



**La publicidad se puede convertir en un peligro cuando da la impresión «de que tener es más importante que ser», constata el hombre de Juan Pablo II para las comunicaciones.**

El arzobispo John P. Foley, presidente del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, llegó a esta conclusión al intervenir este jueves en Santiago de Chile en la convención internacional de la Federación Mundial de Publicistas.

Según informa el Vatican Information Service (VIS), monseñor Foley subrayó en su intervención que el primer principio de la publicidad debería presentarse como «ser es mejor que tener», ya que «el don divino de nuestra dignidad humana esencial no se basa en lo que poseemos».

«Un segundo principio es: toda persona debe ser tratada con respeto», propuso el prelado, constatando como ejemplo que con frecuencia «en los medios en general y, en la publicidad en particular» los hombres y mujeres se tratan como «símbolos sexuales».

El tercer principio que rige la publicidad, indicó, es «el bien común». «Una de las preocupaciones que crecen en las sociedades democráticas es el aspecto ético de las campañas políticas», reconoció.

Este peligro se da, reveló, cuando, «en lugar de ser vehículo para exposiciones honestas de opiniones y programas de los candidatos, la publicidad política busca distorsionar las opiniones y los programas de los contrarios e injustamente ataca su reputación».

El prelado recordó que el documento [«Ética en la Publicidad»](#), publicado por el Consejo que preside en 1997, enunciaba los beneficios de la publicidad entre los que se encuentran «el dar lugar a una competitividad, honesta y éticamente responsable, que contribuya al crecimiento económico, a la posibilidad de elección y al auténtico desarrollo humano».

La publicidad, añadió, «contribuye a ampliar el conocimiento, a bajar los precios y, normalmente, a crear empleo».

«La libertad en materia de publicidad política es importante --agregó-- para informar a la gente sobre los candidatos y sus propuestas».

**\* Para mayor información, visita nuestra [biblioteca virtual](#).**

- \* **¿Qué opinas sobre el tema?** [Comparte tu opinión.](#)
- \* **¿Dudas, inquietudes?** [Pregúntale a un experto](#)
- \* **¿Te gustó nuestro servicio?** [Suscríbete a nuestro boletín mensual](#)