXIII: Los medios de comunicación social: *arma veritatis*

Incluso en el magisterio sobre la Comunicación Social el beato Juan XXIII, en los años de su breve pontificado (1958-1963), dejó la impronta de su personalidad<sup>27</sup>. La relación de este sorpresivo Papa con los medios de comunicación social se remonta a su juventud<sup>28</sup>. “De Juan XXIII se ha dicho que él mismo era la mejor

<sup>22</sup> Cf. *Ibid.*, p. 54. “La opinión pública es, en efecto, el patrimonio de toda sociedad normal, compuesta de hombres que, conscientes de su conducta personal y social, están íntimamente ligados con la comunidad de la que forman parte. Ella es en todas partes, y en fin de cuentas, el eco natural, la resonancia común, más o menos espontánea, de los sucesos y de la situación actual en sus espíritus y en sus juicios. Allí donde no apareciera ninguna manifestación de la opinión pública, allí, sobre todo, donde hubiera que registrar su real inexistencia, por cualquier razón que se explique su mutismo o su ausencia, se debería ver un vicio, una enfermedad, una irregularidad de la vida social”: PÍO XII, *Discurso dirigido al III Congreso Internacional de la Prensa Católica, del 18 de febrero de 1950*, en JESÚS IRRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 125.

<sup>23</sup> “El 30 de enero de 1948, con la Carta Prot. Núm. 153.561, de la Secretaría de Estado de Su Santidad, se instituía la *Comisión Pontificia de Consulta y Revisión Eclesiástica de las películas de tema religioso o moral*; El 17 de septiembre de 1948, el Santo Padre Pío XII aprobaba el Estatuto de la nueva Oficina de la Curia Romana, a la que se dio el nombre de *Comisión Pontificia para la Cinematografía didáctica y religiosa*”: PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, *History and Pertinente Documents* (CD-ROM, Roma, 1999).

<sup>24</sup> PÍO XII, *Miranda propus*, en JESÚS IRRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 215-243. Carta Encíclica sobre el Cine, la radio y la televisión, del 8 de septiembre de 1957.

<sup>25</sup> Podemos señalar con Fernández de Prada como enunciados claves de esta encíclica dos principios teológicos: Dios creador y comunicador de todo bien, y el derecho de la Iglesia a servirse de los instrumentos de comunicación social; y siete aplicaciones éticas y pastorales: los M.C.S. no son un negocio comercial, defensa de la libertad de expresión, el arte está unido a la moral, necesidad de intervención de los poderes públicos, exigencia de información objetiva, respeto a las verdades reveladas, y responsabilidad del informador. Cf.: MIGUEL F. DE PRADA, “Pío XII, un pionero de la comunicación”, *Cooperador Paulino* (Madrid: Nº 101/Noviembre-diciembre 1999), pp. 32-33.

<sup>26</sup> PÍO XII, *Miranda Prorsus*, en JESÚS IRRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 215.

<sup>27</sup> Cf.: SILVIO SASSI, “I mass media”, *Vita Pastorale* (Roma: Nº 11/1999), p. 62.

<sup>28</sup> “Durante dieciséis años, de 1905 a 1921, colabora con el periódico de su provincia *L'Eco de Bergamo*, enviando artículos sobre materias diversas, firmados únicamente con sus iniciales. Siendo ya Patriarca de Venecia, los festivales cinematográficos anuales de Venecia le ofrecen la ocasión de celebrar la *Misa del*

noticia periodística”<sup>29</sup>. Gestos significativos a favor del periodismo son la beatificación de Elena Guerra por su uso cristiano de la prensa y la declaración de San Bernardino de Siena como patrono de la publicidad. Por otra parte elogió las iniciativas de la jerarquía eclesiástica en materia de difusión, y creó un secretariado pontificio para los medios de comunicación de masas, reformando la comisión creada por Pío XII<sup>30</sup>.

Podemos decir que con el beato Juan XXIII —que utilizó sin miedos ni reservas los medios de comunicación, y los valoró como eficaces instrumentos al servicio de la humanidad y de la Iglesia—, “los primeros recelos y cautelas de la Iglesia frente a los modernos medios de comunicación social quedan ya superados. Se ha hecho conciencia de su trascendental poderío e importancia. Se ha llegado a una valoración positiva de los mismos. Se ha avanzado en el discernimiento moral o ético de su utilización. Hay un consenso generalizado sobre su utilidad para la acción pastoral y evangelizadora de la Iglesia”<sup>31</sup>.

En cuanto al contenido de su magisterio sobre la comunicación:

- “El principio clave es la afirmación solemne del *derecho a la información social* como derivación del derecho natural a la verdad en la defensa de la legítima libertad”<sup>32</sup>.
- En su encíclica social *Pacem in terris* dirá que “Todo ser humano tiene el derecho natural al debido respeto de su persona, a la buena reputación, a la libertad para buscar la verdad, y, dentro de los límites del orden moral y del bien común, para manifestar y defender sus ideas, para cultivar cualquier arte y finalmente para tener una objetiva información de los sucesos públicos”<sup>33</sup>.
- El único límite a este derecho, y por consiguiente a la libertad de prensa, esta en el exquisito respeto a la verdad<sup>34</sup>. A los periodistas católicos les dice que “es necesario tener siempre presente el fin para el cual usáis los instrumentos de vuestra profesión. Ellos son, ante todo, *arma veritatis*”<sup>35</sup>, defensa que tiene inequívocos detractores en “la defeción de parte del pensamiento moderno respecto a la *philosophia perennis*”<sup>36</sup>.
- Al *arma veritatis* añade, de hecho, el *arma honestitatis*<sup>37</sup>, y a ésta, el *arma caritatis*: “Los periodistas y los escritores y trabajadores católicos de este campo están, además, llamados a una responsabilidad

---

*Cine*. Dirigiéndose a los profesionales de este arte expone algunos principios teológico-pastorales: *el arte del cine ha de emplearse en beneficio del orden social cristiano* (1953). Venecia *espera recibirlos en adelante para admirar nuevos éxitos de vuestras experiencias artísticas en servicio de la verdad, de la bondad y de la fraternidad humana y cristiana* (1955). *Que el instrumento admirable e inagotable del cine se convierta cada vez más en escuela de verdad, de fuerza y enérgico llamamiento a la dignidad de la condición humana, asociada a la Gloria de Dios* (1956): MIGUEL FERNÁNDEZ DE PRADA, “Juan XXIII, *El Papa bueno*”, *Cooperador Paulino* (Madrid: N° 102/Enero-Febrero 2000), p. 31.

<sup>29</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, obra citada, p. 188. La expresión es de Jesús Iribarren: “Por establecer algún contraste, si Pío XII era un hombre moderno, Juan XIII fue un hombre. La diferencia puede ser la que va de la luz al calor. Pío XII utilizó sin descanso los medios de masas; pero su personalidad complejísima quedaba siempre en el trasfondo de las noticias a que daba lugar. Juan XXIII fue él mismo la noticia, y los reflectores de la atención mundial perseguían en primer término su gesto transparente y casi infantil. A Pío XII le miraban los cultos con los ojos abiertos; a Juan XXIII le escuchaban los sencillos con los ojos húmedos”: JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 63\*.

<sup>30</sup> Cf.: NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, obra citada, p. 189. Respecto al trabajo realizado a través de las instituciones vaticanas para la comunicación social, conviene recordar que cuando Juan XXIII accedía al Sumo Pontificado, la posición internacional de la pequeña Oficina de la Curia se había ya acreditado de tal forma que, el nuevo Pontífice no dudó en dedicarla uno de sus primeros solemnes documentos, el Motu proprio *Boni Pastoris*, con el cual erigía la Comisión Pontificia a Oficina estable de la Santa Sede. El 22 de febrero de 1959 ésta fue incorporada a la Secretaría de Estado. Pocos meses después fue instituida por el Papa, quien aprobaba asimismo los Estatutos, la *Filmoteca Vaticana*, (16 de diciembre de 1959) cuya dirección fue confiada a la Comisión Pontificia. Cf.: Documentación facilitada por el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales: PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, *History and Pertinent Documents* (CD-ROM, Roma, 1999).

<sup>31</sup> FELICÍSIMO MARTÍNEZ DIÉZ, *Teología de la comunicación*, obra citada, p. 55.

<sup>32</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, obra citada, p. 188.

<sup>33</sup> JUAN XXIII, *Pacem in terris* (11 de abril de 1963): JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 363.

<sup>34</sup> JUAN XXIII, *Discurso a la X reunión nacional de estudio de los juristas católicos italianos* (del 8 de diciembre de 1959), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 277-283.

<sup>35</sup> JUAN XXIII, *Discurso al III Congreso de la Prensa Católica Italiana* (del 4 de mayo de 1959), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 261.

<sup>36</sup> *Ibid.*

<sup>37</sup> “Para neutralizar, por tanto, con todo empeño y diligencia este gran mal que se difunde cada día más, es necesario oponer e estas armas nocivas las armas

todavía mayor. Sus instrumentos, en efecto, no son sólo de verdad, sino también de caridad y *arma caritatis*, es decir, dirigidos a elevar las mentes, a realizar el bien, a irradiar la virtud en las almas”<sup>38</sup>.

Juan XXIII propone un periodismo de inspiración cristiana caracterizado por una doble misión de presencia y de testimonio<sup>39</sup>: “presencia activa, inteligente, despierta, frente a los innumerables problemas que se plantean en la vida actual, para darles una interpretación según el criterio válido de la verdad eterna, que se refleja en el tiempo. Presencia que nada deja de escapar para informar al lector, para ayudarlo a formarse una conciencia clara frente a interrogantes y desorientaciones que el mundo de hoy le procura. Acto, pues, de presencia que orienta, precisa, coloca cada cosa a la luz de la verdad revelada. Pero también testimonio; es decir, toma de posesión serena, pero segura, sin compromisos y sin respetos humanos, con lealtad y paciencia”<sup>40</sup>. Evidentemente, un periodismo así no se improvisa, sino que requiere preparación, cooperación y coordinación fraternas, y sensibilidad:

- En primer lugar, preparación, porque “un periodista no se improvisa. Para alcanzar ese conjunto de cualidades que hace fácil y útil su servicio, es necesario un aprendizaje. Reflexionad. El periodista necesita la delicadeza del médico, la facilidad del literato, la perspicacia del jurista, el sentido de responsabilidad del educador (...) Es necesario conocer el modo y las técnicas de la información y, al mismo tiempo, no perder el tiempo en inútiles audiciones y lecturas, para que se afine la sensibilidad y se posea el arte de saber escoger, entresacar, y revestir las noticias”<sup>41</sup>.
- En segundo lugar, cooperación y coordinación fraternas, o lo que es lo mismo, unidad: “Esta caridad os invita a estar unidos en la fe y la acción, en las convicciones e ideales, en las fatigas y afán militante. Estad unidos, ayudad a los católicos fieles y convencidos a permanecer unidos entre ellos, a tener confianza en la doctrina social de la Iglesia y en su legislación, purificada con experiencias multiseculares, a conocerla y a ahondar en ella. Ayudadles a que se dejen ganar cada vez más por el método cristiano de pensar, de valorar, de decidir por encima de las tentaciones de singularidad, de resentimiento y de interés”<sup>42</sup>.
- Y en tercer lugar, sensibilidad cristiana “en todo y con todos, para que llegue a todos el testimonio de la sinceridad unida al respeto, de la claridad de ideas unida a la madurez de pensamiento y de expresión”. Sensibilidad que es antídoto a toda forma de sensacionalismo<sup>43</sup>, y que persevera de la

---

de la verdad y la honestidad. A la prensa mala y mentirosa se debe resistir con la prensa recta y sincera; a las audiciones de radio y a los espectáculos de cine y televisión que fomentan el error y el vicio hay que oponer otros que defiendan la verdad y guarden incólume la integridad de las costumbres. Así, estos recientes inventos, que tanto pueden para fomentar el mal, se convertirán para el hombre en instrumento de bien y salvación y al mismo tiempo en medios de honesto esparcimiento, con lo que vendrá el remedio de la misma fuente de donde frecuentemente brota el veneno”: JUAN XXIII, *Ad Petri cathedram* (Encíclica del 29 de junio de 1959), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 264-265.

<sup>38</sup> JUAN XXIII, *Mensaje al III Congreso de la Prensa Católica Italiana* (del 4 de mayo de 1959), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 262.

<sup>39</sup> Cf.: SILVIO SASSI, “I mass media”, artículo citado, p. 63.

<sup>40</sup> JUAN XXIII, *Discurso dirigido a la redacción de L’Avvenire d’Italia* (del 18 de octubre de 1959), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 267.

<sup>41</sup> JUAN XXIII, *Discurso a la unión católica de la prensa italiana* (del 4 de diciembre de 1960), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 299-230. Exigencia en la formación que no se limita al ámbito de los profesionales de la comunicación, sino que se hace extensible a todos los ámbitos de la comunidad eclesial: “Mientras advertimos con satisfacción que en varios institutos se enseña esta doctrina desde hace tiempo. Nos apremia exhortar a que por medio de cursos ordinarios y en forma sistemática se extienda la enseñanza a todos los Seminarios y a todos los colegios católicos de cualquier grado. Se introduzca además en los programas de instrucción religiosa de las parroquias y de las asociaciones de apostolado de los seglares; se difunda con los medios modernos de expresión: periódicos, revistas, publicaciones de divulgación y científicas, radio y televisión”: JUAN XXIII, *Mater et Magistra* (Encíclica del 15 de mayo de 1961), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 310-311.

<sup>42</sup> JUAN XXIII, *Discurso a la unión católica de la prensa italiana* (del 4 de diciembre de 1960), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 301. Se trata, sin duda, de un llamamiento cálido y urgente: “¡Oh qué grande es, queridos hijos, vuestra misión aún en este aspecto, y digna de todos los estímulos y consuelos! Permaneced, pues, unidos; os lo pide el Papa en nombre de Aquel que rogó la unión de todos sus fieles: *Ut omnes unum sint*; también, y sobre todo, por el fin que os hemos propuesto: *Para que todos sean una sola cosa; como tu Padre, en mí y yo en ti, que también sean ellos una sola cosa en nosotros (Jn. 17, 21)*”: *Ibid.*, p. 302.

<sup>43</sup> “Aprovechamos la ocasión este encuentro familiar para confiaros que, al examinar periódicos y diarios, solemos encontrar con sensible pena una fraseología a veces hermética, ampulosa, desproporcionada, o bien áspera, agresiva, y violenta sin necesidad (...) La sensibilidad de la que hablamos se revela en el hecho de presentar o no presentar una determinada crónica y los contornos de un suceso escabroso y turbulento: y en ello sigue los imperativos de la recta conciencia y no fines más o menos confesables”: *Ibid.*, pp. 302-303.

“costumbre de pensar y de escribir que corrompe el genuino sentido de la cortesía, de la educación, del método cristiano, que querría convencer con nobleza persuasiva y atraer con razones y no con sugerencias”<sup>44</sup>.

### 3.2.- Ética y pastoral de la comunicación en el Decreto Conciliar *Inter Mirifica*

Tras una prolija discusión conciliar, el 14 de diciembre de 1963 los padres conciliares aprueban (con 1960 votos favorables, y 164 no favorables) el decreto conciliar *Inter Mirifica* sobre los medios de la comunicación social<sup>45</sup>. Una valoración suficientemente equilibrada del Decreto nos dice que su principal valor es su existencia, es decir, que entre los textos conciliares no faltase un documento, aunque fuese un decreto, que hablase de los medios de comunicación<sup>46</sup>.

El decreto marcó una línea de reflexión y de perspectiva que fue muy fructífera en el magisterio posterior: la de una propuesta de una *comunicación de lo cristiano*, que eleva al máximo nivel el instrumento mediático entre los modos y lenguajes seculares de transmisión del Evangelio, de una *comunicación en cristiano*, que plantea la relación fe /comunicación social no sólo en el plano de los contenidos de fe y de vida eclesial, sino en todos los planos humanos de la comunicación y de la información, objeto de promoción humana, y susceptibles de una perspectiva cristiana. Por último, queda apuntada, aunque no del todo desarrollada, el tercer gran campo de reflexión: la *comunicación es cristiana*, es decir, la teología de la comunicación social<sup>47</sup>.

Como en todo documento eclesial de cierta envergadura, el tono de las primeras palabras que le dan título es importantísimo. En este caso sugiere un mensaje positivo, dialogante, esperanzador:

“Entre los maravillosos inventos de la técnica que, el ingenio humano, principalmente en estos días, extrajo de las cosas creadas con la ayuda de Dios, la Madre Iglesia acoge y fomenta aquellos que miran principalmente al espíritu humano y han abierto nuevos caminos para comunicar facilísimamente las noticias, ideas y órdenes. Entre tales instrumentos sobresalen aquellos que por su naturaleza no sólo pueden llegar a cada uno de los hombres, sino a las multitudes y a toda la sociedad humana, como la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros que, por ello mismo, pueden llamarse con toda razón medios de comunicación social” (nº 1)<sup>48</sup>.

<sup>44</sup> *Ibid.*, p. 303. “Sed celosos guardianes de unas formas periodísticas serias, que sean ejemplo de corrección y señorío”: JUAN XXIII, *Discurso al Consejo Directivo de la Prensa Italiana* (del 22 de febrero de 1963), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 357.

<sup>45</sup> “El decreto *Inter mirifica* fue el único que tuvo más de doscientos votos en contra en la votación final del Concilio, y ha sido considerado como “pobre”. Sin embargo, como acontecimiento fue algo importantísimo. Se trata nada menos que de la presencia de las comunicaciones sociales en un Concilio universal. Tuvo la fortuna de acertar en las palabras *medios de comunicación social*. Los medios de comunicación social, dicho por el Concilio, han tenido también una vigencia de lenguaje y de denominación por lo menos durante veinte años. Se han creado ministerios en varios países, ministerios de medios de comunicación social. Modernamente esta haciendo fortuna una denominación abreviada: *comunicación social*. Personalmente me gusta más, porque ya no hay ni *medios*, ni *masas*, y estamos hablando de algún modo de *comunidad* entre seres humanos y de algo que tiene una dimensión social, suprapersonal”: ANTONIO MONTERO, “Nuevas formas de evangelizar al hombre contemporáneo”, en EQUIPO DE ESPECIALISTAS, *Comunicaciones, fe y cultura. Jornadas Nacionales de Pastoral de los Medios de Comunicación Social*, colección “Teología y pastoral”. Ediciones Paulinas, Madrid 1984, p. 37.

<sup>46</sup> Ya el proemio del Documento dice que “el Sacrosanto Concilio, acogiendo la vigilante preocupación de los Sumos Pontífices y Obispos en cuestión de tanta importancia, considera su deber ocuparse de las principales cuestiones pertinentes a los instrumentos de comunicación social. Confía, además, que su doctrina y disciplina, así presentadas, aprovecharán no sólo al bien de los cristianos, sino al progreso de todo el género humano” (IM nº 2b). El texto en castellano esta tomado de: CONCILIO VATICANO II, *Decreto Inter Mirifica* (Madrid: BAC, 1993), pp. 954-980. Original en Latín en *Inter Mirifica. Decretum de instrumentis communicationis socialis*, en *Enchiridion Vaticanum nº1 —1962’1965—* (Bologna: Edicione Dehoniane Bologna, 1993), pp. 434-459. O en *Acta Apostolica Sedis*: A.A.S. (LVI, 1964), pp. 143-157. Citamos a continuación únicamente la numeración del documento entre paréntesis tanto en el mismo texto principal como a pie de página.

<sup>47</sup> “Para una justa valoración del Decreto, es preciso tener en cuenta que su atención se centra en los *medios* de comunicación. Lo que hay de teología en el Decreto se refiere a la teología de los medios. No entra en la teología de la comunicación”: FELICÍSIMO MARTÍNEZ, *Teología de la comunicación*, obra citada, p. 57.

<sup>48</sup> En este primer párrafo es claro que la acertada clasificación agrupadora de los instrumentos en tres partes esta en función de una triple valoración de los

- Si por un lado la experiencia enseña “que los hombres pueden utilizar tales medios contra los mandamientos del Creador y convertirlos en instrumentos de su propio daño” (nº 2b),
- no es menos cierto que “estos instrumentos, rectamente utilizados, prestan ayuda valiosa al género humano, puesto que contribuyen eficazmente a distender y cultivar los espíritus y a propagar y afirmar el reino de Dios” (nº 2b).

El razonamiento inductivo, por tanto, plantea el discernimiento de la ambivalencia de los medios<sup>49</sup>, ya característico del magisterio precedente, y que lo seguirá siendo en el posterior, aunque con algunas matizaciones importantes.

El cuerpo del primer capítulo, sobre las “normas reguladoras del recto uso de los medios de comunicación social”, presenta las líneas fundamentales de una ética de la comunicación social, partiendo de dos principios: que este campo de la comunicación no es ajeno a “las normas de orden moral” (nº 4), y que dicha normalización moral ha de partir de una reflexión ética que tenga en cuenta la “especial naturaleza de los medios”, con todas sus características. Principio que, indirectamente, es expresión de una de las ideas claves del Concilio, la de la autonomía de las realidades temporales.

Entre otros temas se analiza la información desde cuatro claves que, más o menos novedosas (tienen su antecedente en el magisterio anterior), juntas forman un cuádruple eje de fundamentación:

- La primera clave se da cuando al explicar las razones de la utilidad y necesidad tanto de la información como de la obtención y divulgación de las noticias, se plantea la estrecha relación entre “conocimiento de la actualidad” y “consecución del bien común”.
- La segunda clave consiste en la definición de los fines de la comunicación en consonancia con el magisterio social: el bien común y el progreso humano y social serían, identificándose subordinadamente, la definición de la teleología de la comunicación.
- La tercera clave es el reconocimiento del derecho a la información, como derecho no absoluto, sino relativo a la verdad.
- La cuarta clave es una definición de la verdad informativa que quedará en lo sucesivo como referente<sup>50</sup> no sólo en el resto del magisterio específico, sino también en el Catecismo de la Iglesia Católica.

A partir de estas claves el documento se propone sugerir un coronario de aplicaciones concretas de los “deberes de justicia y caridad” a los diversos grupos sociales relacionados con la comunicación, ya sean los destinatarios o usuarios, ya sean los sujetos activos como comunicadores, ya sean las autoridades públicas.

---

medios: todos los inventos del progreso humano tienen su origen y su sentido en la creación, aquellos que además sirven para la promoción de los valores humanos y la comunicación entre los hombres merecen por parte de la Iglesia no sólo una positiva acogida sino el desafío de su promoción, y por último, aquellos que entre estos pertenecen al tercer grado de la comunicación —que tras el interpersonal y el grupal, se refiere a aquella comunicación “social” cuyos interlocutores, especialmente los receptores, son indeterminados— requieren de la mirada cristiana una grandísima atención. Es decir, que si maravillosos son los inventos humanos del progreso, más aún son los de la comunicación, y más aún todavía son los de la comunicación social.

<sup>49</sup> El Decreto “valora teológicamente los medios de comunicación desde la perspectiva de *Gaudium et spes*: son realidades terrenas y, como tales, han de ser valoradas positivamente, pero también están sometidas a la ambigüedad de todo lo creado”: *Ibíd.*

<sup>50</sup> Especialmente importante es esta última clave por dos razones: en primer lugar porque al decir que la información debe ser “objetivamente verdadera” pone las bases de una doctrina que cuestiona todos los intentos de rebajar las exigencias éticas de la veracidad informativa a costa de una relativización de la posibilidad de la objetividad, ya sea desde presupuestos filosóficos relativistas, ya sea desde cierto análisis mal llamado realista de la práctica periodística. En segundo lugar, porque con la expresión “salvada la justicia y la caridad, íntegra”, se acierta con una nítida y completa, a la vez que sencilla y clara delimitación del derecho a la información respecto a otros derechos en juego, como es el de la intimidad, pues, como reconocen la mayoría de los códigos deontológicos, el detallar todos los pormenores de la información no es siempre conforme a la deontología, pues bienes espirituales personales y sociales, como la buena fama de las personas, pesan a veces más en la balanza de la justicia que un escaso interés público que tantas veces es sólo morbo sensacionalista.

Pero el decreto conciliar no sólo establece principios morales, sino que plantea también la cuestión de la relación entre la Iglesia y los medios de comunicación social. En la primera parte del primer capítulo plantea esta cuestión en términos generales, mientras todo el segundo capítulo es una exposición de criterios y propuestas concretas de carácter pastoral. Especial mención merecen los términos en que es planteada la obligación de evangelizar desde el campo de los medios: la Iglesia “considera parte de su misión servirse de los instrumentos de comunicación social para predicar a los hombres el mensaje de salvación y enseñarles el recto uso de estos medios” (nº3):

- En primer lugar se establecen los dos objetivos de la pastoral de la Iglesia respecto a los medios: la instrumental (servirse de ellos para evangelizar), y la educativa (enseñar su uso “en cristiano” tanto a emisores como a receptores).
- En segundo lugar, se hace uso de un concepto, el de predicación, que como antes adelantábamos supone igualar el instrumento mediático al resto de los modos tradicionales de predicación, como son el púlpito, la catequesis o la docencia.

Medios concretos para alcanzar estos objetivos de la pastoral de la comunicación serán tanto el fomento y la creación de publicaciones periódicas y de emisoras radiofónicas o televisivas católicas, como el apoyo a las publicaciones, emisiones radiofónicas y televisivas, y obras de teatro que sean honestas, sin desdeñar para ello la urgencia de una formación específica, en lo profesional y en lo cristiano.

El segundo gran grupo de propuestas pastorales hace relación a la formación católica para el uso de estos medios a través de un multiplicado “número de escuelas, facultades e institutos, donde los periodistas, los guionistas cinematográficos, radiofónicos, de televisión y demás interesados puedan adquirir una formación íntegra, penetrada de espíritu cristiano, sobre todo en la doctrina social de la Iglesia” (nº15,b).

El tercer gran grupo de propuestas pastorales incumbe directamente a la jerarquía de la Iglesia:

- Empieza aquí por proponer el decreto la instauración de una jornada mundial (la única que aparece en los textos conciliares) de la comunicación social para la sensibilización pastoral y el apoyo económico de todo tipo de iniciativas.
- Se les pide a los obispos que, al igual que en la Santa Sede “el Sumo Pontífice tiene a su disposición un peculiar organismo” (nº 19), conviene “que en todas partes se constituyan y se apoyen por todos los medios oficinas nacionales para los problemas de la prensa, del cine, de la radio y la televisión” (nº 21).
- Dos exigencias sirven para completar la misión de estos organismos: que deben contar con la ayuda de seculares expertos (nº 21), y que en virtud de la mundialización de este ámbito de acción pastoral, debe establecerse una coordinación a nivel nacional e internacional (nº 22).

Por último, el texto conciliar manda que, por expreso mandato del Concilio, se prepare una instrucción pastoral por parte de la Santa Sede, con la ayuda de peritos de diferentes naciones.

### 3.3.- Ética y pastoral de la comunicación social en los otros documentos conciliares

Entre los temas innovadores tratados por un Concilio, uno de los más destacados fue el tema de la Comunicación Social. El mismo Juan Pablo II se hace eco de esta novedad<sup>51</sup>. Además del Decreto *Inter Mirifica*, el Concilio Vaticano II trata indirectamente de la comunicación social al menos en otros siete documentos:

- En la Constitución *Sacrosantum Concilium*, sobre la Sagrada Liturgia, se trata de las transmisiones por radio y televisión de acciones sagradas<sup>52</sup>;
- En la Declaración *Gravissimum educationis*, sobre la educación cristiana de la juventud, se incluyen los medios de comunicación entre aquellas realidades contemporáneas que sirven a la formación cultural y humana de los jóvenes<sup>53</sup>;
- En el Decreto *Apostolicam actuositatem*, sobre apostolado de los seglares, se dice que el ámbito universal de su labor caritativa se facilita por los modernos medios de masas, que hacen del mundo una sola familia<sup>54</sup>;
- En el Decreto *Ad gentes*, sobre la acción misionera, se reconoce la utilidad de las técnicas de difusión para la actividad misionera, y la necesidad de que haya misioneros especialmente preparados en comunicación social<sup>55</sup>;
- En el Decreto *Christus Dominus*, sobre el oficio pastoral de los obispos en la Iglesia, en el que estos son urgidos al aprovechamiento de la variedad de medios, incluidos los de la comunicación social, para anunciar la doctrina cristiana a todos los hombres<sup>56</sup>;

<sup>51</sup> “En ningún otro Concilio se habló con tanta claridad de la unidad de los cristianos, del diálogo con las religiones no cristianas, del significado específico de la Antigua Alianza y de Israel, de la dignidad de la conciencia personal, del principio de libertad religiosa, de las diversas tradiciones culturales dentro de las que la Iglesia lleva a cabo su mandato misionero, de los medios de comunicación social”: JUAN PABLO II, “Tertio Millenio Adveniente” (nº 19), *Ecclesia* (Madrid 1994), p. 1781. Texto oficial original en latín: *Acta Apostolicae Sedis LXXXVII* (nº 1, Roma 1995), pp. 16-17. (Extracto de la Carta Apostólica para la preparación del Jubileo del Año 2000, del 10 de noviembre de 1994).

<sup>52</sup> “Las transmisiones radiofónicas y televisivas de acciones sagradas, sobre todo si se trata de la celebración de la misa, se harán discreta y decorosamente, bajo la dirección y responsabilidad de una persona idónea a quien los obispos hayan destinado a este menester”: CONCILIO VATICANO II, *Sacrosanctum Concilium* (Madrid: BAC, 1966), nº 20, p. 196. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 383-384. (Constitución sobre la Sagrada Liturgia, del 4 de diciembre de 1963).

<sup>53</sup> “La Iglesia estima en mucho y busca penetrar con espíritu y dignificar también los demás medios que pertenecen al común patrimonio de la humanidad y contribuyen grandemente a cultivar las almas y a formar a los hombres, como son los medios de comunicación social, los múltiples grupos culturales y deportivos, las asociaciones de jóvenes, y principalmente, las escuelas”: CONCILIO VATICANO II, *Gravissimum Educationis* (Madrid: BAC, 1966), nº 4, pp. 814-815. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 430. (Decreto sobre la Educación cristiana de la juventud, del 28 de octubre de 1965).

<sup>54</sup> “Estas actividades y estas obras se han hecho hoy día mucho más urgentes y universales, porque, con el progreso de los medios de comunicación, se han acortado en cierto modo las distancias entre los hombres, y los habitantes de todo el mundo se han convertido en algo así como miembros de una sola familia. La acción caritativa puede y debe abarcar hoy a todos los hombres y a todas las necesidades”: CONCILIO VATICANO II, *Apostolicam Actuositatem* (Madrid: BAC, 1966), nº 8c, pp. 595-596. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 430-431. (Decreto sobre el Apostolado de los seglares, del 18 de noviembre de 1965).

<sup>55</sup> “Algunos han de prepararse de modo más profundo en los institutos misionológicos o en otras facultades y universidades para poder desempeñar más eficazmente cargos especiales y ayudar con sus conocimientos a los demás misioneros en la realización de su labor, la cual presenta tantas dificultades como oportunidades, sobre todo en nuestro tiempo. Es muy de desear, además, que las conferencias regionales de los obispos tengan a su disposición abundancia de estos peritos y usen eficazmente su saber y experiencia en las necesidades de su cargo. Y no falten quienes sepan usar perfectamente los medios técnicos y de comunicación social, cuya gran importancia han de apreciar todos”. CONCILIO VATICANO II, *Ad gentes* (Madrid: BAC, 1966), nº 26f, pp. 701-702. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 442. (Decreto sobre la Actividad misionera de la Iglesia, del 7 de diciembre de 1965).

<sup>56</sup> “Esfuércense en aprovechar la variedad de medios de que se dispone en la época actual para anunciar la doctrina cristiana: primeramente, la predicación e instrucción catequética, que ocupa, sin duda, el lugar principal; pero también la enseñanza de la doctrina en escuelas, universidades, conferencias y reuniones de todo género, así como la difusión de la misma por públicas declaraciones con ocasión de determinados acontecimientos, por la prensa y los varios medios de comunicación social, de que es menester usar a todo trance para anunciar el Evangelio de Cristo”: CONCILIO VATICANO II, *Christus Dominus* (Madrid: BAC, 1966), nº 13, p. 429. (Decreto sobre el Oficio pastoral de los Obispos, del 7 de diciembre de 1965).

- En la Declaración *Dignitatis humanae*, sobre la Libertad Religiosa, se afirma el derecho al empleo recto, no desleal, de los medios de comunicación en la profesión pública de la fe y en su difusión<sup>57</sup>.
- Pero es sobre todo en la Constitución Pastoral *Gaudium et spes*, sobre la Iglesia en el mundo actual, donde el magisterio sobre la comunicación social hunde sus raíces en la doctrina conciliar. La comunicación social moderna viene a inscribirse entre los elementos más característicos e influyentes de la cultura actual, y en el diálogo de ésta con la Iglesia, la fe y el evangelio aporta a la cultura y a las culturas contemporáneas un enriquecimiento en la promoción de la dignidad humana y en la profundización sobre su sentido y su destino, a la vez que la Iglesia es también enriquecida por la cultura con sus nuevos retos y tendencias<sup>58</sup>.

Llamados a desarrollar este corpus doctrinal fueron los papas del inmediato postconcilio: Pablo VI y Juan Pablo I. El nuevo marco, en el que habrá que inscribir también la gigantesca aportación de Juan Pablo II, esta caracterizado por dos *giros copernicanos*: la maduración de una nueva posición doctrinal respecto al legado ideológico fundamental del periodismo, que es la libertad de prensa<sup>59</sup>, y una nueva mirada pastoral al mundo de la comunicación, no como conjunto de instrumentos, sino como fenómeno cultural determinante de la era contemporánea.

## 4.- El magisterio pontificio postconciliar

### 4.1.- Pablo VI: El Papa del diálogo

Pablo VI (1963-1978), conocido como el Papa del diálogo con el mundo moderno, el Papa que llevo las riendas del Concilio y del post-concilio, siguiendo el camino iniciado por el beato Juan XXIII, es también el primer “sacerdote y periodista” que ocupa la Sede del Sucesor de Pedro. “Con Pablo VI se potenció la acción de los periodistas católicos en el mundo, y se tomaron bastantes decisiones prácticas en esa materia. Entre otras, la creación de una comisión pontificia de orientación<sup>60</sup> y la institución de la Jornada mundial de los medios de comunicación social, el domingo siguiente a la Ascensión”<sup>61</sup>. El contexto intelectual del

<sup>57</sup> “Las comunidades religiosas tienen también el derecho a no ser impedidas en la enseñanza y en la profesión pública, de palabra o por escrito, de su fe. Pero en la difusión de la fe religiosa y en la introducción de costumbres es necesario abstenerse siempre de toda clase de actos que puedan tener sabor a coacción o a persuasión inhonesta o menos recta, sobre todo cuando se trata de personas rudas o necesitadas. Tal modo de obrar debe considerarse como un abuso del derecho propio y lesión del derecho ajeno”: CONCILIO VATICANO II, *Dignitatis humanae* (Madrid: BAC, 1966), nº 4d, pp. 788-789. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 443. (Declaración sobre la libertad religiosa, del 7 de diciembre de 1965).

<sup>58</sup> Cf.: CONCILIO VATICANO II, *Gaudium et spes* (Madrid: BAC, 1966), nº 53-62, pp. 342-358. También recogido por JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 432-441. (Del capítulo II de la 2ª parte, sobre *El sano fomento del progreso cultural*, de la Constitución sobre la Iglesia en el mundo actual, del 7 de diciembre de 1965).

<sup>59</sup> “En lo espiritual e ideológico, el paso desde el mismo Gregorio XVI, el de *la libertad de imprenta, nunca suficientemente condenada si por tal se entiende el derecho de dar a luz pública toda clase de escritos*, hasta Pablo VI, que considera *una de las conquistas más notables del hombre moderno el reconocimiento —desgraciadamente verbal todavía en ciertos países— del derecho del hombre a expresar libremente, tanto en grupo como individualmente, sus opiniones libremente formadas*”: JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 69°.

<sup>60</sup> Con el *Motu proprio* “*In fructibus Multis*”, Pablo VI instituyó, el 7 de marzo de 1964, la Comisión Pontificia para los Medios de Comunicación Social, renombrando la Comisión anterior, como contribución al desarrollo del decreto *Inter mirifica* del Concilio Vaticano II que hacía recaer sobre las instituciones de la Santa Sede varias de sus propuestas (*números 18, 19 y 23*), entre las cuales cabe resaltar la instauración de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, y la elaboración de una Instrucción que, como recordaremos a continuación, se llevó a buen fin con el nombre de *Communio et progressio*.

<sup>61</sup> NICETO BLAZQUEZ, *Ética y medios de comunicación*, obra citada, p. 190. Habiendo consultado a los episcopados de todas las naciones, y sometido al juicio del Papa, la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales estableció la celebración de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales a partir del domingo después de la Ascensión de 1967. En la carta en la que, en marzo de ese mismo año, el Arzobispo O’Connor, notificaba esta decisión al episcopado mundial, se explicaba así el sentido de la aplicación de este mandato del nº 18 del Decreto Conciliar *Inter Mirifica*: “Para que vigorice con creciente eficacia el multiforme apostolado de la Iglesia en materia de medios de comunicación social, debe celebrarse cada año en todas las diócesis del orbe, a juicio del obispo, un día en el que los fieles sean adoctrinados sobre sus obligaciones en esta materia, invitados a orar por esta causa y a entregar una limosna para este fin, la cual será empleada íntegramente para promover, sostener y fomentar, según las necesidades del orbe católico, las instituciones e iniciativas promovidas por la Iglesia en esta materia”: MARTÍN J. O’CONNOR, *Carta de la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales al Episcopado mundial* (marzo de 1967), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 472.

Pontificado de Pablo VI fue el más estimulante de la era de las comunicaciones. Es en los años 60 y 70 cuando las tecnologías de la comunicación son más que nunca objeto de estudio por parte de filósofos, sociólogos, psicólogos, y sobre todo prospectivistas<sup>62</sup>.

Todo ello influirá en su magisterio. Pero sobre todo influirá su relación familiar y directa con el mundo de la comunicación. Su padre, Giorgino Montini (1860-1943), “estuvo al frente de *Il Cittadino di Brescia* hasta que tuvo que elegir entre ahogar la conciencia o silenciar la pluma. En 1929, un grupo de militantes fascistas pasaba de la presión moral a la física, irrumpía en los talleres del diario católico, quemaba la edición e insultaba al director. Era ya sacerdote el Papa futuro, y aguantaba a su vez en Roma, a sus veintinueve años floridos, respaldado por la energía de Pío XI, los intentos sofocantes del fascismo contra la FUCI (Federación Universitaria Católica Italiana), de la que era consiliario nacional”<sup>63</sup>.

Adentrándonos en su magisterio, sin duda, antes del de Juan Pablo II, el más copioso tanto por el gran número de sus documentos, como por la amplitud de los temas tratados, estas serían algunas de sus principales ideas. En primer lugar, respecto a la teleología y la deontología de la comunicación social:

- *La dignidad del periodista*, que responde a una vocación verdaderamente profética<sup>64</sup>, sin ocultar, con cierta sorna, las limitaciones connaturales de esta profesión.
- *Al servicio de la fraternidad universal*: “los medios de comunicación social, cuya importancia crece hasta el punto de estar casi omnipresentes en la cultura moderna, ¿van siendo, a su nivel, medios privilegiados para promover esa unidad, esa fraternidad, es decir, ese respeto comprensivo, ese diálogo abierto, esa colaboración confiada, en un mundo en que los problemas deviene en seguida planetarios?”<sup>65</sup>.
- *Al servicio de los hechos*: “Sólo el empeño conjunto y sincero del comunicador y de los receptores puede ofrecer una cierta garantía de que todo acontecimiento sea conocido en su verdad íntegra. Aparece así la excelencia de la misión del informador, que consiste no sólo en destacar aquello que resulta inmediatamente, sino también en indagar los elementos de encuadramiento y de explicación acerca de las causas y circunstancias de cada uno de los hechos que él debe señalar. Este quehacer podría compararse, de alguna manera, a una investigación científica, debido a la seriedad y entrega que exige el control y la valoración crítica de las fuentes, con fidelidad a los datos observados y con la transmisión integral de los mismos. La responsabilidad es luego más grave aun cuando el comunicador

<sup>62</sup> En 1962 Marsall Mc Luham publica “La Galaxia Gutemberg”, y en 1964, “Para entender los medios”; Habert Marcuse publica en 1964 “El hombre tiene una dimensión”; Umberto Eco, en 1964, “Apocalípticos e integrados”; Abraham Moles publica en 1965 “Sociodinámica de la cultura”; y Alvin Toffler, en 1971, “El shock del futuro”. Es también el tiempo de la gran difusión del estructuralismo francés, de la creación del Centro de Birmingham para el estudio de la cultura contemporánea, de los proyectos de educación por televisión en el Tercer Mundo, de las propuestas de un nuevo orden mundial de la información y la comunicación, en 1973, y de la creación por parte de la ONU de una comisión para el estudio de los problemas de la comunicación, en 1977. Cf.: SILVIO SASSI, “Le 12 giornate di Paolo VI”, *Vita Pastorale* (Roma: N° 2/2000), p. 59.

<sup>63</sup> JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 68\*.

<sup>64</sup> “Sois maestros, hoy, para la gran mayoría de vuestros compatriotas; sois, por lo tanto, educadores; decimos más, sois *profetas*, pues, como todos los seglares cristianos, según la doctrina de la constitución conciliar sobre la Iglesia, estáis comprometidos en un testimonio específico, que tiene una *cierta nota específica y una particular eficacia por el hecho de que se lleva a cabo en las condiciones comunes del siglo (Lumen Gentium, n.35)*. Vuestro testimonio consiste en estar al servicio de la *palabra*, que en todas sus expresiones creadas debe ser eco fiel de la Palabra eterna e increada, el Verbo del Padre, la luz de nuestras inteligencias, la Verdad que tanto nos sublima”: PABLO VI, *Discurso al Congreso nacional de la Federación de la Prensa Italiana* (del 23 de junio de 1966), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 454. Es tan claro y tan desconcertante para muchos ambientes esta valoración de Pablo VI por la profesión periodística, que en su mensaje de la tercera jornada mundial de las comunicaciones, dirigido a las familias, además de promover un diálogo positivo con la comunicación, sin desdeñar los peligros inherentes a la comunicación televisiva respecto a la vida de la familia, les dice llana y sencillamente que “conviene que las familias no se dejen prevenir por el temor que pudiera inspirarles el acceso de uno de los suyos a dichas profesiones (...). Se debe estimular a jóvenes de sólida formación moral y religiosa a acceder a las actividades de las comunicaciones sociales”: PABLO VI, “Necesidad de diálogo entre la familia y la comunicación social”, *Ecclesia* (Año XXIX, N° 1440), Madrid: 1969, p. 667. (Mensaje de la III Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, del 18 de mayo de 1969).

<sup>65</sup> PABLO VI, “Rechazo todo lo que rompa el verdadero diálogo, y atice la incompreensión y el odio entre los hombres”, *Ecclesia* (Año XXXI, N° 1542), Madrid: 1971, p. 655 (Mensaje de la V Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, celebrada el 23 de mayo de 1971).

está llamado —como sucede a menudo— a añadir a la simple relación del hecho elementos de juicio y de orientación”<sup>66</sup>.

- *Compromiso solidario*: “En un mundo donde a tantos hombres les falta lo necesario, de pan, de saber, de luz espiritual, sería grave utilizar los medios de comunicación social para reforzar los egoísmos personales y colectivos, para suscitar, en los que ya poseen bastante, nuevas y falsas necesidades, fomentar su sed de placeres, multiplicar sus ocios estériles en enervantes. Superada esta tentación, se les ofrece una empresa capaz de suscitar todos los entusiasmos: hay tanto que hacer para dar respuesta a una humanidad agobiada, para poner, al mismo tiempo, de relieve los esfuerzos de cooperación, los gestos de ayuda y las iniciativas pacíficas, suscitando también una sana emulación portadora de esperanza”<sup>67</sup>.
- *El derecho a pensar libremente*: “Vosotros sois, al mismo tiempo, la manifestación elocuente de esa necesidad tan fundamental del hombre que reivindica con todo derecho contra todos los totalitarismos: la de pensar libremente. Es ésta, sin ninguna duda, una de las mejores adquisiciones de los tiempos modernos; y la Iglesia es la primera —no lo ignoráis— en gozarse de todo corazón con vosotros, en desear también con vosotros que esa libertad de opinión y esa libertad de la prensa —decimos libertad y no libertinaje— no estén, como todavía es el caso hoy, vanamente inscritas en el frontón de ciertas constituciones, sino que sean realmente derechos imprescriptibles de los que cada uno, cualquiera que sea su país, pueda hacer un uso razonable”<sup>68</sup>.
- *El poder de los medios*. En su encíclica Octogésima Adveniens, sobre la dimensión social del comportamiento humano, con la que celebraba el 80º aniversario de la Rerum Novarum, en su nº 20, considera: “Entre los cambios mayores de nuestro tiempo no queremos dejar de subrayar la función creciente que van asumiendo los medios de comunicación social y su influencia en la transformación de las mentalidades, de los conocimientos, de las organizaciones y de la misma sociedad. Ciertamente, tienen muchos aspectos positivos (...) Sin embargo, estos medios de comunicación social, debido a su misma acción, llegan a representar como un nuevo poder”<sup>69</sup>.
- *Ética de la publicidad*. “La publicidad, sin duda, estimula poderosamente la compra de productos manufacturados o la solicitud de servicios propuestos; y, por este mismo hecho, permite a la industria y a las demás fuerza económicas mantener o incrementar su producción. En este sentido, la publicidad contribuye intensamente a los intercambios y a la elevación de un cierto nivel de vida. Los consumidores la aprecian y el trabajo obtiene beneficios de ella”<sup>70</sup>. En cambio, también plantea múltiples interrogantes<sup>71</sup>.

En segundo lugar, respecto al *diálogo entre el mundo de la Iglesia y el mundo de la Comunicación*, para Pablo VI la Iglesia tiene “un puesto típico, un puesto que señala el vértice de la comunicación social, por

<sup>66</sup> PABLO VI, “Los instrumentos de la comunicación al servicio de la verdad”, *Ecclesia* (Año XXXII, Nº 1591), Madrid: 1972, p. 665 (Mensaje para la VI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, celebrada el 14 de mayo de 1972).

<sup>67</sup> PABLO VI, “Sería grave utilizar estos medios para reforzar egoísmos”, *Ecclesia* (Año XXIII, Nº 1391), Madrid: 1968, p. 774. (Mensaje de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales del 26 de mayo de 1968).

<sup>68</sup> PABLO VI, *Discurso dirigido al XV Congreso Internacional de la prensa periódica* (del 1 de mayo de 1965), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 424-425.

<sup>69</sup> PABLO VI, *Octogésima adveniens* (Carta Encíclica publicada el 14 de mayo de 1971), *Ecclesia* (Año XXXI, Nº 1542), Madrid: 1971, p. 648.

<sup>70</sup> PABLO VI, “La publicidad no debe evadir el juicio moral”, *Ecclesia* (Año XXXII, Nº 1594), Madrid: 1972, p. 769. (Discurso al Congreso del *Top European Advertising Media*, del 15 de febrero de 1972).

<sup>71</sup> “La libertad de juicio y de elección, ¿es respetada? O, al contrario, ¿son engañosos los argumentos? ¿Explotan las tendencias menos nobles del hombre, llegando incluso a incitarlo al mal? La presentación publicitaria, ¿está de acuerdo con las buenas costumbres y con el sentido noble de la vida? ¿O se pone al servicio de un hedonismo costoso y corruptor? Los bienes recomendados, ¿tienen realmente algún valor, alguna utilidad? ¿O corren el riesgo de ser dañinos, peligrosos? ¿De suscitar una atracción excesiva de los superfluo, de lo artificial, de lo inmoral, en detrimento de lo necesario y de la honestidad?”: *Ibíd.*

espiritualidad, por necesidad, por universalidad<sup>72</sup>, que nace del valor que tiene “el vínculo de humanidad, de hermandad, de solidaridad y, por ello, de respeto y de amor que une al que comunica con el que recibe la comunicación social”<sup>73</sup>. Fruto de este vínculo, pondera:

- *El valor de la prensa católica.* “El periódico católico debe no sólo informar, sino también formar al lector; debe estimular esa sana mentalidad que clasifica los hechos según los principios superiores y que, en un sentido o en otro, los idealiza, los convierte en fermento de pensamientos en quien, mediante el periódico, los conoce; es decir, debe servir a esa verdad propia del alma, que es apta para iluminarla, dirigirla, perfeccionarla, santificarla. Es decir, debe provocar en el lector ese proceso de juicio que lo introduce en la verdad liberadora y salvadora”<sup>74</sup>, porque “difunde día tras día todo un concepto de la vida, un orden de valores, una jerarquía de fines, una visión del mundo”<sup>75</sup>.
- *Tres compromisos urgentes*<sup>76</sup> concretan aún más la propuesta del Pablo VI sobre la *evangelización a través de los medios de comunicación social*:
  - En primer lugar, una tarea pre-evangelizadora, consistente en “dar a la información y al espectáculo contemporáneo una línea de desarrollo que facilite la difusión de la Buena Noticia y favorezca la profundización de los conceptos de dignidad de la persona, de la justicia, de la fraternidad universal”<sup>77</sup>.
  - En segundo lugar, una tarea de renovación metodológica del apostolado, aplicando los nuevos instrumentos<sup>78</sup>.
  - Y en tercer lugar, una difusión directa y explícita de la verdad revelada a través de los medios<sup>79</sup>.

<sup>72</sup> I PABLO VI, *Discurso a los organismos de las comunicaciones sociales* (del 6 de mayo de 1967), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 485

<sup>73</sup> *Ibíd.*

<sup>74</sup> PABLO VI, *Discurso a una peregrinación del Piamonte* (del 2 de mayo de 1964), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 408. Y añade: “Creemos que entre periódico y maestro se puede establecer una cierta ecuación, una analogía de funciones, con una doble diferencia: ambas a favor de la superioridad del periódico; este es, el maestro habla a pocos y durante breve tiempo; el periódico habla a muchos y durante un tiempo indefinido; el maestro habla a los pequeños; el periódico habla a los adultos. El periódico tiene clase diaria sobre todos los acontecimientos del mundo con personas maduras, con gente responsable, con un influjo imponderable, proporcionando a la fuerza persuasiva del periodista y al número de lectores. Es un fenómeno formidable. Lo es todavía. Juega con la suerte espiritual del pueblo. Decide sobre el sí o el no del reino de Dios en nuestra sociedad”: *Ibíd.*

<sup>75</sup> PABLO VI, *Carta al VII Congreso Internacional de la prensa católica* (del 7 de mayo de 1965), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 428. Los medios de la Iglesia serán siempre “terriblemente desproporcionados” con relación a los gigantescos recursos que el mundo de los medios de comunicación dispone, pero no es en la capacidad instrumental donde la Iglesia debe poner todas las fuerzas de su acción apostólica en este campo, sino aquello a lo que dichos instrumentos están llamados a servir. Cf.: PABLO VI, *Discurso a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales* (del 29 de septiembre de 1964), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, pp. 414-415.; PABLO VI, *Discurso a la Federación Italiana de Semanarios católicos diocesanos* (del 26 de noviembre de 1966), en JESÚS IRIBARREN, *El derecho a la verdad*, obra citada, p. 469.

<sup>76</sup> “En nuestro siglo, influido por los medios de comunicación social, el primer anuncio, la catequesis o el ulterior ahondamiento de la fe, no pueden prescindir de esos medios (...) Puestos al servicio del Evangelio, ellos ofrecen la posibilidad de extender casi sin límites el campo de la audición de la Palabra de Dios, haciendo llegar la Buena Nueva a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante Dios si no empleara esos poderosos medios, que la inteligencia humana perfecciona cada vez más”: PABLO VI, “*Evangelii nuntiandi*” (nº 45), en FERNANDO GUERRERO (director), *El Magisterio Pontificio Contemporáneo. Colección de Encíclicas y Documentos desde León XII hasta Juan Pablo II* (Madrid: BAC, 1997), Tomo II (Evangelización. Familia. Educación. Orden Sociopolítico), p. 101.

<sup>77</sup> PABLO VI, “Gran instrumento de evangelización”, *Ecclesia* (Año XXXIV, Nº 1692), Madrid: 1974, p. 671. (Mensaje de la VIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales).

<sup>78</sup> Cf.: *Ibíd.*, y PABLO VI, “El abuso de los medios de comunicación, ruina irreparable de la sociedad”, *Ecclesia* (Año XXXIV, Nº 1784), Madrid: 1976, p. 465. (Discurso dirigido a la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales, del 17 de marzo de 1976). Especialmente en la catequesis: “Entendemos la catequesis como plena iniciación a la vida cristiana y que hoy se puede valer del auxilio eficaz de los medios de comunicación social; dicha catequesis no podría llegar a todos ni resultar plenamente convincente sin estos instrumentos ya reconocidos por la pedagogía moderna”: PABLO VI, “Un sector delicado e importante del apostolado moderno”, *Ecclesia* (Año XXXVIII, Nº 1879), Madrid: 1978, p. 391. (Discurso dirigido a la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, del 8 de marzo de 1978).

<sup>79</sup> Cf.: PABLO VI, “Gran instrumento de evangelización”, *Ecclesia* (Año XXXIV, Nº 1692), Madrid: 1974, p. 671. (Mensaje de la VIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales).

## 4.2.- *Communio et Progressio*: La carta magna de la comunicación cristiana

Nos encontramos, seguramente, ante el documento más sistemático y completo del magisterio contemporáneo sobre la comunicación social<sup>80</sup>. La elaboración de esta Instrucción Pastoral fue lenta y compleja<sup>81</sup>. Había que responder a las expectativas que había suscitado desde el decreto *Inter mirifica*, tanto por su anuncio (nº 23) como por la necesidad de completar sus lagunas<sup>82</sup>. Era necesario un *capo laboro*. Ciertamente, no defraudó. Cuatro son los grandes temas expuestos: los fines de la comunicación, una mirada cristiana a la comunicación social, la relación entre ésta y el progreso humano, y la relación, en sus múltiples formas y expresiones, entre Comunicación Social e Iglesia. Sin adentrarnos en toda la temática tratada por la instrucción<sup>83</sup>, sí que es necesario apuntar escuetamente las aportaciones más novedosas respecto al magisterio precedente, consistentes en la proposición de la teleología y de la teología de la comunicación social, verdaderos pilares de referencia obligada en ambas materias:

La “carta magna” de los periodistas católicos plantea una completa y firme argumentación sobre la importancia de los medios de comunicación en la consecución de aquel fin que constituye el misterio mismo de la Iglesia: “la comunión y el progreso en la convivencia humana son los fines principales de la comunicación social”(nº 1): se define y se explica doctrinalmente, por vez primera, la teleología de la comunicación social. Los principios fundamentales de ésta argumentación, constante en todos los capítulos de la instrucción, son estos:

- “Los instrumentos de comunicación social (...) han de ser juzgados como necesarios para las estrechas y cada vez más intensas relaciones y tareas de nuestra sociedad (...) Estos mismos inventos se ordenan (...) a que los hombres se unan más estrechamente” (nº 6),
- “Por su propia naturaleza, la comunicación social intenta crear en los hombres un mayor sentido comunitario, aumentando el intercambio entre unos y otros. Y así todo hombre unido fraternalmente a los demás contribuye, como llevado de la mano de Dios, a realizar el plan divino en la historia. Según la fe cristiana el acercamiento y la comunión entre los hombres es el fin primero de toda comunicación, que tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunión divina del Padre, del Hijo y del Espíritu Santo, que existen en una misma vida divina” (nº 8),
- “Fines de la comunicación social son: colaborar de todos los modos posibles al progreso humano y llevar a los hombres a unas relaciones de verdadera comunión” (nº 73).

---

<sup>80</sup> Teniendo en cuenta que los demás documentos o no son del todo sistemáticos (la única encíclica papal sobre el tema se remonta a la primera mitad del siglo XX, cuando aún es incipiente el fenómeno moderno de la comunicación), o no son completos (los documentos sistemáticos, como el conciliar o los diversos documentos de la Santa Sede, suelen abarcar o la temática general de modo incompleto, o temas parciales).

<sup>81</sup> Cf.: SILVIO SASSI, “*Mass-media, segni dei tempi*”, *Vita Pastorale* (Roma: Nº 1/2000), pp. 49-50; JOSÉ MARTÍNEZ DE TODA, S.J., *Teología y comunicación en los documentos de la Iglesia* (apuntes repartidos en el Congreso Internacional Iglesia y Medios de Comunicación Social organizado por la Universidad Católica San Antonio de Murcia del 20 al 21 de octubre de 2000), p. 6.

<sup>82</sup> Martínez de Toda se atreve, al respecto, a señalar una serie de elementos teológicos incluso “antagónicos” entre *Inter mirifica* y *Communio et progressio*: “El IM tiene una teología proposicional y acultural. La de CP es bíblico-contextual. El IM es instrumentalista. Para la CP la comunicación es creación de la cultura de comunión. El IM trata de persuadir verticalmente. La CP trata de crear comunidades de fe con una comunicación horizontal y participativa. En el IM la fe y la salvación son individualistas. En la CP la comunidad se convierte en sacramento vivo. En el IM la Iglesia tiene la verdad, y el mundo con su cultura es falso. En la CP la palabra de Dios es semilla y fermento, y Dios está presente en el proceso secular”: *Ibíd.*, p. 8. Se trata sin duda de una comparación sugerente que apunta el cambio de tendencia y la influencia teológica postconciliar, aunque, literalmente entendida, pueda resultar un tanto simplificada.

<sup>83</sup> No nos referiremos al examen del progreso comunicacional en el contexto del progreso humano en su conjunto (nº 19-100), sino sólo al interesante abanico de inquietudes al respecto; ni a las propuestas sobre la acción de los católicos respecto a los medios (nº 101-180), sino solamente algunas normas prácticas sobre la acción pastoral de la Iglesia en este campo.

La mirada cristiana a la comunicación social es el punto de partida para la proposición de las bases de una verdadera teología de la comunicación: “Por un providencial designio, estos mismos inventos se ordenan a revelar los interrogantes y esperanzas de la sociedad humana, a darles respuesta y a que los hombres se unan más estrechamente” (nº 6). ¿No son por ello, aunque sea inconscientemente una respuesta “al precepto divino de *poseer y dominar la tierra* a la vez que una participación al plan de Dios Creador y Conservador de las cosas” (nº 7)? Pues bien, si sirven para una mayor unidad entre los hombres, contribuyen “a realizar el plan divino en la historia”. A partir de este planteamiento (teología de la creación) son presentadas las diversas perspectivas teológicas en un itinerario histórico-salvífico:

- *la teología sobre el misterio de Dios*: si responden a su fin, muestran cual que su origen y modelo: la unidad trinitaria (nº8);
- *la teología sobre el misterio del pecado*: si no responden a su fin, pueden ser presa del pecado por la discordia, el enfrentamiento, “y por último, en el rompimiento de toda comunión”;
- *la soteriología*: pues, “quien inició la comunicación con los hombres, empezando así la historia de la salvación”, no los abandona a su suerte (nº 10,a); sino que “cuando, por su muerte y resurrección, Cristo, el Hijo encarnado, a la vez Palabra y Imagen del Dios invisible, liberó a la raza humana, compartió con todos la verdad y la vida de Dios mismo con una nueva y mayor abundancia”;
- *la teología de la encarnación*: “Por la *encarnación* se revistió de la semejanza de aquellos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin embargo, se acomodaba a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición “(nº 11). El mismo Cristo en su vida se presentó como el perfecto *Comunicador*;
- *la cristología*: “Él mismo como único mediador entre el Padre y los hombres establece la paz, la comunión con Dios y restaura la fraterna unión entre los hombres. Desde entonces el fundamento último y el primer modelo de la comunicación entre los hombres lo encontramos en Dios que se ha hecho Hombre y Hermano” (nº 10,b);
- *la misionología*: “y que después mandó a los discípulos que anunciaran la buena nueva a todos los hombres de toda edad y región, proclamándola *a la luz y desde los tejados* (nº 10,b);
- *la pneumatología*: “Cristo nos comunicó su Espíritu Vivificador que es el principio de todo acercamiento y unidad” (nº 11);
- *la eclesiología*: “Con la Iglesia, Cuerpo Místico de Cristo y plenitud misteriosa de Cristo glorificado, El *llena todas las cosas* y así hace que en la Iglesia, por la fuerza de la palabra y de los sacramentos, caminemos hacia la esperanza de la unión definitiva, *cuando Dios será todo en todos*” (nº 11);
- *la teología de la caridad*: Si sirven “para que prospere la mutua comunicación entre los hombres (...) pues establecen nuevas relaciones entre ellos (...) y caminan hacia la justicia y la paz, la benevolencia y la mutua ayuda, el amor y, consiguientemente, hacia la comunión”, entonces, parece evidente que “se cuentan justamente entre las más eficaces posibilidades y riquezas que el hombre puede usar para confirmar esa caridad que a la vez expresa y engendra comunión” (nº 12);

- *la teología moral*: Al “ser utilizados por la libertad humana“ (nº 13), “como el hombre mismo es la norma en el uso de los Medios de comunicación, los principios morales que a ellos se refieren, deben apoyarse en la conveniente consideración de la dignidad del hombre” y de la misma “íntima naturaleza de la comunicación social y de las peculiaridades de cada uno de estos instrumentos” (nº 14).

Apuntadas escuetamente estas dos aportaciones principales (teleológica y teológica), recogemos dos temas que muestran como el documento se involucra en la realidad tratada. Por un lado, en el análisis de la realidad mediática, por otro, en la proposición de medidas concretas por parte de las instituciones eclesiales:

En el capítulo sobre “Comunicación social y progreso humano”, entre otras muchas cosas, se plantean las aportaciones positivas, *a priori*, de los medios a la sociedad: continuo diálogo planetario (nº 19), desaparición de barreras locales, unidad más firme, extensión educativa, mayor igualdad entre los hombres, y enriquecimiento espiritual (nº 20). Por otro lado se presentan las principales inquietudes sobre las dificultades que pueden traer. Merece la pena recoger aquí el elenco de las cuestiones puestas a debate:

- ¿Cómo garantizar que las noticias, que tan abundante y constantemente se difunden, y muchas veces de manera confusa a causa de su misma celeridad, se valoren y se discernan con exactitud?
- ¿Cómo se conseguirá entonces que el pueblo, en una sociedad pluralista, discierna con seguridad lo verdadero y lo falso, lo bueno y lo malo?
- ¿Cómo podrá evitarse que, en el juego de la libre competencia, el deseo de popularidad someta estos instrumentos o los empuje a despertar o exacerbar los impulsos menos generosos y honestos del hombre?
- ¿Cómo se impedirá que un uso excesivo de los mismos ahogue la conversación y el trato personal en nuestra sociedad?
- ¿Cómo se utilizarán estos medios sin que resulten dañadas las relaciones entre las personas, especialmente cuando la información se transmite por medio de imágenes?
- ¿Cómo lograr que no lo aparten de las realidades de la vida actual?
- ¿Cómo se evitará que los hombres caigan en la desidia, en la pereza?
- ¿Cómo hacer que una sollicitación constante de los sentidos no termine por imponerse al uso mismo de la razón? (nº 21)

Respecto a las *instituciones, personas y organización*, parece que todos los medios y recursos institucionales y organizativos en apoyo de quienes se dediquen a esta acción son pocos (nº 162), por lo que “todos los fieles deben intentar, con su oración y con la ayuda individual y colectiva, que la obra de la Iglesia en nuestros días encuentre el apoyo de los más modernos medios de comunicación, tan útiles para difundir el Evangelio, para iluminar las conciencias y para fomentar una colaboración que beneficie al progreso ordenando cristianamente la realidad temporal” (nº 163). Para ello los organismos nacionales e internacionales de coordinación (nº 169, 172, 173) deberán estimular, promover y coordinar los planes y la actividad de

los católicos en el campo de la comunicación. Tanto a nivel diocesano, como interdiocesano, nacional y supranacional (Conferencias Episcopales) se requiere:

- la integración pastoral entre dirigentes y realizadores, su conveniente capacitación a través de una buena formación (nº 164);
- un estudio atento de todo el campo de la comunicación social ordenado a la actuación apostólica (nº 165),
- la responsabilidad de obispos, conferencias episcopales, y de la Comisión Pontificia, con el consejo y sugerencias de los expertos en cada una de las modalidades (nº 165);
- la colaboración entre “las múltiples obras y asociaciones que realizan su apostolado con los medios de comunicación social”, y su apoyo por parte de la autoridad eclesiástica (nº 166);
- la celebración de la Jornada de la Comunicación Social en cada nación (nº 167, 171);
- la creación de oficinas diocesanas o al menos interdiocesanas de información (nº 168), que recaben la información, las reacciones y las opiniones de los públicos para hacérselas llegar a las autoridades eclesiásticas, que tengan una relación cortés y amistosa con asociaciones, grupos, y profesionales (nº 175) y que faciliten a los medios las noticias de la Iglesia, y “comentarios públicos u *oficiales* que oportunamente —es decir, cuanto antes— lleguen al público de forma segura y adecuada aclarando los hechos según lo exijan los acontecimientos y las noticias” (nº 176);
- la designación de un portavoz o informador fijo (nº 174);
- la elaboración de proyectos de formación de clérigos y laicos (nº 170);
- la provisión de “la ayuda de los profesionales de la comunicación y de sus asociaciones”, a quienes facilitarles “los documentos, orientaciones y ayudas que necesiten”(nº 171);
- la colaboración con las asociaciones católicas de la prensa (UCIP), del cine (OCIC), de la radio y televisión (UNDA), de acuerdo con los estatutos de las mismas aprobados por la Sede Apostólica (nº 178, 179, 180).

En las *conclusiones* de la Instrucción se afirma la esperanza en que la comunicación social pueda “contribuir a afianzar los vínculos de fraternidad humana, a desarrollar la civilización y a cimentar la paz” (nº 181), así como “al desarrollo del Tercer Mundo, a la fraterna comunión entre los pueblos y también al anuncio del Evangelio de Salvación, a fin de que, hasta el último rincón del orbe llegue el testimonio de Cristo Redentor” (nº 182).

### 4.3.- Juan Pablo I: La comunicación como empatía

Elegido para ocupar la Sede de Pedro el 26 de agosto de 1978, Albino Luciani, que tomó el nombre de sus dos predecesores, murió de un infarto de miocardio el 28 de septiembre del mismo año. Apenas un mes de un fugaz pontificado que, sin embargo, ha dejado una huella indeleble en la historia de los papas del siglo XX, por la peculiar capacidad de sintonía con la que se ganó al orbe entero desde el primer día de su elección. En tan sólo 33 días de pontificado, junto a cientos de anécdotas que quedarán en la memoria del pueblo cristiano, nos dejó un breve pero sustancioso magisterio pontificio: cinco alocuciones dominicales antes del rezo del *Angelus*, cuatro catequesis en las audiencias generales de los miércoles, sobre las virtudes teologales, y doce homilias y discursos a la Iglesia entera, al Cuerpo Diplomático acreditado en la Santa Sede, a obispos, a representantes de organismos internacionales, a sacerdotes, al alcalde de Roma, y a los periodistas<sup>84</sup>.

Siendo singulares sus dotes de experto catequista, “como Pablo VI, también Juan Pablo I ejerció el apostolado de la pluma como instrumento pastoral, antes de ser Papa. Y, desde sus años de seminario, manejaba la pluma con elegancia en su idioma italiano, mostrando gran afición por la literatura, y luego, por los literatos ingleses Dickens y Twain”<sup>85</sup>. El propio cardenal Luciani “buscaba una explicación a esta actividad diciendo que cuando predicaba en la Basílica de San Marcos le escuchaban cien o todo lo más doscientos fieles, de los cuales la mitad son turistas que no entienden el italiano y la otra mitad son adorables viejecillas, pero ya convencidas. Así podría multiplicar por mil sus predicaciones en *Il Gazzettino de Venecia*”<sup>86</sup>. Tenía para ello agilidad, soltura, dominio del lenguaje periodístico característico del columnista de divulgación religiosa que tanto tiene en común con el buen lenguaje catequético. Y tenía experiencia, pues “ya en los años 30 redactaba algunos trabajos para *L'Amico del Popolo*”<sup>87</sup>, y desde 1951 hasta su elección como Papa sus artículos en la prensa fueron constantes<sup>88</sup>.

La gran lección sobre comunicación de Juan Pablo I fue la importancia de la comunicabilidad, como empatía entre comunicante y receptor, en la cual se sienten y se comprenden ambos desde un profundo respeto de la persona, tiene su secreto en eso que decía el pueblo de él: “es uno como nosotros”<sup>89</sup>. En su primer mensaje a la Iglesia y al mundo, el 27 de agosto de 1978, en el cual exponía el programa de su pontificado, explicó con toda claridad esta su “pastoral de la empatía”: “Queremos proseguir con paciencia y firmeza el diálogo sereno y eficaz que el Sumo Pontífice Pablo VI, nunca bastante llorado, fijó como fundamento y estilo de su acción pastoral, dando las líneas maestras de dicho diálogo en la encíclica *Ecclesiam Suam*, a saber: Es necesario que los hombres, a nivel humano, se conozcan mutuamente, aun cuando se trate de los que no comparten nuestra fe: y es necesario que nosotros estemos siempre dispuestos a dar testimonio de la fe que poseemos y del encargo que Cristo nos encomendó, para *que el mundo crea (Jn 17, 21)*”<sup>90</sup>.

<sup>84</sup> Todos ellos recogidos en: JUAN PABLO I, *Enseñanzas al Pueblo de Dios* (Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1978), 92 p. (Versión oficial en lengua castellana del magisterio íntegro del Papa editado por la Santa Sede).

<sup>85</sup> MIGUEL FERNÁNDEZ DE PRADA, “Juan Pablo I, el Papa de la sonrisa”, *Cooperador Paulino* (nº 105) Madrid: 2000, p. 33.

<sup>86</sup> Redacción de ECCLESIA, “Anécdotas del Papa Luciani”, *Ecclesia* (Año XXXVIII, nº 1900), Madrid: 1978, p. 1097.

<sup>87</sup> Redacción de ECCLESIA, “Del álbum del Papa Luciani”, artículo citado, p. 1073.

<sup>88</sup> “Escribió con regularidad en la revista *Palestra del clero*, editada en Rovigo, en *L'Osservatore Romano*; en la edición veneciana de *L'Avvenire d'Italia*, y en el semanario *Mensajero de San Antonio*, de Padua. Siendo Patriarca de Venecia publicó en este último periódico la serie de cuarenta cartas dirigidas a personajes ilustres ya desaparecidos, que al ser elegido Papa fueron reunidas y publicadas en un solo volumen bajo el título de Ilustrísimos Señores, que tuvo gran éxito popular”: MIGUEL F. DE PRADA, “Juan Pablo I, el Papa de la sonrisa”, artículo citado, pp. 33-34. Cf.: ALBINO LUCIANI. *Ilustrísimos señores* (Madrid: BAC, 1978), 326p.

<sup>89</sup> Cf.: FLORENCIO VISCIDE, “Guiovanni Paolo I e la comunicazione sociale”, *CM* (Ricerca e Informazione sulla comunicazione di massa, nº 32), Roma: 1978, p. 30-31.

<sup>90</sup> JUAN PABLO I, “El programa del nuevo Papa”, en *Enseñanzas al Pueblo de Dios*, obra citada, p. 40. (Extracto del primer mensaje a la Iglesia y al mundo, del 27 de agosto de 1978).

Acerquémonos ahora al único documento magisterial de Juan Pablo I dedicado por completo a este argumento: su discurso a los representantes de la prensa y de los medios audiovisuales, del 1 de septiembre de 1978, apenas seis días después de su elección, y a escasos veintisiete días antes de su inesperada muerte<sup>91</sup>:

- En cuanto a los *peligros*, apenas cuatro líneas: “No nos pasan inadvertidos los riesgos de masificación y de despersonalización, que dichos medios comportan, con las consiguientes amenazas para la interioridad del individuo, para su capacidad de reflexión personal y para su objetividad de juicio”.
- En cuanto a los *motivos de esperanza*, la lista es más larga: “Pero conocemos también las posibilidades nuevas y felices que los citados medios ofrecen al hombre de hoy, para conocer mejor y acercarse a los propios semejantes, para percibir más de cerca el ansia de justicia, de paz, de fraternidad, para instaurar con ellos vínculos más profundos de participación, de comprensión, de solidaridad en orden a un mundo más justo y humano”.
- Ofrece una personalización de la teleología de la comunicación: “Conocemos la meta ideal hacia la que cada uno de vosotros, a pesar de las dificultades y desilusiones, orienta el propio esfuerzo: la de llegar a través de la *comunicación* a una más auténtica y plena *comuni6n* (...) Estamos seguros de que lo haréis con amor a la verdad y con respeto de la dignidad humana, porque tal es la finalidad de toda comunicaci6n social”.

#### 4.4.- Juan Pablo II: El primer Papa mediático

Si ya la vida de Karol Wojtyla, antes de ser elegido sucesor de San Pedro en octubre 1978, es ya una vida sacerdotal y episcopal absolutamente original (seminarista clandestino, minero, actor, deportista, poeta, filósofo, desafiador del régimen comunista polaco, etc...), la de su pontificado no puede decirse que haya supuesto un remanso de paz y tranquilidad. El “huracán Wojtyla”, como bautizo una periodista española a la fuerza arrolladora de este Papa, no había hecho más que comenzar. Casi un centenar de viajes fuera de Italia, muchos de ellos a más de cinco países a la vez, trece encíclicas; más de ochenta exhortaciones, y cartas apostólicas, miles de alocuciones y mensajes, entre los cuales destacan aquí los dirigidos, año tras año, a toda la Iglesia y a todos los hombres de buena voluntad con ocasión de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales que, como vimos anteriormente, ya inició Pablo VI<sup>92</sup>, (como hace con otras

<sup>91</sup> Como auditores, un millar de periodistas, entre ellos, tantos venidos del mundo entero para cubrir los acontecimientos de las exequias de Pablo VI y del Cónclave que le había elegido, que él definió como “una representación tan calificada y numerosa del *mundo* de las comunicaciones sociales”, y con quienes quería atar un “lazo espiritual” para el futuro: siguiendo la herencia dejada por el Concilio y por los dos papas precedentes, les promete “una colaboración franca, honesta y eficaz con los instrumentos de comunicaci6n social”, promesa hecha “con mucho gusto, consciente como somos de la funci6n cada vez más importante que los medios de comunicaci6n social han ido asumiendo en la vida del hombre moderno”. Y después de la promesa, como si de una síntesis maestra del magisterio precedente sobre la comunicaci6n social se tratase, nos ofrece las luces y las sombras, los peligros y los motivos de esperanza, que encuentra en la realidad de la comunicaci6n social. Las citas, a partir de este momento, del mencionado discurso, están tomadas de: JUAN PABLO I, “Por la comunicaci6n a la plena y auténtica *comuni6n*”, en *Enseñanzas al Pueblo de Dios*, obra citada, pp. 53-55.

<sup>92</sup> “Desde 1967 con un lema diferente cada año, los mensajes de Pablo VI y de Juan Pablo II han ido configurando toda una doctrina social de la Iglesia sobre los medios. Todo lo referente a los contenidos, los métodos, los estilos, los problemas, los principios morales, y las implicaciones culturales y sociales de los medios de comunicaci6n han ido pasado por la mirada evangélica de nuestros pastores que han percibido tanto sus bondades como sus peligros, su incidencia sobre la cultura de nuestro tiempo, y sus retos para la misi6n de la Iglesia, hasta ser concebidos por Juan Pablo II en la *Redemptoris Missio* como uno de los principales nuevos *are6pagos* culturales para la nueva evangelizaci6n. Fue el Concilio Vaticano II en su decreto *Inter Mirifica* el que propuso la celebraci6n anual de estas jornadas, y marcó claramente sus objetivos: 1/ la formaci6n de las conciencias ante las responsabilidades que incumben a cada individuo, grupo o sociedad, en la formaci6n de la opini6n pública y en el uso y desarrollo de los medios de comunicaci6n, 2/ la invitaci6n a la oraci6n para ofrecer el testimonio de que el hombre depende en todo de su creador y para dar a los medios el carácter religioso que, como dones maravillosos de Dios, les es debido, y para que a todos se nos conceda el tomar conciencia de nuestro deber ante la variedad problemática de estos medios y sus grandes posibilidades, y por último, 3/ la generosa colaboraci6n económica —signo de solidaridad— para sostener y fomentar las instituciones e iniciativas promovidas por la Iglesia en esta materia, que, según la Instrucci6n pastoral *Aetatis Novae*, abarcan los periódicos, revistas, editoriales, radios y televisiones católicas, las oficinas de comunicaci6n y relaciones públicas de las instituciones sociales, los institutos de formaci6n para esta pastoral de los medios, las asociaciones y organizaciones de los profesionales cristianos de la comunicaci6n, y las aportaciones e implicaciones de esta pastoral de los medios en toda la pastoral de la Iglesia”: MANUEL MARÍA BRU, “La Jornada de las Comunicaciones sociales”, *Ciudad Nueva* (nº 331), Madrid: 1997. p. 39.

jornadas, la más importante, la de la paz); las continuas visitas pastorales —siempre que no está fuera de viaje pastoral— a las parroquias de Roma; la personal atención a numerosos movimientos y comunidades eclesiales, que sigue personalmente; las novedosas jornadas mundiales de la juventud —año tras año desde 1985— con las que se ha convertido en la persona que más gente ha congregado en la historia, llegando a reunir varios millones de jóvenes, como ocurrió en la Jornada del año 94 en Manila, la del año jubilar 2000 en Roma, y la del 2002 en Toronto. Todos los hombres son sus hermanos, incluso el “hermano que me ha herido”, como llamó a Ali Agca, aquel turco que intentó asesinarlo. Sin duda es entonces también el Papa *guinness* de los gestos, que son mucho más que anécdotas<sup>93</sup>. Y es por todo esto por lo que no se le puede comparar con ningún otro personaje contemporáneo<sup>94</sup>.

Juan Pablo II (1920-2004) es sin duda alguna el primer Papa de la globalización. Esta afirmación del historiador Andrea Riccardi y fundador de la Comunidad de San Egidio<sup>95</sup>, no pretende sólo situar cronológicamente el pontificado de Juan Pablo II, en el marco de los cambios culturales del cambio de siglo y de milenio, sino que expresa una identificación —salvando muchas diferencias— entre el fenómeno de la globalización (que en el magisterio del Papa, de hecho, es valorado de modo condicional, pues sólo “se salva” si es, además de económica y mediática, globalización solidaria, justa, y no política ni culturalmente neo-colonial), y el modo de ejercer el pontificado del actual pontífice. Ciertamente Juan Pablo II ha asumido no sólo el entramado mundial de la era mediática, sino también muchas de sus implicaciones culturales y sociales como son la importancia del lenguaje de la imagen y la mundialización instantánea de la información.

Y parece que el Siervo de Dios Juan Pablo II quiso superar, también en este aspecto de las comunicaciones sociales, la ruptura que pudiese darse entre la “nueva cultura mediática” y la “nueva evangelización” por él propiciada, que no puede desentenderse de la primera si la primera vez que la mencionó la definió como “nueva en su ardor, en sus métodos, y en sus expresiones”<sup>96</sup>.

Juan Pablo II se nos presenta, por un lado, como el Papa más telegénico de la historia. Y por otro, como el Papa que cuenta con el más grande corpus doctrinal sobre las comunicaciones sociales.

Si el material iconográfico de los precedentes pontificados es escaso —más aún el cinematográfico y televisivo— el de Juan Pablo II es muy extenso. La diferencia no se debe sólo a un cambio cuantitativo en su uso, y cualitativo en su calidad técnica, sino a un cambio de carácter cultural, que va introduciendo paulatinamente en la segunda mitad del siglo la cultura de la imagen; y a un cambio eclesial, que introduce también un *aggiornamento* entre sociedad e Iglesia, a partir del Concilio Vaticano II, y que en el pontífice polaco adquiere un momento de madurez en el que la espontaneidad y la naturalidad de la imagen de un papa contemporáneo pasa de lo llamativo y anecdótico a lo normal y cotidiano. De hecho, nos encontramos con el primer pontificado cuyos gestos están audiovisualmente documentados en su integridad. Su historia

<sup>93</sup> Cf.: MANUEL MARÍA BRU, “Juan Pablo II: el Papa *guinness*”, *Ciudad Nueva* (nº 348 / Noviembre 1998), Madrid: 1998, p.p. 35-38.

<sup>94</sup> Según explica Chiara Lubich, fundadora del Movimiento de los Focolares, que junto a Madre Teresa de Calcuta, es una de las mujeres que ha gozado de la mayor confianza personal de Juan Pablo II, “La humanidad de hoy, sofocada de tecnologismo, tenía necesidad de un Papa que subrayase el valor de hombre. Y la dedicación con la que Juan Pablo II desarrolla este cometido hace de él un auténtico pastor universal. Tiene una enorme capacidad de amar de un modo personalizado. En el encuentro con cada persona, él toma la iniciativa de preguntar, el deseo de conocer a quien le escucha. Y no hacen falta muchas palabras. Basta una frase, una alusión, y quien le escucha se siente comprendido. El carisma de Pedro se le reconoce de un modo único. Y porque Juan Pablo II ama, es libre. Libre de esquemas preestablecidos, libre de abrazar a todos los hombres, libre al mismo tiempo de dirigirse con firmeza a un sólo joven, como a los grupos, o a los pueblos de cada raza, de cada religión, tanto a los pobres como a los ricos, para indicarles el camino evangélico que realiza en toda la humanidad la civilización del amor. Aquello que él hace, por medio de su ministerio, adquiere una dimensión tal, un peso tal, una influencia tal, que no se le puede comparar con ningún otro personaje contemporáneo”: MANUEL MARÍA BRU, *Testigos del Espíritu. Los nuevos líderes católicos: movimientos y comunidades* (Madrid: Edibesa, 1998), p. 107.

<sup>95</sup> Cf.: *Ibíd.*, pp. 59-60.

<sup>96</sup> JUAN PABLO II, “Essere al servizio del Popolo di Dio nell’attuale momento storico del continente Latino-americano”, en *Insegnamenti di Giovanni Paolo II* (Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1983), Tomo IV,1; p. 698. (Extracto de la versión oficial original en castellano del Discurso dirigido a la Asamblea de la Conferencia Episcopal Latino Americana del miércoles 8 de marzo de 1983). Para mayor ahondamiento en este tema: GUILLERMO MELGUIZO YEPES, “La nueva evangelización en el magisterio de Juan Pablo II. El CELAM y la preparación de la IV Conferencia”, en CONSEJO EPISCOPAL LATINOAMERICANO, *Hacia la Cuarta Conferencia - Auxiliar nº 4* (Santa Fe de Bogotá: CELAM, 1991), pp. 163-183.

—y con ella una larga página de la historia de la Iglesia contemporánea— se puede perfectamente recoger, casi completamente, en imágenes televisivas<sup>97</sup>.

El Consejo Pontificio de Comunicaciones Sociales (que Juan Pablo II elevó de “Comisión” a “Consejo” en el rango de las instituciones de la Santa Sede), con ocasión del año Jubilar 2000, publicó uno de sus más importantes documentos sobre la comunicación social —en este caso sobre su perspectiva general ética— de una larga lista de documentos ratificados por el Papa de éste o de otros dicasterios vaticanos con la ayuda del Consejo que constituyen el cuerpo doctrinal más sistematizado de este magisterio<sup>98</sup>. No carecen tampoco de importancia para la vida práctica de la Iglesia las consideraciones que sobre la comunicación social, directamente o indirectamente, aparecen en dos documentos históricos claves de este pontificado, previstos ya desde la celebración del Concilio Vaticano II: el Código de Derecho Canónico (1983)<sup>99</sup>, y el Catecismo de la Iglesia Católica (1992)<sup>100</sup>. Pero además de las referencias de estos dos grandes documentos, de su última carta apostólica —*El rápido desarrollo (2005)*—, y de los 14 documentos del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales y de otros Consejos sobre esta materia, en este pontificado hay que añadir una larga lista de más de doscientos cuarenta documentos, de los que casi la mitad son discursos a comunicadores<sup>101</sup>.

Bien podríamos decir que, buscando una máxima simplificación, el magisterio de Juan Pablo II se sostiene sobre cuatro grandes pilares: sus conceptos de Dignidad humana, de verdad, de solidaridad, y de nueva evangelización. Y si tuviésemos que buscar los grandes desarrollos de explicación sistemática de estos cuatro conceptos, no sería nada difícil hacerlo en cuatro grandes documentos: las encíclicas *Redemptor hominis*,

<sup>97</sup> Una de las personas que mejor conoce esta relación entre el actual pontífice y la televisión es Joaquín Navarro Valls, el hombre clave de la imagen pública y publicada del Santo Padre, director de la *Sala Stampa* de la Santa Sede y prácticamente su hombre de confianza para las relaciones públicas. En uno de los viajes de Juan Pablo II a Estados Unidos, una conocida periodista preguntó a Navarro Valls si podría decirle porque el Papa tiene tanto interés en la televisión. Condicionó su respuesta a otra pregunta: ¿podría ella decirle, en cambio, porque la televisión muestra tanto interés en Juan Pablo II?. En la conversación la periodista reconoció que el tema del Papa y su “dialéctica mediática” era bastante más complejo que un simple “carisma televisivo” del Pontífice, o, lo que es lo mismo, que la telegenia del Papa no es del mismo tipo de telegenia de un actor de series televisivas de moda, sino otra cosa bien distinta. Cf.: LEONARDO VALENTE, KRZYSZTOF ZANUSSI, GIORGIO CAJATI, *Giovanni Paolo II, il profeta del terzo millennio* (Roma: DOSSIER IMMAGINE RAI-ERI, 1997), p. 5. También es interesante la aportación de ALBERT SÁEZ, “Como interpretan los medios los viajes de Juan Pablo II” (apuntes mecanografiados de este profesor de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Ramon Llull): “A los periodistas les interesa principalmente narrar la epopeya de un líder religioso que se pasea por el mundo rodeado de grandes masas de fervientes seguidores. Juan Pablo II es más noticia no por lo que dice sino por lo que hace: reocupar el centro social de la postmodernidad llenándolo con masas de creyentes que manifiestan públicamente su religiosidad”.

<sup>98</sup> En estrecha y continua colaboración de la Comisión Pontificia con muchos Dicasterios de la Curia Romana citaremos la publicación de dos documentos estrechamente ligados al sector de las comunicaciones sociales: *Orientaciones para la formación de los futuros sacerdotes sobre los instrumentos de comunicación social*, publicado el 19 de marzo de 1986, la edición corrió a cargo de la *Congregación para la Educación Católica, e Instrucción acerca de algunos aspectos del uso de los instrumentos de comunicación social en la promoción de la doctrina de la fe*, publicado el 30 de marzo de 1992, la edición corrió a cargo de la *Congregación para la Doctrina de la Fe*. Por su cuenta, y a lo largo de este pontificado, el Consejo ha publicado entre otros los siguientes documentos: en 1991, después de cinco años de la propuesta, venía publicada la “Instrucción Pastoral *Aetatis Novae* sobre las Comunicaciones Sociales en el 20º aniversario de la *Communio et Progressio*”. *Ética en la publicidad*, fue publicado en 1997, obteniendo una notable resonancia por su seriedad, simplicidad y sobriedad en relación al tema tratado. Con ocasión del gran Jubileo del Año 2000, y de la celebración el 4 de junio del Jubileo especial para los periodistas, el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales hizo público el documento *Ética de las comunicaciones sociales*. Y con ocasión del mensaje de la Jornada de las Comunicaciones Sociales del año 2002, dedicado por el Santo Padre al tema de Internet, fueron publicados por la Comisión otros dos documentos sobre los aspectos éticos y pastorales de Internet: *Ética en Internet e Iglesia e Internet*. Cf.: Documentación facilitada por el Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales: PONTIFICAL COUNCIL FOR SOCIAL COMMUNICATIONS, *History and Pertinente Documents* (CD-ROM, Roma, 1999).

<sup>99</sup> CÓDIGO DE DERECHO CANÓNICO (Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1983). Texto oficial de la Santa Sede en latín en: *Enchirion Vaticanum n° 8* (Bologna: Editrice Dehoniana Bologna, 1982-1983). Números 666, 747&1, 747&2, 761, 779, 804&1, 822&1, 822&2, 822&3, 831&1, 831&2. (Sancionado y promulgado por Juan Pablo II en la Constitución Apostólica “*Sacrae Disciplinae Legis*”, el 24 de enero de 1983). Cf.: SILVIO SASSI, “Libertà sì, ma con disciplina”, *Vita Pastorale* (Roma: N° 6/2000), pp. 101-103.

<sup>100</sup> CATECISMO DE LA IGLESIA CATÓLICA n° 2488-2499 (Asociación de Editores del Catecismo: Madrid 1992), pp. 541-543. Texto oficial en latín: CATECHISMUS CATHOLICAE ECCLESIAE (Città del Vaticano: Libreria Editrice Vaticana, 1977), pp. 626-628. Cf.: JOSÉ MARÍA DESANTES, *Comunicación social. El proceso informativo en el Catecismo de la Iglesia Católica* (Madrid: Unión Editorial), 1998, 221 p.

<sup>101</sup> Estos documentos responden a una variada tipología, que jerarquizada por su nivel de autoridad magisterial, abarcaría las siguientes categorías: referencias a las comunicaciones sociales en sus encíclicas; carta apostólica sobre la comunicación social, referencias a las comunicaciones sociales en exhortaciones, constituciones y otras cartas apostólicas, así como en cartas pontificias y cartas personales públicas; mensajes anuales con ocasión de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, que celebra la Iglesia por iniciativa del Concilio Vaticano II; discursos a los miembros del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales con ocasión de su asamblea anual; discursos a periodistas, responsables de organismos de la comunicación social, y responsables eclesiales de la actividad eclesial vinculada a los medios de comunicación; referencias en otros mensajes y discursos (como son, por ejemplo, las referencias en los mensajes de otras jornadas mundiales, como la de la Paz, o en los discursos al Cuerpo Diplomático acreditado en la Santa Sede); referencias en discursos a los obispos de distintas conferencias episcopales, regiones y provincias eclesíásticas, con ocasión de sus visitas, especialmente en sus visitas *ad limina apotolorum*; referencias en diversas homilias, catequesis (sobre todo en las catequesis de las audiencias generales), y breves alocuciones (sobre todo con ocasión del rezo dominical del *Angelus*); referencias en cartas personales o colectivas públicas; instrucciones y documentos varios de la Santa Sede en su nombre (sobre todo de los Consejos Pontificios de las Comunicaciones Sociales y de la Cultura); referencias —de gran valor magisterial— sobre las comunicaciones sociales en dos documentos fundamentales de la Iglesia de este pontificado: El Catecismo de la Iglesia Católica y el Código de Derecho Canónico; referencias en libros-entrevista firmado por el Santo Padre, en sentido estricto, no magisteriales, pero con similar reconocimiento pastoral y autoridad moral.

*Veritatis splendor, Centesimus annus, y Redemptoris missio*. Los tres primeros conforman los tres momentos manifestativos de la cultura evangélica: objeto, método, testimonio, y el último, su cauce para encontrarse, y “encarnarse”, en el momento histórico actual. De este modo, si tuviésemos que enmarcar el magisterio de Juan Pablo II sobre las comunicaciones sociales en su conjunto, habría que hacerlo en el marco de su interés por el problema de la cultura, tema central del pensamiento del Papa<sup>102</sup>, un interés que es, en expresión de su programática carta *Novo Millennio Ineunte*, de “servicio a la cultura”<sup>103</sup>.

## 4.5.- Juan Pablo II: Un nuevo areópago para la evangelización

Juan Pablo II, sin dejar de atender los enfoques clásicos pastorales sobre la comunicación (la vigilancia moral, la potencialidad del uso evangelizador de sus instrumentos, y la reflexión teológica sobre la comunicación), ya no los superpone al diálogo cultural, sino que los incluye, porque, de hecho, hoy “no se piensa o no se habla ya de comunicaciones sociales como de simples instrumentos o de tecnología. Son considerados, más bien, como parte de una cultura siempre en evolución cuyas plenas implicaciones todavía no se conocen con precisión y cuyas potencialidades permanecen hasta el momento sólo parcialmente explotadas”<sup>104</sup>.

El punto 37 de su encíclica *Redemptoris Missio* lo expresa con rotunda claridad, convirtiéndose seguramente en la referencia clave del magisterio de este Papa sobre la comunicación social que plantea un punto de inflexión respecto al magisterio anterior:

“El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que ésta unificando a la humanidad y transformándola —como suele decirse— en una aldea global. Los medios de comunicación social 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. Las nuevas generaciones, sobre todo, crecen en un mundo condicionado por estos medios. Quizá se ha descuidado un poco este areópago: generalmente se privilegian otros instrumentos para el anuncio evangélico y para la formación cristiana, mientras los medios de comunicación social se dejan a la iniciativa de individuos o de pequeños grupos, y entran en la programación pastoral sólo a nivel secundario. El trabajo en estos medios, sin embargo, no tiene solamente el objetivo de multiplicar el anuncio. Se trata de un hecho más profundo, porque la evangelización misma de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta, pues, usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que conviene integrar el mensaje mismo en esta *nueva cultura* creada por la comunicación moderna. Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, aún antes que los contenidos, del hecho mismo de que existen nuevos modos de comunicar con nuevos lenguajes, nuevas técnicas, nuevos comportamientos psicológicos. Mi predecesor Pablo VI decía *la ruptura entre el Evangelio y la cultura es sin duda alguna el drama de nuestro tiempo*, y el campo de la comunicación actual confirma plenamente este juicio”<sup>105</sup>.

A mi modo de ver, la gran novedad de este planteamiento consiste en que hace replantear al menos dos grandes cuestiones sobre la mirada cristiana a la cultura mediática:

<sup>102</sup> Cf.: JOSÉ MARTÍNEZ TOLA, *Teología y comunicación en los documentos de la Iglesia*, Texto citado., p. 10. Interés heredado del pensamiento de los últimos papas. Cf.: HERVÉ CARRIER, S.J., *Évangile et cultures de Léon XIII a Jean-Paul II* (Paris: Libreria Editrice Vaticana – Editions Mediapaul, 1987), 276 p.

<sup>103</sup> JUAN PABLO II, *Novo Millennio Ineunte* (Madrid: Edice, 2001), pp. 59-60. (Carta Apostólica publicada por Juan Pablo II al episcopado, al clero, y a los fieles al concluir el gran Jubileo del Año 2000).

<sup>104</sup> JUAN PABLO II, “El desafío de la era de la computadora”, *Ecclesia* (Madrid 1990), pp. 356-357. Original en inglés: *Insegnamenti di Giovanni Paolo II* (Libreria Editrice Vaticana: Roma 1990), Tomo XIII-1, pp. 157-161. (Mensaje de la XXIV Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, hecho público el 27 de enero de 1990).

<sup>105</sup> JUAN PABLO II, “Redemptoris Missio” (nº 37), *Ecclesia* (Madrid 1991), pp. 185-221. Texto oficial original en latín: Acta Apostolicae Sedis, LXXXII (nº 13, Roma 1990), pp. 282-286. (Carta Encíclica sobre la permanente validez del mandato misionero, del 7 de diciembre de 1990).

- Preponderancia de los aspectos fundamentales de la antropología, la teología y la teleología de la comunicación social, en la argumentación moral sobre los medios, conformando el criterio básico de la doble ambivalencia moral sobre la sociedad de la información (ambivalencia no sólo instrumental sino también estructural).
- Introducción de nuevos objetivos tanto en el campo de la relación entre Iglesia y medios, con la preponderancia de la “pastoral de la cultura” sobre la comunicación institucional, subordinada a ésta; como en el campo de la creación y desarrollo de medios de comunicación social propios, pues para la evangelización de la cultura mediática son esenciales los medios generalistas, y no sólo los temáticos.

Esto requiere grandes dosis de coraje, pero también exige una gran sabiduría y capacidad de cambio e innovación: “No sólo debemos usar los medios de comunicación para anunciar a Cristo al mundo; debemos predicar el Evangelio también al mundo de los medios de comunicación”<sup>106</sup>.

Especialmente interesante para descubrir cómo el pensamiento de Juan Pablo II constituye el gran corpus doctrinal sobre las comunicaciones sociales del magisterio de la Iglesia —un corpus de más de 300 documentos, entre discursos, mensajes, referencias en encíclicas y cartas pastorales, en el que se cita íntegro todo el magisterio anterior, y en el que se abordan por completo todos los temas que estudian las ciencias de la comunicación—<sup>107</sup>, es recordar cuales son los principales principios de su exhaustiva doctrina teológica, filosófica, ética y pastoral sobre las comunicaciones sociales:

1. Considera que la comunicación social no es una realidad coyuntural, sino una consecuencia antropológica de la aspiración de la condición humana de escudriñar el misterio de la realidad, a la comunicabilidad en la fraternidad y en la solidaridad.
2. Afirma que Dios mismo ha creado en el hombre la exigencia de la comunicación y las capacidades de desarrollarla a escala planetaria. La teología de la creación, de la revelación, y del misterio trinitario llevan a la conclusión de que la verdad plena de la comunicación se encuentra en la comunión.
3. Considera el mundo de la comunicación como el primer areópago del tiempo moderno, por lo que los medios, no siendo fines, tampoco son ya meros instrumentos, pues conforman una cultura mediática.
4. Considera la ética de la cultura mediática como doblemente ambivalente: instrumentalmente por su uso, y estructuralmente porque puede promover una cultura tanto humanizadora como deshumanizadora.
5. Defiende que la del comunicador social es una vocación salvífica y profética, noble, creativa, exigente y apasionada, de servicio al hombre, en la que la fe aporta no un *plus* de subjetividad, sino un *plus* de objetividad, de capacidad de introspección en el misterio de la realidad, de empatía con el ser humano,

<sup>106</sup> *Ibid.*, nº 3. El Director del Secretariado de la Comisión Episcopal de MCS de la CEE explica a este propósito que: “El problema en la relación Iglesia-medios de comunicación es, por tanto, cultural y la acción pastoral que lo solvente ha de ser de esa índole: inculcar el Evangelio en la cultura mediática, en sus lenguajes y con sus técnicas. Esto tiene que provocar en la propia Iglesia un cambio importante en su estrategia comunicativa y en su acción pastoral, pues no basta ya una concepción difusionista de las comunicaciones, que se limite a usar los medios como simples instrumentos evangelizadores, es necesario una pastoral más integral que, por una parte, contribuya a que toda la Iglesia en su conjunto y en sus propias instituciones y comunidades sea ella misma más comunicativa y transparente, y por otro lado, se proceda de manera más creativa y audaz a una presencia eficaz en el mundo de las comunicaciones, destinando para ello más medios y personas cualificados que, con su trabajo profesional y voluntario, hagan de la comunicación el ámbito privilegiado de su compromiso cristiano, con una espiritualidad propia”: JOSÉ MARÍA GIL TAMAYO, “Una pastoral de la cultura”, en *Ecclesia* (Madrid: 2002), pp. 674-675.

<sup>107</sup> Estudiados en mi tesis doctoral que bajo el título *El pensamiento de Juan Pablo II sobre Ética en las comunicaciones sociales*, fue defendido y evaluado con sobresaliente *cum laudem* en la Universidad San Pablo CEU en 2003.

siempre implicado en la tarea comunicativa, y de comprensión de su situación, de su misterio, de su sentido.

6. Analiza los efectos sociales y culturales negativos del actual desarrollo de la sociedad de la información (avasallamiento, alienación, falsificación “virtual” de la realidad, selección tendenciosa, intrusismo en el santuario familiar, manipulación del lenguaje, conducción de ideologías, amenaza a la libertad, desarrollo deshumanizador de la globalización mediática, y colonialismo cultural) no disminuyen los motivos de esperanza, basados en la predisposición de esta cultura hacia los fines naturales de la comunicación.
7. Defiende la responsabilidad del comunicador social como aquella que *se define* por su profesionalidad, libertad, normalización y espiritualidad; que *se objetiviza* ante Dios, ante la conciencia, y ante los públicos; que *se comparte* con los demás medios de configuración cultural de la sociedad; y que *se proyecta* en la consecución de la fraternidad universal, y que *se ejerce* en el respeto a la dignidad humana, y el servicio a la verdad, tanto en la información como en la opinión.
8. Defiende la responsabilidad de los usuarios de la comunicación social, tanto de los individuos como de las familias, que parte del derecho a ser considerados sujetos activos del proceso de comunicación y respetados en sus convicciones, y lleva a sus deberes de formación crítica, de protección de los menores, de discernimiento en la selección de la oferta comunicativa, de asociacionismo y de intervención en el proceso comunicativo.
9. Defiende la responsabilidad de las autoridades públicas, no desde el control, susceptible del intervencionismo político, sino desde la tutela de los derechos en juego y desde la propuesta de un “nuevo orden de la comunicación”, que promueva una cultura comunicacional basada en sólidos valores humanos.
10. Defiende la completa veracidad de la información, sin claudicaciones al sensacionalismo, cuando están en juego los valores del derecho a la intimidad, a la protección de los más indefensos, o los requisitos de la caridad respecto a la fama de las personas;
11. Defiende la integridad, la independencia y la honestidad de la información en el escrupuloso respeto a las normas morales, los legítimos intereses y la dignidad del hombre, tanto en la obtención de las noticias como en su difusión;
12. Juan Pablo II defiende la objetividad de la información, “objetividad posible”, como deseo apremiante y desinteresado de veracidad, como decisión de proponer la verdad, de no manipular la verdad, de ser incorruptibles ante la verdad. Y rechaza el concepto de imposible objetividad. Objetividad que no es neutralidad, pues la información no puede ser neutra frente a problemas y situaciones relacionados con los derechos humanos, la justicia y la paz;
13. Defiende la universalidad temática de la información en la satisfacción del interés de los públicos en tener un conocimiento completo y permanente de la actualidad de las vicisitudes de todos los hombres y todos los pueblos, al servicio de una opinión pública promotora de unidad y de fraternidad.

14. Aboga por una opinión pública libre y justa, que tiene como criterio de valoración de cada persona y de cada acontecimiento la común e igual dignidad de todo ser humano, los valores de la familia, la paz, la justicia social, la infancia, la mujer y la tercera edad, y la libertad religiosa, y denuncia la contradicción existente entre una mentalidad insolidaria y una “sensacional” exposición de la insolidaridad en el mundo, y el abuso de los datos estadísticos de opinión presentados como *fuentes* y no como *efectos* de una opinión prefabricada.
15. Propone criterios de discernimiento ético de la publicidad: su adecuación a la verdad, como requisito indiscutible de su consideración ética, y a la necesidad de que una comunicación destinada al consumo no debe olvidar el valor de la conciencia social.
16. Denuncia los perjuicios causados por un abusivo uso del audiovisual por niños y jóvenes (suyos son los conceptos de *niñera electrónica* y *videoddependencia*), la violencia, la pornografía, la derivación del espectáculo en superficialidad, la caricaturización de la realidad humana y social; mientras que aplaude la capacidad de la televisión de transmitir la esperanza con la narración de vicisitudes que estimulan, a través de modelos que inspiran y de experiencias compartidas que consuelan y confortan, y defiende la creación de consejos sociales de control.
17. Considera el cine vehículo de espiritualidad y de cultura, crisol de lenguajes artísticos, transmisor del perenne mensaje de la vida, maestro de valores y custodio de la memoria histórica. Es espejo del espíritu humano, de su culpa y gracia, opresión y redención, justicia e injusticia, solidaridad y amor al prójimo, esperanza y consuelo, que busca constantemente a Dios, a menudo incluso sin darse cuenta.
18. Considera que las nuevas redes informáticas constituyen un gran desafío cultural y ve grandes posibilidades para el bien común de estas nuevas formas de intercomunicación hasta hoy desconocidas, a la vez que denuncia la contradicción de un mundo cada vez más desunido entre norte y sur, también a causa de las nuevas tecnologías (*brecha digital*), y el déficit jurídico respecto a los peligros de desinformación y de sometimiento cultural.
19. Aboga por una pastoral de la Comunicación Social que haga de los medios de comunicación instrumentos al servicio de la Nueva Evangelización (nueva en su ardor, en sus métodos y en sus expresiones), pero que además, considerando los nuevos areópagos de esta Nueva Evangelización, no sólo hay que usar los medios para evangelizar, sino que hay que evangelizar el mundo mismo de los medios, que conforman toda una cultura, la mediática, que esta por evangelizar.
20. Reconoce que el rápido desarrollo de las tecnologías en el campo de los medios de comunicación es seguramente uno de los signos del progreso de la sociedad actual, y que en este contexto, los instrumentos de comunicación pueden ser usados *para proclamar el Evangelio o para reducirlo al silencio en los corazones de los hombres*. Por lo que con prudencia y sabiduría pastoral se debe alentar en las comunidades eclesiales a cuantos tienen dotes específicas para trabajar en el mundo de los medios de comunicación, de manera que lleguen a ser profesionales capaces de dialogar con el vasto mundo mediático.

## 4.6.- Benedicto XVI: Un nuevo areópago para la comunión

Podemos decir con seguridad que el incipiente magisterio de Benedicto XVI sobre las comunicaciones sociales se sitúa en un claro desarrollo del magisterio de su predecesor. De momento, los más importantes documentos del actual Papa sobre comunicaciones sociales son sus tres primeros mensajes de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales de su pontificado, las Jornadas XL y XLI, desde su creación (*disponibles en [www.vatican.va](http://www.vatican.va)*). Exponemos por orden las principales ideas de estos mensajes:

Del primero de ellos, que lleva por título “Los medios, red de comunicación, comunión y cooperación”, estas serían sus líneas maestras:

1. *Valor y profundidad:* “Iluminar las conciencias de los individuos y ayudar a formar su pensamiento nunca es una tarea neutral. La comunicación auténtica demanda valor y decisión radicales. Requiere la determinación de aquellos que trabajan en los medios para no debilitarse bajo el peso de tanta información ni para conformarse con verdades parciales o provisionales. Por el contrario, requiere tanto la búsqueda como la transmisión de lo que es el sentido y el fundamento último de la existencia humana, personal y social<sup>108</sup>. De esta forma, los medios pueden contribuir constructivamente a la propagación de todo lo que es bueno y verdadero”.
2. *Apertura a la realidad:* “Aunque los diversos instrumentos de comunicación social facilitan el intercambio de información, ideas y entendimiento mutuo entre grupos, también están teñidos de ambigüedad. Paralelamente a que facilitan *una gran mesa redonda* para el diálogo, algunas tendencias dentro de los medios engendran una forma de mono-cultura que oscurece el genio creador, reduce la sutileza del pensamiento complejo y desestima la especificidad de prácticas culturales y la particularidad de la creencia religiosa. Estas son distorsiones que ocurren cuando la industria de los medios se reduce al servicio de sí misma o funciona solamente guiada por el lucro, perdiendo el sentido de responsabilidad hacia el bien común.
3. *Precisión y defensa de los valores permanentes.* Así pues, deben fomentarse siempre el reporte preciso de los eventos, la explicación completa de los hechos de interés público y la presentación justa de diversos puntos de vista. La necesidad de sostener y apoyar la vida matrimonial y familiar es de particular importancia, precisamente porque se relaciona con el fundamento de cada cultura y sociedad<sup>109</sup>.
4. *Función educativa:* En colaboración con los padres, las industrias de la comunicación social y el entretenimiento pueden ayudar en la difícil pero altamente satisfactoria vocación de educar a la niñez, con la presentación de modelos edificantes de vida y amor humanos<sup>110</sup>. Es muy descorazonador y destructivo para todos nosotros cuando lo opuesto ocurre. ¿No lloran nuestros corazones, muy especialmente, cuando los jóvenes son sujetos de expresiones degradantes o falsas de amor que ridiculizan la dignidad otorgada por Dios de cada persona humana y socavan los intereses de la familia?”
5. *Al servicio del bien común:* “Para motivar tanto una presencia constructiva como una percepción positiva de los medios en la sociedad, deseo reiterar la importancia de los tres pasos identificados por

<sup>108</sup> Cf. JUAN PABLO II, *Fides et Ratio*, nº 5. Carta encíclica. Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 1998.

<sup>109</sup> cf. CONCILIO VATICANO II, *Apostolicam Actuositatem*, nº 11, obra citada.

<sup>110</sup> cf. CONCILIO VATICANO II, *Decreto Inter Mirifica*, obra citada.

mi venerado predecesor el Papa Juan Pablo II, necesarios para el servicio que deben prestar al bien común: formación, participación y diálogo”.<sup>111</sup>

6. *Proteger el tejido de la sociedad civil:* La formación “en el uso responsable y crítico de los medios ayuda a las personas a utilizarlos de manera inteligente y apropiada. El profundo impacto que los medios electrónicos en particular ejercen al generar un nuevo vocabulario e imágenes, que introducen tan fácilmente en la sociedad, no habría de ser sobrevalorado. Precisamente porque los medios contemporáneos configuran la cultura popular, ellos mismos deben sobreponerse a toda tentación de manipular, especialmente a los jóvenes, y por el contrario deben impulsarse en el deseo de formar y servir. De este modo, ellos protegen en vez de erosionar el tejido de la sociedad civil, tan valioso para la persona humana”.
7. *Servicio Público:* La participación “en los medios surge de su naturaleza: son un bien destinado a toda persona. Como servicio público, la comunicación social requiere de un espíritu de cooperación y co-responsabilidad con escrupulosa atención en el uso de los recursos públicos y en el desempeño de los cargos públicos<sup>112</sup>, incluyendo el recurso a marcos normativos y a otras medidas o estructuras diseñadas para lograr este objetivo”.
8. *El diálogo:* “los medios de comunicación deben aprovechar y ejercer las grandes oportunidades que les brindan la promoción del diálogo, el intercambio de conocimientos, la expresión de solidaridad y los vínculos de paz. De esta manera ellos se transforman en recursos incisivos y apreciados para la construcción de la civilización del amor que toda persona anhela”.

Del segundo de ellos, “Los niños y los medios de comunicación social: un reto para la educación”, ya desde el comienzo nos marca cuales son los dos aspectos fundamentales: la formación de los niños, y la formación de los medios mismos:

1. *Los medios marcan profundamente el entorno cultural:* citando de Juan Pablo II la Carta apostólica *El Rápido desarrollo*, y del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, *Aetatis novae*<sup>113</sup>, recuerda Benedicto XVI “la influencia formativa de los medios se contrapone a la de la escuela, de la Iglesia e incluso a la del hogar”.
2. *La formación de los niños:* ya sea la formación de los niños por parte de los medios como la formación de los niños para responder adecuadamente a los medios. Se trata de “una especie de reciprocidad que apunta a la responsabilidad de los medios como industria, y a la necesidad de una participación crítica y activa por parte de los lectores, televidentes u oyentes”. La primera premisa es que “educar a los niños para que hagan un buen uso de los medios es responsabilidad de los padres, de la Iglesia y de la escuela”, porque “los padres deberían de contar con el estímulo y ayuda de las escuelas y parroquias, asegurando así que este aspecto de la paternidad, difícil pero gratificante, sea apoyado por toda la comunidad”.
3. *La educación para los medios debería ser positiva:* “Cuando se pone a los niños delante de lo que es estética y moralmente excelente se les ayuda a desarrollar la apreciación, la prudencia y la capacidad

<sup>111</sup> cf. JUAN PABLO II, *El Rápido Desarrollo*. Carta apostólica dirigida a los responsables de comunicaciones sociales. Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2005.

<sup>112</sup> cf. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en las Comunicaciones Sociales*, nº 20. Ciudad del Vaticano, 2000. En internet en [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

<sup>113</sup> Cf. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Aetatis Novae*, Instrucción pastoral. Ciudad del Vaticano, 1992. ver en [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

de discernimiento. En este punto, es importante reconocer el valor fundamental del ejemplo de los padres y el beneficio de introducir a los jóvenes en los clásicos de la literatura infantil, las bellas artes y la música selecta. Si bien la literatura popular siempre tendrá un lugar propio en la cultura, no debería ser aceptada pasivamente la tentación al sensacionalismo en los lugares de enseñanza. La belleza, que es como un espejo de lo divino, inspira y vivifica los corazones y mentes jóvenes, mientras que la fealdad y la tosquedad tienen un impacto deprimente en las actitudes y comportamientos”.

4. *La educación para los medios*, “como toda labor educativa, requiere la formación del ejercicio de la libertad. Se trata de una tarea exigente. Muy a menudo la libertad se presenta como la búsqueda frenética del placer o de nuevas experiencias. Pero más que de una liberación se trata de una condena. La verdadera libertad nunca condenaría a un individuo —especialmente un niño— a la búsqueda insaciable de la novedad. A la luz de la verdad, la auténtica libertad se experimenta como una respuesta definitiva al *sí* de Dios a la humanidad, que nos llama a elegir lo que es bueno, verdadero y bello, no de un modo discriminado sino deliberadamente. Los padres de familia son, pues, los guardianes de la libertad de sus hijos; y en la medida en que les devuelven esa libertad, los conducen a la profunda alegría de la vida (cf. *Discurso en el V Encuentro Mundial de las Familias*, Valencia, 8 julio 2006)”.
5. *La responsabilidad educativa de los medios*: “Este profundo deseo de los padres y profesores de educar a los niños en el camino de la belleza, de la verdad y de la bondad, solo será favorecido por la industria de los medios en la medida en que promueva la dignidad fundamental del ser humano, el verdadero valor del matrimonio y de la vida familiar, así como los logros y metas de la humanidad. De ahí que la necesidad de que los medios estén comprometidos en una formación efectiva y éticamente aceptable sea vista con particular interés e incluso con urgencia, no solamente por los padres y profesores, sino también por todos aquéllos que tienen un sentido de responsabilidad cívica”.
6. *De la intención a la consecución*. “Si bien afirmamos con certeza que muchos operadores de los medios desean hacer lo que es justo<sup>114</sup>, debemos reconocer que los comunicadores se enfrentan con frecuencia a *presiones psicológicas y especiales dilemas éticos*<sup>115</sup> viendo como a veces la competencia comercial fuerza a rebajar su estándar”.
7. *Del entretenimiento a la perversión*: “Toda tendencia a producir programas —incluso películas de animación y video juegos— que exaltan la violencia y reflejan comportamientos antisociales o que, en nombre del entretenimiento, trivializan la sexualidad humana, es perversión; y mucho más cuando se trata de programas dirigidos a niños y adolescentes. ¿Cómo se podría explicar este *entretenimiento* a los innumerables jóvenes inocentes que son víctimas realmente de la violencia, la explotación y el abuso? A este respecto, haríamos bien en reflexionar sobre el contraste entre Cristo, que *abrazaba a los niños, y los bendecía poniendo las manos sobre ellos* (Mc 10,16), y aquél que *escandaliza a uno de estos pequeños más le vale que le pongan al cuello una piedra de molino* (Lc 17,2). Exhorto nuevamente a los responsables de la industria de estos medios para que formen y motiven a los productores a salvaguardar el bien común, a preservar la verdad, a proteger la dignidad humana individual y a promover el respeto por las necesidades de la familia.
8. *La responsabilidad de la Iglesia*. “La Iglesia misma, a la luz del mensaje de salvación que se le ha confiado, es también maestra en humanidad y aprovecha la oportunidad para ofrecer ayuda a los padres, educadores, comunicadores y jóvenes. Las parroquias y los programas escolares, hoy en día,

<sup>114</sup> cf. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Ética en las comunicaciones sociales*, nº 4, obra citada.

<sup>115</sup> Cf. PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES, *Aetatis novae*, nº 19, obra citada.

deberían estar a la vanguardia en lo que respecta a la educación para los medios de comunicación social. Sobre todo, la Iglesia desea compartir una visión de la dignidad humana que es el centro de toda auténtica comunicación. *Al verlo con los ojos de Cristo, puedo dar al otro mucho más que cosas externas necesarias: puedo ofrecerle la mirada de amor que él necesita (Deus caritas est, 18)*<sup>116</sup>.

## 5.- Conclusión

La brevísima síntesis del magisterio pontificio sobre las comunicaciones sociales expuesta en este texto, puede servir para suscitar el deseo de adentrarse a la amplísima reflexión e implicación activa de la Iglesia en su diálogo y en su apuesta por el mundo de las comunicaciones sociales, inseparable del magisterio, los gestos y las iniciativas (mediáticas, pastorales, y sociales) ya no sólo de los papas, sino de todos los sucesores de los apóstoles en comunión con el Santo Padre, en la rica y plural vitalidad de la universalidad de la Iglesia en todo el mundo.

Medios de comunicación católicos —temáticos o generalistas—, universidades católicas, iniciativas mediáticas de grupos y movimientos de la Iglesia, aportaciones de intelectuales y profesionales católicos a la ciencia de la comunicación, educación en el espíritu crítico de los usuarios de los medios en pro de una comunicación más interactiva, y acompañamiento pastoral a los hombres y mujeres de la comunicación, constituyen un completo abanico de esta presencia que encuentra en el magisterio pontificio sobre las comunicaciones sociales su principal hoja de ruta, fundamento, y motivación.

Y sería necesario que este rico magisterio, tan desconocido en el discurso académico y en la cotidianidad profesional de la comunicación, incluidos aquellos de sus ámbitos más cercanos a la vida de la Iglesia, como poco conocida es la doctrina social de la Iglesia tanto dentro como fuera de ella, llegase a ser estudiado por pastores y fieles en la comunión de la Iglesia, por emisores y receptores de los medios de comunicación, y por empresarios y profesionales de la comunicación, a fin de que los medios no sólo sean vistos, la mayoría de ellos como realidades extrañas a la vida y la misión de la iglesia, o como meros instrumentos de evangelización tan sólo unos pocos de ellos, sino que vistos desde el plan de Dios, pueda pensarse y realizarse la evangelización del mundo de las comunicaciones, único modo de garantizar su recta conducción hacia su fin al servicio del hombre, su deseable humanización.

---

<sup>116</sup> BENEDICTO XVI, *Deus Caritas Est*. Carta encíclica. Libreria Editrice Vaticana, Ciudad del Vaticano, 2005.

## 6.- Bibliografía

BENEDICTO XVI, *Deus Caritas Est*. Carta encíclica. Libreria Eitricce Vaticana, Città del Vaticano, 2005.

BLAZQUEZ, NICETO, *Ética y medios de comunicación social*, BAC, Madrid, 2002.

BRU, MANUEL MARÍA “El Padre Alberione, apóstol de la comunicación social”, en *Alfa y Omega* (1ª Época/ nº 30/ 30-04-1995).

BRU, MANUEL MARÍA, *El pensamiento de Juan Pablo II sobre Ética en las comunicaciones sociales*, tesis doctoral calificada con sobresaliente *cum laudem* en la Universidad San Pablo CEU, Madrid, 2003.

BRU, MANUEL MARÍA, “La Jornada de las Comunicaciones sociales”, *Ciudad Nueva* (nº 331), Madrid, 1997.

BRU, MANUEL MARÍA, *Testigos del Espíritu. Los nuevos líderes católicos: movimientos y comunidades*, Edibesa, Madrid, 1998.

CATECISMO DE LA IGLESIA CATÓLICA, Asociación de Editores del Catecismo, Madrid, 1992.

CÓDIGO DE DERECHO CANÓNICO, Biblioteca de Autores Cristianos (BAC), Madrid, 1983.

CONCILIO VATICANO II, *Lumen Gentium*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Sacrosanctum Concilium*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Decreto Inter Mirifica*, BAC, Madrid, 1993.

CONCILIO VATICANO II, *Gravissimum Educationis*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Apostolicam Actuositatem*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Ad gentes*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Christus Dominus*, BAC, Madrid, 1966.

CONCILIO VATICANO II, *Dignitatis humanae*, BAC, Madrid, 1966.

EQUIPO DE ESPECIALISTAS, *Comunicaciones, fe y cultura. Jornadas Nacionales de Pastoral de los Medios de Comunicación Social*, colección “Teología y pastoral”. Ediciones Paulinas, Madrid 1984.

FERNÁNDEZ DE PRADA, MIGUEL “Juan XXIII, *El Papa bueno*”, *Cooperador Paulino* (Madrid: Nº 102/Enero-Febrero 2000), p. 31.

FERNÁNDEZ DE PRADA, MIGUEL “Juan Pablo I, el Papa de la sonrisa”, *Cooperador Paulino* (nº 105) Madrid: 2000, p. 33.

FERNÁNDEZ DE PRADA, MIGUEL, “Los medios modernos de divulgación, un don de Dios”, *Cooperador Paulino* (Madrid: N° 100/ septiembre-octubre 1999), pp. 32-33.

FERNÁNDEZ DE PRADA, MIGUEL, “Pío XII, un pionero de la comunicación”, *Cooperador Paulino* (Madrid: N° 101/Noviembre-diciembre 1999), pp. 32-33.

GIL TAMAYO, JOSÉ MARÍA, “Una pastoral de la cultura”, en *Ecclesia*, Madrid, 2002.

GUERRERO, FERNANDO (director), *El Magisterio Pontificio Contemporáneo. Colección de Encíclicas y Documentos desde León XII hasta Juan Pablo II* (Madrid: BAC, 1997), Tomo II (Evangelización. Familia. Educación. Orden Sociopolítico).

GUTIÉRREZ GARCÍA, JOSÉ LUIS. *Introducción a la Doctrina Social de la Iglesia*. Barcelona: Editorial Ariel. 2001, p. 495.

IRIBARREN, JESÚS, *El Derecho de la Verdad. Doctrina de la Iglesia sobre la prensa, radio y televisión (1831-1968)* (Madrid: BAC, 1968).

JUAN PABLO I, *Enseñanzas al Pueblo de Dios*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 1978.

JUAN PABLO II, “El desafío de la era de la computadora”, *Ecclesia*, Madrid, 1990.

JUAN PABLO II, “Essere al servizio del Popolo di Dio nell’attuale momento storico del continente Latino-americano”, en *Insegnamenti di Giovanni Paolo II*, Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 1983, Tomo IV.

JUAN PABLO II, *Fides et Ratio*, 5. Carta encíclica. Libreria Editrice Vaticana, Città del Vaticano, 1998.

JUAN PABLO II, *Novo Millennio Ineunte*, Edice, Madrid, 2001.

JUAN PABLO II, “Redemptoris Missio” (n° 37), *Ecclesia* (Madrid 1991). Carta Encíclica sobre la permanente validez del mandato misionero, del 7 de diciembre de 1990.

JUAN PABLO II, “Tertio Millenio Adveniente”, *Ecclesia*, Madrid, 1994.

MARTÍNEZ DÍEZ, FELÍCISMO, *Teología de la comunicación social*, BAC, Madrid, 1984.

PABLO VI, “El abuso de los medios de comunicación, ruina irreparable de la sociedad”, *Ecclesia* (Año XXXIV, N° 1784), Madrid, 1976.

PABLO VI, “Gran instrumento de evangelización”, *Ecclesia* (Año XXXIV, N° 1692), Madrid: 1974, p. 671. (Mensaje de la VIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales).

PABLO VI, “La publicidad no debe evadir el juicio moral”, *Ecclesia* (Año XXXII, N° 1594), Madrid, 1972, p. 769. (Discurso al Congreso del *Top European Adversting Media*, del 15 de febrero de 1972).

PABLO VI, “Los instrumentos de la comunicación al servicio de la verdad”, *Ecclesia* (Año XXXII, N° 1591), Madrid, 1972, p. 665 (Mensaje para la VI Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, celebrada el 14 de mayo de 1972).

PABLO VI, “Necesidad de diálogo entre la familia y la comunicación social”, *Ecclesia* (Año XXIX, N° 1440), Madrid, 1969, p. 667. (Mensaje de la III Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, del 18 de mayo de 1969).

PABLO VI, *Octogesima adveniens* (Carta Encíclica publicada el 14 de mayo de 1971), *Ecclesia* (Año XXXI, N° 1542), Madrid, 1971.

PABLO VI, “Rechazo todo lo que rompa el verdadero diálogo, y atice la incompreensión y el odio entre los hombres”, *Ecclesia* (Año XXXI, N° 1542), Madrid, 1971, p. 655 (Mensaje de la V Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, celebrada el 23 de mayo de 1971).

PABLO VI, “Sería grave utilizar estos medios para reforzar egoísmos”, *Ecclesia* (Año XXIII, N° 1391), Madrid, 1968, p. 774. (Mensaje de la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales del 26 de mayo de 1968).

PABLO VI, “Un sector delicado e importante del apostolado moderno”, *Ecclesia* (Año XXXVIII, N° 1879), Madrid, 1978, p. 391. (Discurso dirigido a la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, del 8 de marzo de 1978).

PONTIFICIA COMISIÓN PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL, Instrucción pastoral *Communio et Progressio*, Roma, 1971. En internet en [www.vatican.va](http://www.vatican.va).

# Instituto de Estudios de la Democracia

*Presidente*

José Manuel Otero Novas

*Director*

Luis Núñez Ladevéze

*Secretario académico*

Ignacio Blanco Alfonso

*Administración*

Arancha Felipes Alonso

## **Centro de Economía Política y Regulación (CEPYR)**

*Director*

Pedro Schwartz Girón

*Adjunto al Director*

José María Rotellar

*Secretaria académica*

María Blanco González

## **Centro de Estudios de la Transición Democrática Española (CETDE)**

*Director*

Charles Powell

*Secretario académico*

Juan Carlos Jiménez Redondo

## **Observatorio Internacional de Víctimas del Terrorismo (OIVT)**

*Director*

Cayetano González Hermosilla

*Secretario académico*

Pablo López Martín

## **Aula Política**

*Director*

José Manuel Otero Novas

*Secretaria académica*

Tamara Vázquez Barrio

## **Cátedra Alexis de Tocqueville**

*Director*

Dalmacio Negro Pavón

## **Observatorio para el Estudio de la Información Religiosa (OEIR)**

*Comité Consultivo*

Julián Vara Bayón

*Director*

Gabriel Galdón López

**Resumen:** Ni la Iglesia en la era contemporánea ni un ámbito específico de su misión, la de la proposición de su magisterio, han dejado de interesarse, y hasta de apasionarse, con el fenómeno del surgimiento, desarrollo y protagonismo social y cultural de la comunicación social. Esta exposición del magisterio de la Iglesia sobre las comunicaciones sociales promete ser una ventana abierta a una mirada amorosa de la Iglesia al hombre como comunicador y a la humanidad en sus logros e inquietudes humanas. El autor estudia con precisión lo dicho por todos los Sumos Pontífices de los siglos XIX, XX y XXI, para que, visto desde el plan de Dios, pueda pensarse y realizarse la evangelización del mundo de las comunicaciones, único modo de garantizar su recta conducción hacia su fin al servicio del hombre.

**Palabras clave:** Periodismo, información religiosa, periodismo católico, magisterio de la Iglesia, Iglesia y medios de comunicación.

**Abstract:** Neither the Church in recent years, nor the proposal of her teachings, have ceased to pay interest in the beginnings, development and social and cultural protagonism of the social communications. This exposition of the Church magistry on social communications promises to be an open window into a loving look of the church on men as a communicator, and to humanity in its achievements and worries. The author studies with precision and terseness everything said by the Popes of the XIX, XX, and XXI centuries, in order to, seen from God's plan, think and realize the evangelization of the World of communications, only way to guarantee it's straight conduction towards it's aim of serving men.

**Keywords:** Journalism, religious information, catholic journalism, magistry of the Church in social communications, Church and Media.

