

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”¹, 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 temporal². 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

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

² 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 social³, en el ámbito del Magisterio de la Iglesia, y más concretamente, de su Doctrina Social⁴.

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”⁵.

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 pastoral⁶, y por último, llegar al estudio de todas aquellas

³ 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.

⁴ 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.

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

⁶ “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*”⁷.

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 precedentes⁸.

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 prensa⁹.

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”¹⁰.

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.

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

⁸ 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.

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

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