

## **Catecismo 2496 - 2497 Octavo Mandamiento El uso de los medios de comunicación social - I I-**

**22-07-2009**

**Mons. JOSE IGNACIO MUNILLA**

Un cordial saludo a todos los oyentes de Radio María. Un día más, con la gracia del Señor, proseguimos el comentario del catecismo de nuestra madre la Iglesia.

Queremos terminar de comentar el punto 2496:

**Los medios de comunicación social (en particular, los mass-media) pueden engendrar cierta pasividad en los usuarios, haciendo de éstos, consumidores poco vigilantes de mensajes o de espectáculos. Los usuarios deben imponerse moderación y disciplina respecto a los mass-media. Han de formarse una conciencia clara y recta para resistir más fácilmente las influencias menos honestas.**

Se nos hace una invitación a que no seamos usuarios pasivos; que tengamos una manera de utilización de los medios de comunicación activa, con una capacidad crítica y de colaboración; también decíamos que también los medios de comunicación son un gran apostolado.

Ha habido muchos santos, y especialmente en los últimos siglos: San Maximiliano María Kolbe, San Francisco de Sales, que han tenido una gran conciencia del apostolado de los medios de la comunicación.

Hoy por hoy sí que existe un influjo de los medios audiovisuales que puede llegar a ser un tanto cautivador y hay que tener cuidado. Por el bien propio es bueno poner en práctica la autodisciplina con respecto a los medios de comunicación especialmente con la televisión.

Otra razón para esa autodisciplina es que si un gran porcentaje puede dejar de ver determinados programas, los empresarios de los medios tendrán que hilar mucho más fino.

Otra cosa es cuando los medios son de utilidad pública y dependen del gobierno, y cuando cambia el gobierno, cambian a los comunicadores y el modelo de información; y ocurre que las personas que escuchan ese medio público, lo lógico es que cuando cambian el gobierno y por tanto las directrices de información, que dejen de usar ese medio, pero sin embargo son los mismos oyentes.

Esto da a entender que existencia de una incapacidad crítica que puede hacer que el comunicador tenga una audiencia "esclava" y eso no ayuda nada para que el que comunica se vea obligado a "mejorar su producto", porque ve que tiene una audiencia "demasiado fácil".

En definitiva que es necesario favorecer una conciencia activa, porque somos demasiado pasivos. Esto también pasa con la política. Y esto ocurre más en España que en otras naciones, y es que hay una especie de visceralidad en la adscripción política de cada uno.

Es verdad que el catecismo predica la docilidad, pero no podemos entender la docilidad en el sentido "borreguil" del término, porque jamás lo ha entendido así. San Pablo habla de resistamos... "y *no os ajustéis a este mundo, sino que transformaos con la renovación de la mente...*"

En este punto se nos pide una actitud activa frente a los medios de comunicación.

Se hace referencia a los medios "**mass-media**", **que son los medios de comunicación masivos.**

Los medios de comunicación más pequeños no suelen tener tan manipulaciones.

Este tipo de medios "mass-media" son los que tienen una gran audiencia y se caracterizan por tener unos grupos muy extendidos, son como grandes multinacionales de la comunicación, y están presentes en la prensa, en radio, en televisión, en internet... Son grandes cadenas que buscan su beneficio económico y empresarial, pero al mismo tiempo también sirven a unos determinados intereses ideológicos. Es legítimo que tengan estos intereses pero siempre y cuando estén dentro de una moderación y sean hechas con transparencia ante las personas a las que se dirige.

Es bueno que conozcamos el dueño de los medios de comunicación que consumimos, si no es así, es difícil que tengamos capacidad crítica. "*A quien me dirijo*".

En definitiva que prácticamente todos los medios de música de deportes etc. viene marcado por una ideología.

En este sentido es importante que no demos cuenta de los grandes grupos empresariales existen: En España están el grupo "*vocento*", "*prisa*"...

Y no se trata de sembrar la sospecha por principio, pero también entre nosotros procuramos enterarnos de las personas que empezamos a conocer. Ese que va a ser profesor de mi hijo... "*¿Qué sabes de esa persona...?*".

Es justo que nos hagamos esas preguntas.

De la misma manera en los grupos de comunicación.

Termina este punto diciendo:

**Han de formarse una conciencia clara y recta para resistir más fácilmente las influencias menos honestas.**

Se nos remite aquí al punto 2525:

***La pureza cristiana exige una purificación del clima social. Obliga a los medios de comunicación social a una información cuidadosa del respeto y de la discreción. La pureza de corazón libera***

***del erotismo difuso y aparta de los espectáculos que favorecen el exhibicionismo y las imágenes indecorosas.***

Este punto está dentro del noveno mandamiento.

Se relaciona esto con el tema que tratamos de los medios de comunicación, porque el "recurso al erotismo", es uno de los medios que con más frecuencia son utilizados para manipular en la comunicación.

ES a través del erotismo en los medios de comunicación que va dirigida a "**suscitar pasiones para tener esclavos**".

El hecho de que en una cadena televisiva las presentadoras vistan de una forma determinada, no es de una manera ingenua, eso es algo calculado.

Esto se ve mucho más claramente en la publicidad.

Si supiésemos los condicionantes que nos influyen a la hora de comprar un artículo u otro, nos quedaríamos asustados: **somos más manipulados de lo que parece.**

**El cultivo de la pureza, en el pensamiento y en deseo, es muy importante para no ser manipulados ante los medios de comunicación.**

Máxime, cuando tenemos una utilización de los medios de comunicación, donde bajamos la guardia: *Uno llega a casa cansado, se tumba en el sillón y traga con lo que le echen.*

Por eso "**o nos gobierna la razón y la voluntad o nos arrastran las pasiones**".

**La libertad tiene un precio. El discernimiento tiene un precio. La razón bien utilizada tiene un precio.**

**Y el precio, entre otras cosas es el cultivo de la pureza.**

Punto 2497:

**Por razón de su profesión en la prensa, sus responsables tienen la obligación, en la difusión de la información, de servir a la verdad y de no ofender a la caridad. Han de esforzarse por respetar con una delicadeza igual, la naturaleza de los hechos y los límites el juicio crítico respecto a las personas. Deben evitar ceder a la difamación.**

Hay una obligación moral de procurar un información verdad y de no ofender la caridad.

ES verdad que a todos nos obliga el tema del respeto a la fama del prójimo, y si la calumnia y el juicio temerario son un pecado que puede ofender muy gravemente; cuando esto lo trasladamos a los medios de comunicación " obliga" todavía es mucho más. La gravedad de una difamación también es proporcional a la capacidad de difusión de quien hace la difamación.

Esto en internet es tremendo. El hecho de que haya una inmediatez, se difunden noticias falsas que al momento se desmienten o se manipulan en un "embarramiento de la información".

Además esta esa tendencia a ser el primero en publicar una noticia; esto hace que se difundan noticias sin contratar.

Y eso no sería lo peor, porque también hay segundas intenciones, y se puede hacer conscientemente y con intención denigratoria, intentando defenestrar y perjudicar a alguien.

Puede llegar a perjudicar gravemente por difamación que alguien pueda presentarse a un cargo político, por ejemplo.

Hay un gran riesgo de estar pecando gravemente en el uso de los medios de comunicación contra la verdad, la justicia y la caridad.

Otras veces son noticias confusas que pretenden sembrar dudas de una manera interesada. Es más, la noticia no es "lo que se ha dicho" sino el "como se ha dicho".

Salió una noticia en un telediario de que habían puesto una multa a un obispo por conducir a 140 en vez de 120 en la autopista. La noticia es la de *¿Quién ha filtrado esa noticia?*".

Otro tema sería el de **"la obligación moral que tenemos de rectificar", cuando se demuestra de que hemos transmitido una información falsa.**

**Lo cierto es que pocas veces se puede ver una rectificación de una noticia falsa.** Suele ser un tribunal el que mucho tiempo después obliga al medio a rectificar.

SE habla también en este punto de la falta a la caridad.

Por ejemplo, el periodismo de investigación, que tantas veces son sembradores de sospechas, que pasa a ser un periodismo del llamado amarillo.

Creo que yo prohibiría en vísperas de las votaciones, en campaña electoral la publicación, la publicación de noticias que atañen a la intimidad de los adversarios políticos.

Otro de los temas es el de las caricaturas, y de la utilización del tema del humor, también puede ser un lugar en el que se falte a la caridad. Es cierto que es muy difícil establecer un límite desde el punto de vista jurídico, porque entra dentro de la libertad de expresión o que pase a ser una ofensa contra el derecho al honor y a la propia dignidad.

Pero lo que el catecismo está queriendo reflejar es que habla de ser generosos en la práctica de la caridad con el prójimo y también en la comunicación.

Hay publicaciones que se caracterizan por tener un humor hiriente.

Cuando el sentido del humor es sano no falta al respeto ni a la caridad.

Lo dejamos aquí.