

Teología Moral de la Comunicación

Eduardo Bonnín Barceló

A modo de introducción

En el Concilio Vaticano II sucedió algo un tanto raro con respecto a la Teología de la Comunicación, y que quizás muchos ignoren. Desde la primera sesión conciliar la asamblea se abocó a un estudio sobre uno de los documentos preparatorios de rango menor, por decirlo así, y que trataba de los medios de comunicación social.

Pero los obispos se enfrascaron en las discusiones sobre la liturgia, la Iglesia y la divina Revelación y las diversas redacciones del documento sobre la comunicación pasaron sin pena ni gloria. Por eso cuando al final de la segunda sesión los obispos se encontraron con un documento que no habían estudiado suficientemente y que a muchos les pareció muy pobre, sobre todo desde el punto de vista teológico, bastantes hablaron de la retirada definitiva del esquema, no les parecía un documento digno del Concilio.

Sin embargo, la Comisión Central determinó que el decreto pasara a la votación definitiva. Y así fue como el decreto *Inter mirifica* fue aprobado –junto con la constitución sobre la liturgia en diciembre de 1963–, pero con el mayor número de votos en contra de todos los documentos conciliares (164). Y eso que al final se añadió una cláusula por la que el Concilio mandaba que con posterioridad la Santa Sede publicase una instrucción pastoral sobre esta materia, con la ayuda de peritos de diferentes naciones.

Pero una vez más se demostró que no hay mal que por bien no venga. La Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social se entregó con entusiasmo a la tarea que se le había encomendado, y en mayo de 1971 se publicó por mandato del Papa la instrucción *Comunión y Progreso*, que es de lo “mejorcito” que nos ha dado desde entonces la Santa Sede sobre el tema de la comunicación. Basándome sobre todo en este documento, que citaré por sus siglas (CP), les ofrezco las siguientes reflexiones.

Aspectos teológicos de la comunicación humana

1. El acercamiento y la comunión entre las personas es el fin primero de toda comunicación. Desde la fe cristiana ésta 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 la misma vida de Dios (*cfr.* CP, 8).

2. Dios fue quien inició la comunicación con los seres humanos, empezando así la historia de la salvación. Al llegar la plenitud de los tiempos se comunicó Él mismo: “El Verbo se hizo carne” (Jn 1,14; *cfr.* Gén 3,8-9; 9,1-17; 12,1-3; Hb 1,1-2) (*cfr.* CP, 10).

3. Cuando Cristo, Palabra e Imagen de Dios (*cfr.* Col 1,15; 2Cor 4,4), muere y resucita, libera al género humano y comparte con mayor abundancia (nos comunica) la verdad y la vida de Dios. Él, como único mediador entre Dios y los seres humanos, establece la paz, la comunión con Dios y restaura la unión fraterna entre los hombres. Recordemos los principales textos: Ef 2,13: “Ahora en Cristo Jesús, ustedes, los que en otro tiempo estaban lejos, han llegado a estar cerca por la sangre de Cristo”; Ef 2,14: “Él fue quien derribó el muro que separaba a judíos y gentiles”; Ef 2,18: “Por Él unos y otros tenemos libre acceso al Padre en un mismo Espíritu” (*cfr.* CP, 10).

El decreto sobre las misiones del Vaticano II lo recordó al afirmar: “Dios, para establecer la paz o comunión con Él y una fraterna sociedad entre los hombres pecadores,

dispuso entrar en la historia humana de modo nuevo y definitivo, enviando a su Hijo en carne nuestra” (3a).

4. Desde entonces el fundamento último y el primer modelo de la comunicación entre los seres humanos lo encontramos en Dios que se ha hecho Hombre y Hermano. Cristo manda “comunicar” la Buena Nueva a todos los hombres, proclamándola “a la luz” (Mt 10,27) y “desde los tejados” (Lc 12,3), (*cfr.* CP, 10).

5. El mismo Cristo se presentó como el perfecto “comunicador”. Esta comunicación lleva consigo algo más que la sola manifestación de ideas o expresión de sentimientos: es una entrega de sí mismo por amor.

Rasgos de Cristo como perfecto comunicador

1. Cristo manifiesta la importancia de las actitudes vitales profundas para propiciar la comunicación. Su lenguaje es directo y situado. Él conoce lo que hay en el interior de cada persona (*cfr.* Jn 2,25).

2. No obstante el universalismo de su lenguaje, Jesús nos recuerda que toda comunicación, en la medida en que apunta a la comunión, debe tener siempre como destinatarios preferenciales a los pobres (*cfr.* Lc 4,18). La opción preferencial por los pobres es el modo de “descodificar” el mensaje de Cristo.

3. Al relacionarse y tratar con las personas, Jesús adopta actitudes respetuosas y suscitadoras de libertad. Cada persona que entra en contacto con Él se siente invitada a crecer hacia una liberación total: *cfr.* Mt 9,9 (conversión de Mateo), Lc 6,13-16 (vocación de los apóstoles), Jn 3,1-21 (conversación con Nicodemo), Jn 4,8-26 (conversación con la Samaritana). Jesús no impone creencias, sino que busca promover la plena libertad de los hijos de Dios. Por eso desideologiza la religión de su pueblo, purificándola de todo elemento opresor y esclavizante. Por eso para Él las personas son más importantes que las cosas y las instituciones, *cfr.* Mc 2,7 (el sábado).

4. Jesús transforma a los receptores pasivos, acostumbrados a repetir respuestas mecánicas (*cfr.* Jn 4,20-23; 9,2-3), en receptores libres, críticos, creadores y, por lo tanto, auténticamente comunicadores.

5. Jesús sabe seleccionar y utilizar los medios y modos de comunicación más adecuados a cada circunstancia. Sabe intimar en la comunicación interpersonal, dialogar con un pequeño grupo y dirigirse a las muchedumbres.

6. Por fin, Jesús es el modelo de receptor de los mensajes del Padre y nos revela la praxis que nos permitirá hacer de nuestra vida, como la de Él, un continuo diálogo de alianza filial con Dios.

La Iglesia como misterio de comunión y comunicación

El seguimiento de Jesús y la manifestación del Reino de Dios lo realizamos en cuanto miembros del Pueblo de Dios, de la comunidad cristiana. La Iglesia “prolonga en la tierra la presencia y la acción evangelizadora de Cristo. Después de la Ascensión ella es su nuevo órgano de presencia y comunicación visible” (CELAM, p. 174).

La Iglesia prolonga la obra de Jesús evangelizando, es decir, comunicando a la humanidad todo lo que ella ha recibido de Cristo. “La evangelización, anuncio del Reino, es comunicación: por lo tanto, la comunicación social debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva” (Puebla, no. 1063).

El anuncio y la denuncia para la construcción del Reino de Dios son las dos vertientes de la evangelización que Jesús encomendó a la Iglesia como continuadora de su misión profética.

En su acción evangelizadora la Iglesia se sirve de un medio privilegiado que Dios nos ha dado para su comunicación: la Sagrada Escritura. La verdad profunda y salvadora que la Iglesia comunica es una “verdad viva”: “la insondable riqueza de Cristo” (Ef 3,8).

La Palabra de Dios contenida en la Sagrada Escritura no se ha fosilizado, sino que continúa viva y operante a través de la tradición apostólica. De este modo, a lo largo de la historia, “la Iglesia con su enseñanza, su vida, su culto, conserva y transmite a todas las edades lo que es y lo que cree” (DV, 8a).

Rasgos de la Iglesia comunicadora de la Buena Nueva, según el modelo de Cristo comunicador

1. En primer lugar, al igual que Jesús, la Iglesia debe adoptar una actitud de cercanía a las personas y a los pueblos para evangelizarlos “desde dentro” (CP, no. 11). Esto lleva consigo con respecto a la cultura los dos procesos que se denominan “evangelización de la cultura” e “inculturación del Evangelio”.

También supone un diálogo real con las multitudes que supere un elitismo estrecho y aristocrático y se traduzca en una seria evangelización de la religiosidad popular.

El universalismo de la Iglesia como comunicadora debe llevarla también al diálogo ecuménico con los cristianos no católicos, al diálogo con las religiones no cristianas y al diálogo con los no creyentes. En este diálogo, en el que la Iglesia no sólo da sino también recibe (*cf.* GS, 44), los católicos deben descubrir “con gozo y respeto las semillas del Verbo” que se encuentran en las diversas culturas (*cf.* AG, 11b; Puebla no. 401 y 451).

2. Para que el signo mesiánico de Jesús resplandezca en su vida, la Iglesia, dentro de una apertura sin miedos ni temores, debe comunicarse preferentemente con los más pobres.

Esto debe llevarla a “ser voz de los que no tienen voz”, pero no en un sentido paternalista, sino promoviendo a los pobres, a fin de que éstos tengan cada día una voz más potente que sea escuchada en el mundo entero. Recordemos la afirmación del documento de Puebla de que la opción preferencial por los pobres es “con miras a su liberación integral” (no. 1134).

8.3. La acción evangelizadora de la Iglesia debe ser dialógica, propiciando una pedagogía activa y participativa en la catequesis, estimulando la reflexión y la iniciativa personal en la educación de la fe y ejerciendo también su función profética (anuncio y denuncia) frente a todos los mecanismos de poder, incluyendo a los religiosos y eclesiásticos, que degradan la condición humana y obstaculizan la comunicación para la comunión.

Lo anterior incluye también que se reconozca a los teólogos “la justa libertad de investigación, de pensamiento y de hacer conocer humilde y valerosamente su manera de ver en los campos que son de su competencia” (GS, no. 62g).

4. La Iglesia debe mostrarse a todos, “sin hacer acepción de personas” (1Pe 1,17). Pero debe dejar en claro que no se solidariza con el pecado (personal o estructural) de aquellos a quienes se acerca para transmitirles el Evangelio.

En cuanto sea posible, las acusaciones de mala fe, la difamación y la persecución no deben frenar la capacidad de la Iglesia de comunicar el Evangelio. En último término debe recordarse que el martirio es el “supremo testimonio de amor” (LG, no. 42b).

5. En cuanto a los medios para comunicar su mensaje, la Iglesia debe evangelizar a través de todo lo que ella es: “mediante el testimonio global de su vida” (Puebla, no. 272), que incluye todo lo que ella hace, dice y celebra, y también todas las posibilidades y formas de comunicación que le brinda el espacio cultural dentro del cual vive. Esto significa que debe superarse toda timidez y toda incompetencia culpable para proclamar lo que Cristo le ha comunicado.

6. La Iglesia, en cuanto “sacramento de la unidad de todo el género humano” (LG, no. 1), está urgida por el Espíritu de Jesús a conducir toda comunicación hacia la comunión, en el sentido de acercamiento y convivencia paterno-fraternal que tiene su fundamento en el don del amor que ha recibido de Dios.

La experiencia fundamental de comunión la Iglesia debe vivirla y expresarla en la celebración de los sacramentos, sobre todo en la Eucaristía. Cuando la Eucaristía no es comunión, “eso no es celebrar la cena del Señor” (1Cor 11, 20).

7. La comunicación liberadora es un “hecho global que afecta a todas las relaciones humanas y a la misma pastoral” (Puebla, no. 1074). No se reduce, por lo tanto, a la utilización de los medios masivos de comunicación social.

La Iglesia no debe olvidar que por “el anuncio del Reino, que es comunicación” (Puebla, no. 1065) realiza su misión evangelizadora y pastoral; y que por la liturgia, “que es en sí misma comunicación” (Puebla, no. 1086), vive el profundo misterio de la relación con Dios. Por otra parte, el ejercicio del poder en la Iglesia (ministerio real o regio) debe estar siempre al servicio del diálogo y de la comunión (*cf.* Mt 20,26).

Rasgos principales del compromiso eclesial en materia de comunicación

La Iglesia debe:

Despertar la conciencia de todos, especialmente de los más pobres, en cuanto al derecho a la comunicación.

Esforzarse por construir una sociedad cuya comunicación privilegie el ser sobre el tener, el poder, el saber y el placer.

Promover el diálogo entre personas y entre grupos, pueblos y culturas, como perfil ideal de todo proceso de comunicación y de evangelización.

Favorecer la libertad de expresión y de información en un marco de participación responsable.

Educar para que en el seno de la familia, superando el machismo, se inicie y consolide la formación para la comunicación.

Trabajar por la superación de los graves desequilibrios que en el mundo del trabajo y de la política impiden el acceso y la participación en la comunicación, a fin de que ésta no esté al servicio de determinados intereses políticos, económicos e ideológicos.

Aspectos teológico-morales de la comunicación humana

La caridad engendra comunión con Dios y con los hermanos. Por esto si el acercamiento y la comunión “es el fin primario de toda comunicación” (CP, no. 8), desde una perspectiva ética deben estudiarse cuáles son aquellas actitudes y aquellos valores que favorecen el que la comunicación se convierta en comunión y, al mismo tiempo, aquellas actitudes y antivalores que impiden este proceso. Debemos tener en cuenta que cuanto más los seres humanos “libremente se comprenden y más cordialmente se vuelven hacia los demás, tanto más caminan hacia la justicia y la paz, la benevolencia y la mutua ayuda, el amor y, consiguientemente, hacia la comunión” (CP, no. 12). En cuanto el Reino de Dios es

“justicia, paz y gozo en el Espíritu Santo” (Rm 14,17) también es indudable que unas actitudes personales y unas estructuras sociales que faciliten la comunión, hacen también más presente el Reino de Dios en nuestro mundo. El Documento de Puebla afirma: “La comunión que ha de construirse entre los hombres abarca el ser, desde las raíces de su amor, y ha de manifestarse en toda la vida, aun en su dimensión económica, social y política. Producida por el Padre, el Hijo y el Espíritu Santo es la comunicación de su propia comunión trinitaria” (no. 215).

Valores que deben realizarse en la práctica de la comunicación social

a) El mismo ser humano es la norma suprema en la práctica de toda comunicación (*cfr.* CP, no. 14). Los principios morales que a ella se refieren deben apoyarse en la dignidad de la persona, llamada a formar parte de la familia de los hijos de Dios, y que debe ser considerada como fin en sí misma y no como medio o instrumento.

b) Por otro lado, estos principios morales dimanar de la íntima naturaleza de la comunicación social y de las peculiaridades de cada uno de sus instrumentos (*cfr.* CP, no. 14). De ahí que “cuantos quieran situar debidamente los medios de comunicación dentro de la historia de la Creación y de la Encarnación redentora, y asegurar por ello su misma honestidad, tendrán que contemplar al hombre en su integridad y conocer perfectamente la naturaleza de la comunicación social y de sus instrumentos” (CP, no. 15), sean éstos naturales o técnicos.

En este campo, un uso “ingenuo”, ignorante de los conocimientos que nos proporciona la sociología, la psicología o la técnica, puede convertirse en un grave pecado de omisión, al no respetar la naturaleza de la comunicación y propiciar la incomunicación (piénsese, por ejemplo, en los jóvenes que se alejan de la Iglesia al no poder aceptar la oratoria de algunos sacerdotes).

c) “Es necesario que toda comunicación se ajuste a la ley primordial de la sinceridad, de la honradez y de la verdad. No bastan, pues, la buena intención y la recta voluntad para que la comunicación resulte, sin más, honesta. Es además necesario que la comunicación difunda los hechos a partir de la verdad, esto es, que dé una imagen verdadera de las cosas y que ella misma tenga su propia verdad intrínseca. La estima y valor moral de una comunicación no nace sólo de su contenido ni de su enseñanza teórica, sino también del motivo que la determina, del modo y técnica de expresión y persuasión, de las circunstancias y de la diversidad misma de los hombres a los que se dirige” (CP, no. 17).

d) Como valor especialmente importante hay que tener en cuenta que toda comunicación debe estar al servicio de la liberación integral de la persona. Esto lleva consigo el crear o construir un ambiente adecuado para que la persona se libere de todas sus esclavitudes, la principal de las cuales es el pecado. A nivel comunitario la comunicación debe fomentar la actitud crítica y transformadora frente a la realidad política, económica o cultural.

Todos los valores hasta aquí indicados tienen una estrecha relación con la práctica de los derechos fundamentales a la verdad, a la educación, a la opinión y a la información.

Contravalores que deben evitarse en la práctica de la comunicación social

a) Debe evitarse la manipulación de la conciencia humana a través de mensajes que, en forma directa o indirectamente subliminal (es decir, apelando al subconsciente) vulneran la intimidad y la libertad personales.

b) Hay que evitar en la comunicación todo sensacionalismo que fomente de algún modo el sadomasoquismo de la persona o de la sociedad. La apología de la violencia y de la pornografía habrán de ser especialmente evitadas.

c) Debe evitarse la formación del “hombre unidimensional”, es decir, tal “adaptación” de la persona al sistema establecido, que la convierte en un “robot” que, sin ninguna posibilidad crítica, se limita a reproducir y mantener las actuales estructuras de injusticia.

Acerca del autor

Eduardo Bonnín Barceló, Sch. P., sacerdote Escolapio, realizó la Licenciatura en Teología por la Universidad Pontificia de Salamanca, España. Obtuvo el doctorado en Teología Moral por la Universidad Pontificia Comillas, en Madrid.

Ha sido profesor de Teología Moral en varias instituciones, como el Teologado Escolapio de España, el Instituto “*Regina Mundi*” de Roma y el Seminario Regional de Trujillo en Perú. Fue profesor de la Universidad Nacional de Costa Rica y en la Universidad Pontificia de México. Actualmente es Colaborador del IMDOSOC.

Ha publicado una veintena de obras, la mayoría relacionadas a la Ciencia Moral y Ética, y ha escrito en revistas nacionales e internacionales.

Reproducido con autorización de: www.vidapastoral.com