

Instrumentos de Comunicación Social

Ignacio Ibáñez, S. J.

A casi un año de distancia, todavía parece flotar en ambientes católicos la impresión de extrañeza, por no decir disgusto, que en un principio se experimentó al insertarse el argumento de Instrumentos de Comunicación Social entre los temas que el Vaticano II había de estudiar y discutir. Parecía a no pocos un atentado contra la dignidad y seriedad de todo un Concilio el que éste se rebajara a estudiar un tema tan mundano; que se mezclaran las altas disquisiciones de la Ciencia Sagrada, la Teología, con estas modernas invenciones, más fruto del diablo que de Dios.

Pero el Papa Juan, de recio contacto con el mundo, conocía perfectamente el alcance de las mismas en todo campo: histórico, psicológico, moral y aun religioso. Sabía que la Iglesia se ocupa, sí, de las almas, pero de unas almas encarnadas en cuerpos del siglo veinte. No le pasaban por alto los 300 millones de periódicos que diariamente inundan el mercado; ni los 200 millones de revistas distribuidas semanalmente; ni

los 12.000 millones de espectadores que abarrotan las salas cinematográficas; como tampoco las siete mil emisoras de radio o las mil estaciones televisivas con sus 13 millones de televisores.

Iglesia de su tiempo

No es nada novedoso, por otra parte. La Iglesia siempre ha vivido en su tiempo; lo mismo con los monjes que abandonan sus salmodias para transcribir los pergaminos de Ovidio, Cicerón, Virgilio, como cuando, en la Edad Media, los pórticos catedralicios sirven de majestuoso cuadro para representar en forma teatral los más profundos misterios, escritos por plumas clericales.

El mismo hecho ha sido recientemente expresado por Pío XII cuando, hablando de todas estas técnicas, decía: "Son gloria de nuestro tiempo, fruto del ingenio humano y al mismo tiempo dones de Dios." Y por esta razón en 1948 fundaba la Pontificia Comisión para la Cinematografía, ampliada cuatro años más tarde a la Radio y la Televisión.

Al sonar la hora del Vaticano II, Juan XXIII propuso un esquema que por título decía: "De scriptis prelo edendis et de spectaculis moderandis". Sobre los escritos que se publican y los espectáculos que hay que orientar. Pero era demasiado largo y complejo el título como para que satisficiera; por eso se revisan los nombres ya existentes para seleccionar aquel con que se bauticen estos medios por parte de la Iglesia.

"Técnicas audio-visuales" no acaba de convencer, pues parece que con él se descarta todo el fenómeno de la prensa escrita para sólo incluir la Radiodifusión y la Televisión.

... ¿Será el de "Mass Communications", comunicación de masas, predominante en el mundo anglosajón? No; porque éste suscita inmediatamente la idea de masas y masificación de las muchedumbres. De acuerdo con que en la mayoría de los casos éste es, por desgracia, el fruto de tales medios, pero lo que la Iglesia pretende precisamente es luchar contra esto; quiere convertir con estas técnicas al hombre en "persona", no número ni masa.

El largo y reflexivo examen de los Padres ofrece al fin el nombre definitivo: INSTRUMENTOS DE COMUNICACION SOCIAL.

Instrumentos

Sin duda alguna que la palabra instrumento reclama la atención sobre la técnica material, pero al mismo tiempo nos habla de un medio-instrumento controlado por la persona que de él se quiere servir; también el bisturí del cirujano es un instrumento, pero más nos hace pensar en la responsabilidad y ciencia del cirujano que lo maneja que en la materialidad del hierro que corta.

Reclamo indudablemente a la responsabilidad humana que debe servirse de estos instrumentos. Medios que sirven al hombre para una finalidad que de él depende directamente. Entra en juego, por lo tanto, la persona humana y no la simple transmisión mecánica.

Idea madre ésta de "instrumento" perfeccionada por las que complementan el título.

Comunicación

Término sustantivo y substancial, por lo tanto. Comunicación, se ha dicho repetidamente, quiere decir relación entre dos personas. El problema de la comunicación no consiste, por lo tanto, en decir a una persona algo que no conoce. Su alcance es mucho mayor, ya que únicamente se efectuará una verdadera comunicación cuando se produzca una acción en común entre el que comunica y el que recibe. Es acción en común, por lo tanto; una actividad continuada que dista mucho de ser una mera pasividad de parte de quien recibe. En el fondo siempre está una forma de acción o, mejor dicho, de comunidad en la acción, una solidaridad entre los que se comunican.

Profundas serán, por lo tanto, las consecuencias de este principio, sobre todo para despertar la conciencia de quien recibe, haciéndole responsable de sus deberes y también en su parte de ofrecer y dar algo. Idea insinuada indudablemente en las primeras palabras del decreto conciliar:

"La Iglesia nuestra Madre acoge y fomenta de modo particular aquellas invenciones que se dirigen al espíritu humano y han abierto caminos nuevos para comunicar facilísimamente noticias, ideas y directrices."

Social

Esta comunicación puede verificarse de muchas maneras; puede ser personal, entre dos personas. Pero puede también orientarse para llegar no a la persona aisladamente, sino en cuanto forma parte de un grupo, a las personas reunidas en medio de la sociedad en que viven, en una sala de espectáculo cinematográfico, por ejemplo, o en el estrecho círculo de la familia reunida en torno al aparato televisivo.

Cierto que hoy en día el lenguaje se quiere hacer cada vez más individual, más intimista, aun dirigido a multitud de personas, con el fin de lograr una mayor intimidad psicológica. Con todo, muy bien se puede afirmar que, aunque la comunicación vaya dirigida en forma individual y personal a una persona, nunca se pierde de vista que tras aquella persona se esconden millones de hombres. Por esto el lenguaje radiofónico, televisivo sobre todo, supone no uno, cinco o diez millones de personas, sino una, cinco o diez millones de veces una persona.

Precisamente por dirigirse estas nuevas técnicas a la sociedad, este lenguaje constituirá uno de los factores esenciales de aquella socialización de que hablaba Juan XXIII en su encíclica "Mater et Magistra"; al tiempo que hacía ver en esta socialización una de las características de nuestro tiempo.

Socialización entendida como progresivo multiplicarse de relaciones humanas en la mutua convivencia y en las más variadas formas de vida y actividad.

Nadie pone hoy en duda el papel importante, crucial, que en esta línea de la socialización realizan y han de realizar en progresión constante estos instrumentos de comunicación social.

"Socialización" en el plano intelectual, equilibrando con armonía, cada vez más perfecta, los diversos niveles de vida cultural en las diferentes capas sociales.

Evidente a ojos vistas es el progreso realizado en estos últimos años. Prensa, Cine, Radio, Televisión, han ofrecido un no despreciable tributo tanto en la alfabetización de las masas como en la formación de una cultura base general. No faltará quien arguya la falta de profundidad simbolizada en tiempos pasados por una sobresaliente y prestigiosa élite, al lado de las masas abandonadas. Por algo se ha dicho que el país de los grandes picos es también el de las grandes simas.

"Socialización" en costumbres externas como formas de vestir, horarios de vida de familia, alimentación, deportes, etc.

"Socialización", en fin, y sobre todo, en el mutuo conocimiento de los problemas de los otros y, como lógica consecuencia, en un mayor interés por las preocupaciones que angustian a los hombres. Ejemplo típico, la oleada de interés, solidaridad y viva tristeza despertadas en todo el mundo ante hechos como los funerales de Juan XXIII o el asesinato del presidente Kennedy, de resonancias mundiales, gracias a estos medios de Comunicación Social.

Principios fundamentales

Declarado el nombre y alcance del decreto conciliar se adentro éste en un estudio general que, sin llegar a ser muy particularizado y detallado, no se pierde por eso tampoco en los etéreos niveles de lo vago, abstracto e impreciso. Se enuncian los principios básicos de los que emana toda su doctrina y que a su vez servirán de fundamento para el directorio concreto y detallado.

No podía faltar entre estos principios el enunciado substancial del derecho de la Iglesia al libre ejercicio y uso de estos instrumentos, derivado del deber apostólico de predicar su doctrina a todo hombre, esencial a su misma naturaleza. Pío XII recordó en la Miranda Prorsus este derecho cuando decía: "La Iglesia debe transmitir sus propios mensajes a todos los hombres; mensaje de incomparable riqueza espiritual y poder, mensaje que cada hombre debe reconocer y aceptar."

Derecho substancial de la Iglesia como lo es el del hombre en particular a ser informado, más, si cabe, el hombre moderno encuadrado dentro de unas necesidades de orden político, civil y económico que en todo momento debe apreciar.

Derecho de ser justamente informado, reconocido ciertamente por todos, pero de muy diferentes formas aplicado, desde los países totalitarios a aquellos incluso liberales donde es el Estado la autoridad que impone, como una gran hacienda, que controla y difunde las noticias a su placer o donde incluso las grandes compañías comerciales imponen su criterio, excluyendo de hecho una posibilidad admitida en teoría.

Frente a estas realidades se eleva clara la doctrina de la Iglesia ya expuesta valientemente en la "Pacem in terris":

“Todo ser humano tiene derecho natural, debido al respeto a su persona, a la libertad en la búsqueda de la verdad... para obtener una información objetiva de aquello que sucede... El derecho a la libertad en la búsqueda de la verdad; el derecho de buscar siempre más extensamente, más profundamente...”.

Y como dice el texto del decreto:

“Pertenece a la sociedad humana el derecho de información sobre cuanto conviene a las personas, individuales como asociadas... Con todo el recto ejercicio de este derecho exige que la comunicación sea siempre verdadera respecto al contenido e íntegra, salvada, la justicia y la caridad.”

Contenido de la comunicación

La amplitud del tema que abarca toda noticia, idea, hecho comunicable, obliga al decreto a ceñirse sobre un punto crucial: la presentación del mal:

“De otra parte la narración, descripción y representación del mal moral puede servir sin duda alguna, con el auxilio de los instrumentos de comunicación social, para conocer y descubrir mejor al hombre...; sin embargo, para que no produzcan mayor daño a las almas han de moderarse con las leyes morales...”.

Leyes morales que en este campo sintéticamente se pueden reducir a que ante todo el mal jamás se presente como algo deseable; que la venganza no aparezca como justicia ni el divorcio o concubinato como socialmente aceptables y como solución en muchos de los casos, etc.

Siguiendo la misma línea, otra norma exige que el mal no aparezca como atrayente, como, por ejemplo, en obras donde bajo el pretexto de denunciar los vicios se exhibe cuanto solivianta la sensualidad y sexualidad, queriendo compensar todo con la final declaración de que ello no es bueno.

¿Bastan los dos minutos finales de una obra para compensar los 90 anteriores de presentación del mal? No, porque siempre tiene que existir cierta proporción en esta presentación del mal.

No son éstas sino unas normas generales que en cada caso particular deben aplicarse debidamente.

Sujeto que comunica

No podía olvidar el documento el origen de donde procede toda comunicación. Normal que a él vengán atribuidas las principales responsabilidades; desde el periodista o libretista hasta el productor o empresario, pasando por toda la gama de artistas, técnicos, etc.

Responsabilidad que exige, ante todo, conciencia del arma que se emplea. Responsabilidad que puede y debe crecer ante el menor grado de defensa originado por un menor desarrollo cultural o humano, como es el caso concreto de la juventud. A él se debe dirigir la comunicación, no para explotarlo con engañosas ofer-

tas, sino para informarlo y formarlo. Tal vez los viejos negociantes de baratijas por piedras preciosas no estén tan distantes de nosotros aunque hayan cambiado las formas de mercader.

Pero no es sólo la vigilancia sobre estas personas lo que mueve al Concilio; aporte indiscutible de éste ha sido el voto de confianza real y verdadera dado a los laicos desde su recepción en el aula conciliar hasta las actuales deliberaciones para integrarlo dentro de la marcha eclesial.

Y si en algún campo se espera su colaboración efectiva, en éste particularmente deben intervenir dada la naturaleza del instrumento que se manobra.

Confianza por otra parte otorgada no sólo a las personas católicas, sino a todos los hombres de buena voluntad. Los anatemas y sanciones deben pasar para dar paso a una colaboración. No sólo juez severa debe ser la Iglesia, sino colaboradora en todo lo que sea bueno y digno al servicio del hombre.

Público receptor

En una campaña electoral todo elector se informa antes de dar su voto sobre las cualidades morales y políticas del candidato. Sólo así su voto será personal y libre.

También usa el decreto la palabra “elección libre y personal” cuando trata de determinar el deber del público receptor de la comunicación. La compra de un billete para un espectáculo y no para otro; la adquisición de un periódico o revista determinada, ¿que son sino una elección libre y personal ante una corriente determinada?

Pero para esta elección se necesita ser informado adecuadamente por parte de las personas competentes en la materia. Información que al no poder ser siempre oral y personal debe buscarse en las fuentes informativas donde adecuadamente se formulen los debidos juicios. Información que indudablemente no deberá ceñirse al estricto campo moral, sino extenderse por todos los relacionados con él, como el de valores sociales, artísticos...

Y una vez más el decreto muestra su particular atención, principalmente en lo que al cine y televisión se refiere, sobre el público adolescente. De ordinario no se pueden dejar estos juicios al pensamiento indiscriminado de los jóvenes; no son ellos los que deben escoger. Con todo, se debe tender a que su formación se vaya haciendo más completa hasta hacerlos capaces de escoger por sí mismos.

Tras esta síntesis panorámica sobre los puntos esenciales del decreto conciliar sobre los Instrumentos de Comunicación Social, podemos contemplar con mirada optimista el futuro que nos proporcionarán estos instrumentos. Trabajo nuestro será lograr no la destrucción de estas nuevas formas, sino la integración dentro de la actividad de la Iglesia para que el mensaje de Cristo se difunda y más fácilmente penetre en todas las capas sociales. Responsabilidad y compromiso por lograr la utilización de estos “dones de Dios” en el plano de una más perfecta cultura humana.