

ETICA INFORMATIVA EN LA DOCTRINA DE LA IGLESIA

Mario Urzúa Aracena

Director

Carrera de Periodismo

Universidad de la Santísima Concepción

Profesor

Universidad Gabriela Mistral

El 4 de junio último, con motivo de la Jornada de las Comunicaciones Sociales, Jubileo de los Periodistas, el Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales emitió el documento "Ética en las Comunicaciones Sociales". Tras una introducción, este documento aborda el tema a través de varios capítulos: "La Comunicación Social al Servicio de la Persona Humana", "La Comunicación Social que Viola el Bien de la Persona" y "Algunos Principios Éticos Importantes".

Por su importancia, conviene detenerse en el capítulo referido a los principios éticos, en que reitera que "los principios y las normas éticas importantes en otros campos se aplican también a la comunicación social". Es decir, la ética especializada en la información se enmarca necesariamente en la ética general y obviamente en una antropología. Como explicita el profesor español José María Desantes, "al acto informativo, acto de justicia, se lleva a cabo en concordancia con la conciencia individual. Y ésta *-mensura mensurata-* ha de sintonizar con una norma o ley superior"¹. Ahora bien, el mismo Desantes agrega a continuación el numeral 1952 del Catecismo de la Iglesia Católica que señala que "las expresiones de la ley moral son diversas, y todas están coordinadas entre sí: la ley eterna, fuente de Dios en todas las leyes; la ley natural; la ley revelada; que comprende la ley antigua

¹ Desantes, José María. "Comunicación Social. El proceso informativo en el Catecismo de la Iglesia Católica", Unión Editorial, Madrid, 1998, pág. 121.

y la ley nueva o evangélica; finalmente, las leyes civiles y eclesiásticas”².

La base fundamental e indiscutible para la comunicación, según el documento, es la verdad. “La comunicación debe ser siempre veraz, puesto que la verdad es esencial a la libertad individual y a la comunión auténtica entre las personas”. Se rechaza claramente el relativismo o el escepticismo que pretenden que la realidad no puede ser conocida y por lo mismo mucho menos comunicada, por lo que se permitiría la incorporación de la ficción o de lo verosímil en lugar de lo verdadero. El profesional de la información debe buscar la verdad, por muy difícil que sea, ya que la sociedad necesita la verdad, el ser humano la requiere para ejercer su libertad individual y para vivir en comunidad.

Para Desantes, el objeto del derecho a la información es el mensaje, y “lo que es común a todo mensaje es que su constitutivo esencial es la verdad. El mensaje o es verdadero o no es mensaje. Porque cuando no se corresponde con la realidad no sólo no informa, sino que desinforma. Difundiendo un mensaje no verdadero se está incumpliendo el deber profesional de informar de manera más grave que no informando. El Nuevo Catecismo de la Iglesia Católica trata de la información en términos generales de principios; pero, muy acertadamente, centra el tema de los medios de comunicación social en el Octavo Mandamiento: “No mentir”. O lo que es lo mismo, decir siempre la verdad informativa, difundir mensajes verdaderos”³.

Según el mismo autor, “el que informa profesionalmente promete ser constantemente veraz con un compromiso implícito que es el que despierta la confianza, no sólo en el informador, sino en la información en cuanto fenómeno social y en cuanto institución”⁴.

El primer principio ético fundamental que establece el documento consiste “en que la persona humana y la comunidad humana son el fin y la medida del uso de los medios de comunicación social; la comunicación debería realizarse de

² Ibid., pág. 121.

³ Desantes, José María. *“Ética, el derecho y el deber de informar”*, UNIFE, Lima, 1999, págs. 32 y 33.

⁴ Ibid. pág. 172.

personas a personas, con vistas al desarrollo integral de las mismas". Si se considera a la información como un derecho humano fundamental, reconocido como tal en la Declaración de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y definido en el Decreto *Inter Mirifica* del Concilio Vaticano II, el sujeto de ese derecho es universal, e incluye el recibir, investigar y difundir la información. Pero todo derecho tiene un deber correlativo, por lo que si todos los hombres tienen el derecho a recibir existe el deber de difundir o de dar información en la medida de sus posibilidades.

De ahí entonces que el informador o periodista, en quien la sociedad ha delegado tácitamente el deber de dar satisfacción al derecho humano a la información, debe preocuparse que al informar reconozca en los demás los derechos básicos de la persona humana y su dignidad. Como explica el catedrático José Román Flecha Andrés, "es precisamente de la dignidad del ser humano de donde brota su derecho a la verdad y a la información. No es extraño que la doctrina de la Iglesia, precisamente por su atención a la dignidad del ser humano, se haya pronunciado repetidamente sobre las exigencias éticas de la información"⁵. Por lo mismo es un deber ético fundamental para los periodistas el respeto de los derechos humanos, su protección y difusión, considerando, como precisa el documento del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, que "la comunicación debería realizarse de personas a personas", ya que ellas "tienen una dignidad e importancia irreductibles, y jamás pueden ser sacrificadas en aras de intereses colectivos".

En este mismo sentido, el deber de medir la potencia de la información, sus posibles efectos y consecuencias, se relaciona directamente con esta protección de la persona y de sus derechos fundamentales; entre otros de su intimidad, vida privada, honor. En los medios de comunicación se enfrentan a menudo el derecho a informar, es decir el de entregar toda la información que el público requiere, con el deber de proteger la intimidad y vida privada de las personas. Si bien debe quedar claro que la intimidad nunca puede ser difundida, en el caso de la vida privada se requerirá del profesional una ponderación en justicia, ya que el mismo acto informativo es uno de justicia; pero también

⁵ Flecha Andrés, José Román, "Ética Cristiana y Responsabilidad del Periodista", en Bonete Perales, Enrique, "Éticas de la Información y Deontologías del Periodismo", Tecnos, Madrid, 1995, pág. 87.

iluminada por la prudencia y la caridad. Existe una gran diferencia entre lo que es el “interés público” o interés general, relacionado directamente con el bien común de la sociedad, y lo que se puede denominar “interés del público”, que está motivado normalmente por la curiosidad, y otras veces por la morbosidad.

Un segundo principio, que el documento no vacila en precisar como complementario del primero, señala que “el bien de las personas no puede realizarse independientemente del bien común de las comunidades a las que pertenecen”. Se especifica este punto agregando que “mientras la comunicación social se ocupa –y es natural- de las necesidades e intereses de grupos particulares, no debería hacerlo de manera que enfrente a un grupo contra otro: por ejemplo, en nombre de la lucha de clases, del nacionalismo exagerado, de la supremacía racial, de la limpieza étnica u otros temas similares”.

De esta manera el documento enfrenta a corrientes ideológicas que han provocado persecuciones, muertes y hasta el genocidio durante el siglo XX. Desde el marxismo hasta el nazismo, alcanzando a las posiciones racistas que ha conocido Europa en la última década del siglo. Ciertamente todas estas formas atentan contra la dignidad humana. Señala Luka Brajnovic que “de la independencia, espiritualidad y libertad del hombre se deducen unas consecuencias de enorme importancia. El hombre es persona y, por tanto, no puede ser nunca un objeto con el que otro hombre –por más poderoso que sea- pueda manipular como si fuera un instrumento o un animal irracional”⁶. El mismo autor insiste, por lo mismo que “existen valores humanos, culturales y sociales que el hombre y la sociedad consideran parte de su ser. Nadie tiene derecho –y mucho menos los medios informativos- a despreciar o intentar anular los valores morales, religiosos, democráticos, tradicionales y creativos de cualquier comunidad”⁷. De ahí que Brajnovic concluye que “los medios de comunicación social son uno de los conductos de inapreciable valor que pueden y deben ayudarle (al hombre) en ese camino de la integración del hombre común, del ciudadano, en la vida social”⁸.

⁶ Brajnovic, Luka, *“Deontología Periodística”*, EUNSA, Pamplona, pág. 124.

⁷ Ibid, pág. 189

⁸ Ibid. pág. 189.

Otro autor, Porfirio Barroso, al analizar los códigos deontológicos de la información, tanto los internacionales como los nacionales de más de cincuenta países, plantea la presencia de los derechos humanos como principios fundamentales de dichos códigos: "la protección de la dignidad humana de la persona es un tópico común en todo discurso sobre los medios de comunicación social, propósito semejante a todos los hombres de diversas latitudes e ideologías, que no está tampoco ausente en la normativa de los códigos éticos"⁹.

Explica Barroso que se repiten en los códigos nacionales y supranacionales temas como el no a la calumnia, la acusación y la difamación; el derecho a la intimidad y a la vida privada; la defensa de la libertad de información y el derecho del periodista a su ideología; la igualdad de tratamiento a todas las personas, independientemente de su raza, religión o ideología política; el respeto a las instituciones sociales, como la Iglesia, el Estado, la familia, entre otros.

Es interesante agregar que en el caso chileno la mención a los derechos humanos es bastante explícita, el Código de Ética del Colegio de Periodistas de Chile, promulgado en enero de 1994, plantea en Artículo primero que "los periodistas están al servicio de la verdad, los principios democráticos y los derechos humanos". También agrega en su Artículo Veinticinco que "son faltas a la ética profesional: a) La participación en violaciones a los derechos humanos". Obviamente debe entenderse en este caso que tal abuso se supone cometido a través de la actividad informativo y un medio de comunicación, materia propia del Código.

En suma, los principios que establece el documento "Ética en las Comunicaciones Sociales" no sólo hacen referencia a lo que ha sido la doctrina tradicional de la Iglesia Católica, que como se ha visto aparece también en el Catecismo, sino que también representan los que los mismos periodistas han recogido a través de sus códigos de ética profesional. Corresponden, pues, a principios universales, cuya validez es real y efectiva para los informadores, especialmente los católicos, pero en general para todo buen profesional. Esta consonancia entre la doctrina de la Iglesia y los valores que inspiran al periodismo profesional en las

⁹ Barroso, Porfirio, "Códigos Deontológicos de los Medios de Comunicación", Ediciones Paulinas, Madrid, 1984, pág. 21.

más diversas latitudes significa que ellos adquieren una fuerza moral aún mayor y que por lo mismo deben ser considerados como principios cuya obligatoriedad es evidente para los periodistas, pero que también trasciende los ámbitos profesionales al aparecer inscritos en el magisterio de la Iglesia.