

# La Iglesia y el derecho a la Información

**El aceptar la crítica de los medios masivos, la necesidad de una sinceridad y una apertura hacia la información y el no quedarse atrás en la transmisión de los hechos, ante el fenómeno de la opinión pública, son grandes principios comentados por el Padre Pedro Arrupe, General de los Jesuitas.**

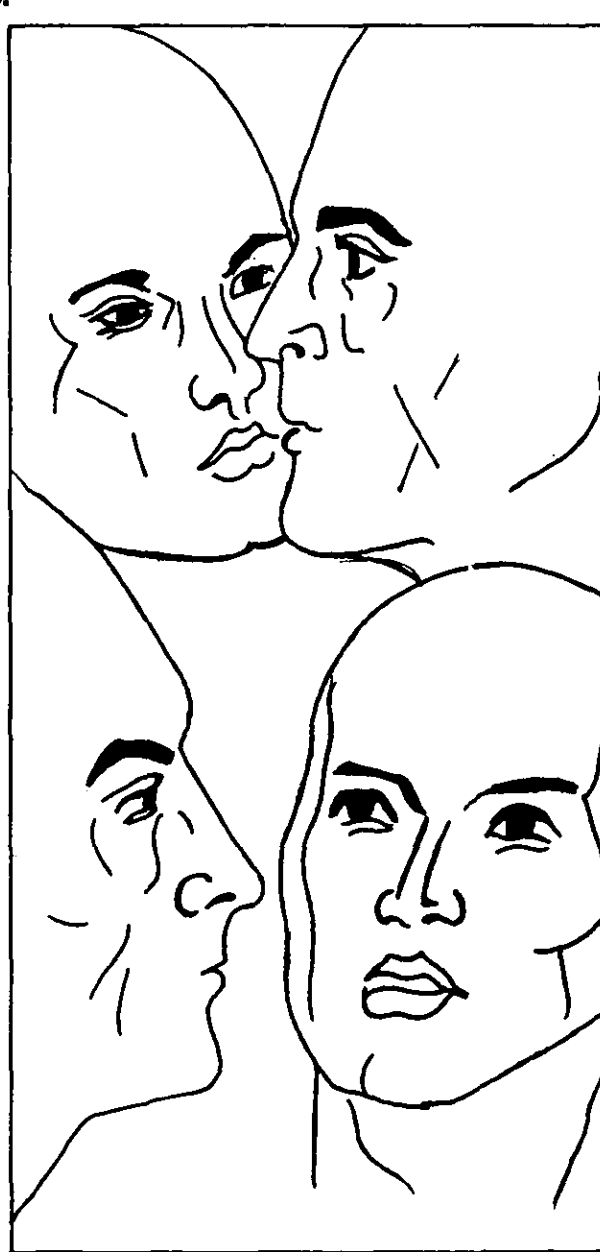
**Pedro Arrupe, S.J.**

La opinión pública es una de las grandes fuerzas sociales del mundo actual. Lo demuestran los conatos de políticos y hombres de negocios para influirla y movilizarla, con el fin de conseguir sus objetivos partidistas y comerciales.

Pío XII definió la opinión pública como "el eco natural, la resonancia común, más o menos espontánea, de los sucesos y de la situación actual en los espíritus y en los jueces de los hombres" (AAS 1950, p. 251).

En nuestros días, la multiplicación y creciente rapidez de los medios de comunicación, un nivel más elevado de educación, una mayor socialización y democratización, y una conciencia más viva del derecho a la información, han desarrollado enormemente el influjo social de la opinión pública.

La Iglesia no puede ignorar este fenómeno que constituye un verdadero "signo de los tiempos". La formación de la opinión pública, y su liberación de las fuerzas que la quieren suprimir o deformar, deberían constituir hoy día uno de los principales objetivos de la tarea evangelizadora de la Iglesia.



- La adecuada formación y expresión de la opinión pública es necesaria para el desarrollo humano integral que la evangelización quiere promover. Por consiguiente, como el Concilio Vaticano II declaró: "Todo esto pide también que el hombre, salvados el orden moral y la común utilidad, pueda investigar libremente la verdad y manifestar y propagar su opinión. . . y . . . que se le informe verazmente acerca de los sucesos públicos". (GS n. 59).

Los dos elementos principales que de hecho forman y definen la opinión pública son: por una parte, la información que se difunde sobre los hechos y las ideas, sobre la realidad histórica en que vivimos; por otra, los valores, esquemas mentales y actitudes que condicionan la recepción de esa realidad y a veces hasta la deforman.

Esforzarse para que la opinión pública no sea manipulada, sino informada de una manera objetiva e imparcial, y para que esta información se reciba e interprete a la luz de una visión cristiana del mundo, del hombre y de la sociedad, es hacer obra de evangelización.

No cabe duda de que los medios de comunicación social son de los más eficaces para informar y formar la opinión pública. Con frecuencia estos medios están controlados por intereses políticos o económicos y la información que dan es si no falsa, por lo menos parcial e incompleta, filtrada y viciada en su misma fuente.

Aún cuando se esfuerzan por ser objetivos, los responsables de los medios de comunicación social se encuentran con frecuencia sometidos (como se ha dicho muy bien) a una triple tiranía que les

opreme constantemente: la tiranía del **tiempo**, que los fuerza a presentar sus aportaciones dentro de márgenes de tiempo muy reducidos, impidiéndoles trabajar con la suficiente calma y acierto, sobre todo cuando se trata de asuntos complejos y delicados; la tiranía del **interés**, que exige que cuanto se dice sea interesante, haciendo que en la selección de la materia se tienda a elegir preferentemente lo que "choca" o excita el interés o el asombro; la tiranía de la **originalidad**, que les lleva a tener que decir lo que otros no han dicho o en un modo diferente al que otros han usado o usarán.

Estos condicionamientos y tensiones explican en gran parte las inexactitudes de información, la abundancia de casos extraños y escandalosos, y la presentación a veces deformada de un hecho o de una información.

La Iglesia puede ayudar a que los medios de comunicación social cumplan su cometido de formar una opinión pública sana y objetiva, si colabora con sus responsables en un plan constructivo: de sinceridad y apertura, de rapidez de información, de aceptación de la crítica, de usar más los medios influyentes.

**Sinceridad y apertura**, facilitando informaciones verdaderas y completas, no sólo sobre hechos o acontecimientos de interés general, sino también sobre la vida y actividad de la Iglesia. Naturalmente en algunos casos la Iglesia tendrá especiales razones para mantener una determinada reserva, dada la naturaleza de su misión y lo delicado de las materias que trata. Pero, en general, es preferible evitar el secretismo, o sea, el hacer secreto lo que no es necesario ocultar, la tendencia a comunicar lo menos posible, pues esto obliga a los medios de comuni-

cación social a procurarse informaciones clandestinas —no siempre completas ni exactas— o a elucubrar con los datos insuficientes con que se cuenta. Es mucho lo que se ha avanzado en la Iglesia en este campo y cabe augurarse que se siga avanzando en ese sentido.

**Rapidez de información:** En el mundo de la información el tiempo (a veces minutos) tiene un valor decisivo y es esencial. La noticia como tal tiene vida corta. No llega a ser oportuna una información retardada, cuando ya las noticias se han filtrado deformadas o cuando ya han perdido su interés.

**Aceptación de la crítica:** No comunicar sino lo bueno hace que la credibilidad se pierda rápidamente. Es siempre nocivo el temor de la crítica, que lleva a ocultar públicamente los errores posibles o las limitaciones criticables. La autenticidad sincera es la mejor base de la credibilidad, y el mejor modo de no tener que acudir a una actitud de defensa, que inclina a no reconocer aun los defectos y a tratar de defenderlos.

**Usar más los medios influyentes,** como son las grandes agencias, los grandes órganos de información, que puedan formar más eficazmente la opinión pública. Es preciso evitar la introversión eclesial y el usar casi exclusivamente instrumentos de información eclesiásticos. Sin embargo, allí donde intereses creados de orden político o económico han reducido a la esclavitud los medios ordinarios de comunicación, la Iglesia deberá crear y mantener con coraje sus propios canales de información, veraz y digna de confianza.

Se debe acentuar la necesidad de diálogo entre la Iglesia y los medios de co-

municación social. Estos no son enemigos, sino colaboradores en la formación de la opinión pública vigorosa y bien informada. Los medios de comunicación deberían, pues, estar abiertos a un franco y cordial intercambio de puntos de vista, que llevará a una autocrítica constructiva. Es verdad que la Iglesia ha sufrido mucho de los prejuicios y deformaciones a los que con frecuencia la opinión pública ha sido sometida. Sin embargo, nos tenemos que preguntar si a veces las limitaciones que nos hemos impuesto y algunas de las actitudes que hemos adoptado en relación con el libre flujo de información, no han dado la ocasión, por lo menos en parte, para tales prejuicios y deformaciones.

Pero la información objetiva, completa e imparcial, es solo uno de los elementos constitutivos de la opinión pública: condición o requisito indispensable para su evangelización.

Es necesario que los espíritus y las mentes que reciben la información estén libres de prejuicios, de condicionamientos y pasiones, no solo individuales sino colectivos, fruto del ambiente y de la sociedad en que vivimos, y que impiden percibir la realidad en toda su objetividad. Pero para que podamos hablar de evangelización, también es necesario que las mentes y los espíritus, una vez libres, estén informados por criterios y valores evangélicos, por ideales de verdad, caridad y justicia.



• • • • •  
aunque en su canto se esmera nunca prospera. nunca prospera

POEMA DE DAVID CONSUEGRA

• • • • •  
vive croando la rana desde mañana, desde mañana

El mundo contemporáneo  
se acostumbró a la rapidez  
de la noticia y a la síntesis  
de la información, pero  
olvidó que los árboles  
siguen creciendo despacio  
y que sólo perdura en el tiempo  
aquello que conocemos  
y asimilamos  
con paz y tranquilidad

