



Me alegra mucho estar con ustedes y participar en este Congreso tan significativo. Desearía iniciar expresando el gran aprecio del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales sobre la iniciativa y el esfuerzo del CELAM al organizar este evento. Me es muy grato traerles el saludo del Presidente del Consejo, S.E. Mons. Claudio María Celli, y sus votos por el éxito de la iniciativa. Le hubiera gustado estar aquí, pero tuvo que quedarse en Roma para participar en la Segunda Asamblea especial del Sínodo de los Obispos dedicada a África. Me alegra mucho representar al Consejo, en primer lugar, porque el tema tratado es en sí mismo muy importante para todos los que trabajamos en el campo de las comunicaciones, y somos conscientes de los grandes desafíos que nos plantea su acelerado desarrollo.

En segundo lugar, porque este Congreso es en cierto modo uno de los primeros frutos del Congreso internacional que nuestro Consejo organizó el año pasado para reflexionar sobre la identidad y misión de las Facultades y Escuelas de Comunicación en Universidades Católicas. Hubo una amplia variedad de instituciones representadas -91 universidades de 44 países de todos los continentes-, que trabajan en una gran diversidad de contextos económicos, políticos y jurídicos. Entre ellas hubo una convicción unánime sobre la importancia capital de la ética como materia académica y en cuanto área formativa central en las Facultades y Escuelas de Comunicación.

En mi intervención de esta mañana reflexionaré en primer lugar sobre la atención creciente que la ética está despertando como disciplina académica y en el discurso público. Trataré de entresacar algunas ideas clave, derivadas de la disciplina emergente llamada ética profesional, de particular valor en el estudio de la ética de la comunicación. Después intentaré ofrecer algunas perspectivas tomadas de la ética fundamental. Y para terminar me gustaría reflexionar sobre el contexto particular de las Facultades de comunicación que pertenecen a Universidades católicas, y cómo la enseñanza de la ética puede verse configurada por su identidad y misión institucionales. En todo ello me guiaré por los trabajos previos de este Congreso y particularmente por el vínculo que proponen entre “ética de la comunicación” y la “comunicación ética”. Este vínculo expresa muy sintéticamente la idea de que al enseñar ética, el cómo enseñamos es a menudo tan importante como el qué enseñamos.

El deseo de confirmar la importancia de la ética como una disciplina académica fundamental en el curriculum de las Escuelas de Comunicación es el resultado de una creciente conciencia social sobre la importancia de la ética profesional. La

ética médica, por ejemplo, tiene una larga trayectoria, pero en los últimos años se ha dado más importancia a la ética profesional en el terreno de la abogacía y la política, en el mundo del comercio y las finanzas, en las áreas de los medios, la publicidad y el periodismo. Es interesante notar que una de las frases más difundidas del Mensaje del Papa Benedicto XVI para la 42a Jornada Mundial de las Comunicaciones en 2008, fue su observación de que “Más de uno piensa que es necesaria en este ámbito una “info-ética”, así como existe la bio-ética en el campo de la medicina y de la investigación científica sobre la vida.”. Esta propuesta dio claramente en diana y ha sido calificada como el llamado a fundar una nueva disciplina, la “info-ética”.

Este llamado fue bien acogido por un amplio número de comentaristas, incluidos muchos ajenos al catolicismo o incluso fuera de la esfera religiosa. Hay que señalar, en honor a la verdad, que el concepto no fue, como dicen algunos, una creación del Papa, sino en cierta forma la bendición de un concepto que gozaba de cierta presencia en la UNESCO y en el mundo académico. La respuesta popular al uso pontificio del término demuestra, sobre todo, un anhelo público de mayor atención a la dimensión ética de la comunicación. El Mensaje en sí mismo - “Los Medios de comunicación: en la encrucijada entre protagonismo y servicio. Buscar la Verdad para compartirla” - ofrece una sintética presentación de algunos principios éticos y valores clave que deben guiar a los profesionales de la comunicación. Junto con un documento nuestro Consejo, *Ética en las comunicaciones sociales* (2000), el Mensaje debería ser un recurso importante para quienes buscan identificar unas líneas fundamentales para desarrollar un curso o programa de ética de la comunicación.

### **Ética y comunicaciones: una vinculación intrínseca**

El debate público sobre la ética non ha pasado inadvertido en diversos ambientes profesionales. Si se teclea en los buscadores de Internet las palabras “código+ profesional + ética”, se descubre que un extraordinario número de profesiones han intentado codificar, durante los últimos años, sus responsabilidades éticas. La creciente presencia de la ética se refleja también en la expansión del interés académico por la *Ética Profesional*. En el mundo anglosajón, muchas antiguas Facultades de Filosofía moral o *Ética* se han reconvertido en escuelas de *Ética aplicada* o *profesional*. Mi experiencia académica personal se encuentra en las áreas de leyes y ética, y durante muchos años en Irlanda trabajé como profesor de bioética. Más recientemente, fui invitado a asesorar asociaciones profesionales de Negocios, de Derecho o del campo educativo, que intentaban articular sus obligaciones y responsabilidades éticas.

Me gustaría señalar que el perfil mismo de una profesión puede ser el mejor punto de partida de una reflexión sobre cómo las Facultades de comunicación habrían de configurar los planes de estudio de los aspirantes a profesionales de la comunicación. Una profesión está formada, normalmente, por gente que comparte

un conocimiento especializado y las capacidades que les hacen capaces de ofrecer unos servicios valiosos a la comunidad en general, satisfaciendo algunas necesidades humanas. Los médicos son expertos en cuidado de la salud; los abogados, en asistir a las personas en la protección de sus derechos e intereses, y en alcanzar bienes sociales como la justicia y el orden, etc. En todos los casos, es la propia naturaleza de sus habilidades y conocimientos la que obliga a los profesionales a comprometerse con (profesar) ciertos valores. Estos valores no se imponen desde fuera, sino que se dibujan ya desde la naturaleza de la profesión que tienen el privilegio de ejercer. Esta metodología parece indicar que al esforzarse en reflexionar sobre la ética de las comunicaciones -sean éstas periodísticas, relaciones públicas o en publicidad- habrían de iniciar por un análisis de la naturaleza misma de las habilidades y conocimientos que esos profesionales poseen, y el campo concreto en que sirven a la sociedad.

Incluso la más superficial de las reflexiones revelará que la búsqueda de la verdad es un valor ético central. Esta intuición fue articulada por el Papa Benedicto XVI cuando se dirigió a los participantes en el mencionado Congreso organizado por nuestro Consejo en mayo 2008: “Es evidente que en el centro de cualquier reflexión sería sobre la naturaleza y la finalidad de las comunicaciones humanas debe estar un compromiso con las cuestiones relativas a la verdad. Un comunicador puede intentar informar, educar, entretener, convencer, consolar, pero el valor final de cualquier comunicación reside en su veracidad. En una de las primeras reflexiones sobre la naturaleza de la comunicación, Platón subrayó los peligros de cualquier tipo de comunicación que busque promover los objetivos y los propósitos del comunicador o de aquellos para quienes trabaja sin considerar la verdad de cuanto se comunica. También vale la pena recordar la sabia definición de orador que dio Catón el Viejo: *vir bonus dicendi peritus*, un hombre bueno y honesto, hábil para comunicar.”

De aquí se sigue que corresponde a una profesión el articular los valores éticos y compromisos centrales en ella. La ética no habría de ser impuesta arbitrariamente en las profesiones desde fuera; la ética habría de nacer de la reflexión sobre la experiencia de los “profesionales pensantes”. Los especialistas en ética (teólogos, filósofos y juristas) pueden ayudar a los profesionales a comprender y apreciar las teorías que subyacen a sus convicciones y a conocer las tradiciones de la disciplina ética formal. Pueden ayudar asimismo a los profesionales a describir, formular y codificar sus responsabilidades éticas. Pero no debería dejarse la ética sólo en manos de los llamados expertos.

La ética profesional sería requiere la cooperación de quienes tienen un conocimiento formal de la ética y de quienes entienden y tienen experiencias y conocimientos específicos de esa profesión. En un contexto universitario, es importante que el “curso de ética” no quede en manos del departamento de filosofía o teología, aunque tampoco habría de ser enseñado sin su asistencia. Más bien es el producto de una colaboración prolongada y seriamente interdisciplinar.

## Ética profesional: puntos clave

En el área de la ética profesional, el intento de expresar unas responsabilidades se origina normalmente de un análisis de las necesidades humanas fundamentales que la profesión intenta satisfacer. Hemos visto que la centralidad del compromiso con la verdad es esencial cuando se trata de difundir y compartir la información y el conocimiento que permiten a los individuos elegir responsablemente y a las sociedades desarrollarse.

Ética en las Comunicaciones sociales asegura que los medios de comunicación están llamados a servir a la dignidad humana, ayudando a la gente a vivir bien y a actuar como personas en comunidad. Los medios de comunicación realizan esa misión impulsando a los hombres y mujeres a ser conscientes de su dignidad, a comprender los pensamientos y sentimientos de los demás, a cultivar un sentido de responsabilidad mutua, y a crecer en la libertad personal, en el respeto a la libertad de los demás y en la capacidad de diálogo. (n. 6). El Documento detalla luego la contribución de los medios en la promoción del bien común en diversos sectores:

Económico - el mercado puede servir a la persona (cf. Centesimus annus, 34), y los medios de comunicación desempeñan un papel indispensable en una economía de mercado. La comunicación social sostiene los negocios y el comercio,...fomenta la competencia responsable con vistas al interés público, y permite que la gente haga opciones informadas, dándole a conocer la disponibilidad y las características de los productos.

Político - Los medios de comunicación son indispensables en las sociedades democráticas actuales. Proporcionan información sobre cuestiones y hechos, sobre funcionarios y candidatos a cargos públicos. Permiten que los líderes se comuniquen rápida y directamente con el público sobre asuntos urgentes. Son importantes instrumentos de responsabilidad, llamando la atención sobre la incompetencia, la corrupción y los abusos de confianza, a la vez que ponen de relieve los casos de competencia, espíritu cívico y cumplimiento del deber.

Cultural - Los medios de comunicación social facilitan el acceso de la gente a la literatura, al teatro, a la música y al arte, que de otro modo serían inasequibles para ella, y promueven así un desarrollo humano respetuoso del conocimiento, la sabiduría y la belleza.

Educativo - Los medios de comunicación son importantes instrumentos de educación en diferentes ámbitos, desde la escuela hasta el lugar de trabajo, y en muchas etapas de la vida.

Religioso - La vida religiosa de mucha gente se enriquece mucho gracias a los medios de comunicación, que transmiten noticias e información de acontecimientos, ideas y personalidades del ámbito religioso, y sirven como

vehículos para la evangelización y la catequesis.

Para que los profesionales de la comunicación puedan asegurar que sus capacidades y conocimientos están al servicio del bien común y puedan realizar el gran potencial arriba señalado, deben estar siempre atentos para mantener su compromiso ético con el servicio al auténtico interés de los demás antes que al de sus necesidades particulares. Un teólogo moral definió este compromiso pidiendo a los profesionales que no vean sus propios conocimientos como “posesiones para su ganancia privada o para el estatus social”, sino como talentos para poner al servicio de otros, incluso si hay un alto costo personal y se requiere sacrificio.

En el campo de la medicina hemos aprendido que no debemos hacer todo lo que es posible realizar. Esto es igualmente válido en el campo de las comunicaciones: “no todo lo técnicamente posible es éticamente permisible.” La verdadera medida del progreso no debe basarse en la eficiencia técnica y logística de los nuevos medios de comunicación por sí mismos, sino en los propósitos a los que sirven. Quienes en el mundo mediático usan las nuevas tecnologías de comunicación, encaran una disyuntiva. Pueden intentar asegurar que esas nuevas tecnologías y el impulso que ofrecen a la comunicación, se pongan al servicio de los individuos y las comunidades en su búsqueda de la verdad. O bien pueden usarlos para que cada uno promueva sus propios intereses, o los de sus patrones, de maneras manipuladoras de individuos y comunidades. Sólo cuando estas tecnologías se usan para servir al auténtico bienestar de las personas y comunidades, podemos decir que son verdaderos instrumentos de progreso.

Las Facultades de comunicación deberían animar a los que van a trabajar en los medios, a afrontar la gran responsabilidad que tendrán, y mantenerla con los más altos estándares de profesionalidad. En particular deberían de fortalecer su compromiso de dar a conocer la verdad y defenderla “contra aquéllos que tienden a negarla o destruirla”. Los profesionales de los medios deben ser exhortados a defender los fundamentos éticos de su profesión, y asegurar que la “centralidad y la inviolable dignidad de la persona humana” sea siempre defendida. Deben recordar que los compromisos éticos pueden verse erosionados por factores como la competitividad por las audiencias, las presiones comerciales y los prejuicios ideológicos. Deben ser alertados sobre el peligro de que los medios se transformen en la voz del “materialismo económico y del relativismo ético”.

Un rasgo característico de la ética profesional que puede ayudar a orientar el enfoque dado a la ética de comunicación en las Facultades y escuelas, es el de las estructuras de confiabilidad o transparencia. Un americano especialista en ética, William F. May, dice que En la ética profesional de hoy, la prueba de seriedad moral puede depender no únicamente de que el individuo sea cumplidor de sus principios, sino de que tenga el valor de mantener también la confiabilidad en otros. Las Facultades deberían inculcar en sus estudiantes el sentido de que vale la pena pertenecer a una profesión, a una comunidad que busca fortalecer los compromisos éticos de sus miembros y no teme rechazar las prácticas destructivas

y poco éticas.

### **Ética fundamental: distinciones útiles**

En las escuelas académicas de filosofía, es frecuente distinguir entre ética fundamental o fundacional, y éticas específicas o aplicadas. Estas últimas se ocupan de los asuntos específicos de las disciplinas, mientras que la primera estudia las cuestiones básicas sobre el significado del bien el mal, lo correcto y lo incorrecto, y cómo pueden hacerse juicios éticos. Si bien la ética de la comunicación pertenece claramente al campo de las éticas aplicadas, sería un error desconocer el material que ofrece la ética fundamental. En particular es importante que los estudiantes de comunicación estudien las diferentes teorías éticas y afronten de manera crítica la influencia que ellas ejercen –con frecuencia de manera implícita– en el debate ético contemporáneo. Muchos estudiantes, sin darse cuenta, realizan sus juicios éticos sobre la base de criterios basados en el utilitarismo (el fin justifica los medios), el positivismo (lo que es legal es ético), el emotivismo (nuestros sentimientos nos dictan lo que está bien y lo que está mal) y el relativismo (no hay verdades absolutas en el área de la ética). Debería iniciarse a los alumnos en el estudio de las teorías éticas objetivas, como la tradición de la ley natural, que se basan en la convicción que la bondad o maldad de las decisiones humanas se puede discernir reflexionando sobre lo que significa realmente ser humano. Decisiones que por su propia naturaleza promueven el desarrollo del individuo y la sociedad se consideran buenos, mientras que aquéllos que dañan el bienestar de las personas y la comunidad son malos. (Mentir, por ejemplo, se considera intrínsecamente inmoral, pues atenta contra la natural confianza necesaria para las relaciones humanas positivas, aunque a veces pueda imaginarse una situación en que mentir parece traer ventajas). Estas teorías objetivas, vistas correctamente, significan esfuerzo metódico de razonamiento moral, no tanto un atajo hacia la verdad, y requiere que las personas trabajen juntas para decidir qué opciones y prácticas van a favorecer y cuáles deben ser desestimadas. Este discernimiento requiere una cuidadosa consideración de todas las perspectivas relevantes que entran en el debate ético por parte de los diversos protagonistas, de modo que los esfuerzos por alcanzar la decisión ética sea lo más objetiva posible. Estas teorías promueven un enfoque dialógico a la ética, que es accesible a todos los seres humanos más allá de sus diferencias ideológicas o religiosas, y ofrecen un fundamento teórico a la posibilidad de un debate público auténtico sobre asuntos éticos. Se trata de un compromiso compartido de buscar la verdad, basado en la convicción de que esa verdad objetiva existe, lo cual da a esos debates su valor último, pues de otro modo se convertirían en ejercicios de presión y manipulación en los cada uno busca imponer su punto de vista sin referencia a las exigencias de la verdad.

El Papa Benedicto XVI expresó de manera sintética la importancia de transmitir a los estudiantes de comunicación un sentido de la objetividad de la verdad en su encuentro con los participantes de nuestro Congreso el año pasado: El arte de la comunicación, por su naturaleza, está vinculado a un valor ético, a las virtudes que

son el fundamento de la moral. A la luz de esa definición, os aliento, como educadores, a que alimentéis y recompenséis la pasión por la verdad y la bondad que siempre es fuerte en los jóvenes. Ayudadles a dedicarse plenamente a la búsqueda de la verdad. Pero enseñadles también que su pasión por la verdad, que también puede servirse de cierto escepticismo metodológico, especialmente en cuestiones de interés público, no debe distorsionarse ni convertirse en un cinismo relativista según el cual se rechaza o ignora habitualmente cualquier apelación a la verdad y a la belleza.

Dentro del campo de la ética fundamental, se ha estudiado mucho la importante distinción entre una ética normativa y una “ética del carácter o de la virtud”. El trabajo de Alistair MacIntyre (entre otros) ha subrayado el hecho de que la ética no se refiere solo a lo que hacemos o a las normas que habríamos de seguir, sino también al tipo de persona que somos y a las virtudes que habríamos de favorecer e impulsar en los agentes éticos. Si las Escuelas o Facultades de comunicación tienen que promover con eficacia la formación ética de sus estudiantes, no habrán de conformarse con transmitir códigos éticos o redactar normas y reglas éticas. Deben también esforzarse en formar el carácter de sus estudiantes. La ética no se reduce nunca a lo que el individuo hace, sino también al tipo de persona que es. Se ha verificado siempre que *actio segue esse*: no basta que una persona sepa lo que debe hacer; debemos adentrarnos en cómo modelar el carácter de nuestros estudiantes para que asuman la voluntad de vivir según los más altos valores.

Es importante que los capacitemos para apreciar las mejores tradiciones éticas para su futura profesión, y a identificar modelos apropiados. En este contexto es bueno recordar que muchos periodistas han dado un testimonio extraordinario de su compromiso con la verdad. Periodistas en todo el mundo, y también en Colombia, han sufrido persecución, prisión e incluso han sido asesinados a causa de este compromiso y por negarse a callar frente a la injusticia o la corrupción. Su testimonio es una imagen elocuente de los más altos estándares a los que los medios pueden aspirar, y su ejemplo anima a los profesionales de la comunicación a fortalecer su compromiso con la verdad y, en ella, servir al bien común de toda la humanidad.

Otra distinción de la ética fundamental que puede ser útil para los formadores en ética de la comunicación, es la que existe entre ética individual y ética social. La ética social presta mucha atención a las estructuras en las que los individuos actúan, porque pueden modelar profundamente sus decisiones éticas. Si los profesionales de los medios desean ser éticamente serios, no basta para ello que examinen concienzudamente la propia toma de decisiones y sus motivaciones e intenciones personales. Habrán de considerar también el contexto en el que operan y se relacionan con los procesos sociales, políticos y económicos. Los principios y las normas éticas importantes en otros campos se aplican también a la comunicación social. Se pueden aplicar siempre los principios de la ética social, como la solidaridad, la subsidiariedad, la justicia, la equidad y la responsabilidad en el uso de los recursos públicos y en el cumplimiento de funciones de

responsabilidad pública. ... La dimensión ética no sólo atañe al contenido de la comunicación (el mensaje) y al proceso de comunicación (cómo se realiza la comunicación), sino también a cuestiones fundamentales, estructurales y sistemáticas, que a menudo incluyen múltiples asuntos de política acerca de la distribución de tecnología y productos de alta calidad (¿quién será rico y quién pobre en información?). Estas cuestiones remiten a otras, con implicaciones económicas y políticas para la propiedad y el control. Por lo menos en las sociedades abiertas con economías de mercado, el problema ético de todos puede ser cómo armonizar beneficio con servicio de interés público, entendido según una concepción integral del bien común. (Ética en las Comunicaciones Sociales, 20)

Es obvio que debe prestarse una particular atención al problema de la brecha digital. En una creciente conciencia sobre el papel que las nuevas tecnologías tienen en la “sociedad de la información” para promover el comercio, el desarrollo y el progreso científico en un mundo globalizado, emerge la responsabilidad de asegurar que estas redes no se transformen en instrumentos de exclusión: Sería un grave daño para el futuro de la humanidad si los nuevos instrumentos de comunicación, que permiten compartir saber e información de modo más veloz y eficaz, no fueran accesibles a quienes ya están social y económicamente marginados, o si contribuyeran tan sólo a acrecentar la distancia que separa a los pobres de las nuevas redes que se desarrollan al servicio de la información y la socialización humana. (Papa Benedicto XVI, Mensaje para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales 2009).

## **Universidades católicas: identidad y misión**

Cuando nuestro Consejo empezó a organizar el Congreso sobre la identidad y misión de las Escuelas y Facultades de comunicación en Universidades católicas, iniciamos con la intuición de que no sería posible ni deseable tratar de fijar una identidad genérica (“uni-talla”) en la que se metieran con calzador todas las Facultades y Escuelas católicas. Esta intuición se confirmó con las aportaciones de los participantes durante el Congreso. Muchos temían una definición que sugiriera, injustamente, que las Facultades y Escuelas católicas estaban menos interesadas en ofrecer la mejor educación a sus estudiantes, fuesen éstos católicos o no, que en promover cuestiones denominativas. Quedó claro que no hay conflicto entre el compromiso con la excelencia en términos de Formación profesional de los estudiantes, y los valores de la visión católica de la educación.

Para permitir a las Facultades y Escuelas articular su identidad católica en el contexto de sus propias circunstancias, es necesario que definan su misión. Ciertamente puede correrse el riesgo de convertir esa definición en un fin en sí misma, sobre todo si los valores identificados no están enraizados en la vida de la institución. Pero reporta grandes beneficios el uso adecuado de estos instrumentos. El definir una misión puede servir como una forma de constitución, un punto de referencia para orientar las actividades de la Escuela o Facultad; es un



indicador para generar las prioridades en el curriculum, y como brújula para los estudiantes y el personal, de modo que sus decisiones hagan referencia a la identidad y al ethos de la institución. El proyecto de elaborar y definir la propia misión, en particular si se incluye a todo el personal y los representantes del cuerpo estudiantil, puede ser un proceso muy valioso que promueva la conciencia y el sentido de pertenencia a los valores nucleares de la Escuela o Facultad. Si se difunde adecuadamente esa definición de la propia misión, ésta puede atraer a potenciales estudiantes, de modo que hagan una elección más informada a la hora de decidir en qué escuela estudiar.

Esta definición normalmente incluye un compromiso explícito de ofrecer la mejor educación y formación posible a los estudiantes. La búsqueda de la excelencia, una búsqueda que siempre está matizada por el contexto y depende de los recursos disponibles- nunca se verá obstaculizada por la identidad católica de una Escuela o Facultad. Más bien implica un empeño en ofrecer los más altos estándares profesionales y formativos, y la atención personal a los estudiantes, sin importar su nivel social, creencias o grupo racial. La definición de una misión sirve también para incorporar los valores de justicia y respeto que guiarán su interacción con todos los interlocutores: estudiantes, profesores, auxiliares y personal de servicio. Esto es más importante aún si nuestras Escuelas quieren seguir el empeño del Papa Benedicto “ cada institución educativa católica es un lugar para encontrar a Dios vivo, el cual revela en Jesucristo la fuerza transformadora de su amor y su verdad .” (Encuentro con educadores católicos, Washington, 17/04/2008)

En el contexto particular de una Escuela o Facultad de comunicación, es importante plantearse un compromiso específico con la verdad y la objetividad. Este compromiso es especialmente significativo en el contexto contemporáneo, en el que muchas instituciones académicas han abandonado la noción de verdad y están marcadas por conceptos relativistas que niegan la existencia de referencias objetivas. El Papa Benedicto XVI ha señalado esta necesidad: “Estos peligrosos datos manifiestan lo urgente que es lo que podríamos llamar “caridad intelectual”. Este aspecto de la caridad invita al educador a reconocer que la profunda responsabilidad de llevar a los jóvenes a la verdad no es más que un acto de amor. De hecho, la dignidad de la educación reside en la promoción de la verdadera perfección y la alegría de los que han de ser formados. En la práctica, la “caridad intelectual” defiende la unidad esencial del conocimiento frente a la fragmentación que surge cuando la razón se aparta de la búsqueda de la verdad. Esto lleva a los jóvenes a la profunda satisfacción de ejercer la libertad respecto a la verdad, y esto impulsa a formular la relación entre la fe y los diversos aspectos de la vida familiar y civil. Una vez que se ha despertado la pasión por la plenitud y unidad de la verdad, los jóvenes estarán seguramente contentos de descubrir que la cuestión sobre lo que pueden conocer les abre a la gran aventura de lo que deben hacer.

Entonces experimentarán “en quién” y “en qué” es posible esperar y se animarán a ofrecer su contribución a la sociedad de un modo que genere esperanza para los

otros. (Ibid).

En el contexto del debate sobre la identidad católica, me gustaría hacer una referencia a mi propia disciplina, la teología mora, que puede ser pertinente. En el período post-conciliar hubo un debate muy señalado sobre la “especificidad” o los aspectos distintivos de la ética cristiana. Por una parte unos afirmaban que la ética cristiana tenía que distinguirse si verdaderamente estaba enraizada en las enseñanzas de Jesucristo, basada en las Escrituras tal como mostraba la enseñanza de la Iglesia. Este así llamado Glaubensethik se centraba en la novedad de la ética cristiana. El otro punto de vista aseguraba que la ética y la moralidad es un fenómeno humano, y que el bien de las normas éticas puede alcanzarse por la reflexión sobre la naturaleza humana, por lo cual no era necesaria una referencia explícita a Cristo. La ética era autónoma y podía ser identificada mediante la reflexión humana. En el curso del debate, emergió una forma de tercera vía. Los defensores del primer punto de vista aceptaron que la determinación de las cuestiones éticas de las Escrituras o de la Iglesia requerían una reflexión racional. Por otra parte, los que defendían la autonomía de la ética aceptaron que la naturaleza humana, creada por Dios, ve su autonomía más bien como una teonomía. Algunos comentaristas intentaron reconciliar las dos posturas sugiriendo que los puntos distintivos de la ética cristiana no tenía que fundarse en su contenido normativo, sino más bien en la motivación o intención del cristiano. También sugirieron que cualquier teoría ética que no tomara en cuenta los aspectos motivacionales y de intención, sería inadecuada.

Estoy consciente de que ésta es una descripción bastante reductiva de un debate muy complejo, pero sugeriría que al buscar un aspecto distintivo en las Escuelas y Facultades católicas de comunicación, no deberíamos reducir nuestro examen al contenido (el curriculum y las materias impartidas) sin considerar las líneas de fuerza éticas y filosóficas de las instituciones.

Esto también se puede aplicar a la enseñanza de la ética. Todas las Escuelas o Facultades de comunicación deben promover la responsabilidad ética entre sus estudiantes. Este objetivo no se reduce a un programa católico y debemos estar atentos a no sugerir que sólo nuestras instituciones se preocupan por la ética.

Sin embargo, al buscar identificar los requerimientos de la mejor práctica ética, y al tratar de inculcar valores entre los estudiantes, la Escuela o Facultad católica podrá buscar elementos en la rica tradición ética de nuestra fe. Un aspecto fundamental habría de ser, obviamente, el compromiso con la verdad. Otros valores fundados en la reflexión ética católica, aunque no exclusivos de ella, incluyen la promoción del respeto a la dignidad y el valor de todo ser humano, el rechazo de todo desprecio al hombre, el evitar palabras y gestos calculados para promover el odio y la intolerancia. La Doctrina Social de la Iglesia nos alerta mucho respecto a la importancia de la comunicación al promover la solidaridad, la paz y la reconciliación.

La gran prueba sobre los estándares éticos de una persona se da cuando la adhesión a los valores profesados supone un costo para sus intereses individuales. Podemos inculcar en nuestros estudiantes la admiración por aquellos comunicadores y periodistas, creyentes o no creyentes, que a costo de sí mismos tuvieron el valor de resistir las amenazas o sobornos de quienes intentaron corromperlos o silenciarlos. Al buscar ofrecer una motivación y razones de este sacrificio, no hay que dudar en poner el ejemplo de la vida, muerte y resurrección de Jesucristo, que rehusó ser intimidado por la violencia y la muerte, y su confianza fue reivindicada por el Padre. El Evangelio de Cristo nos ofrece con frecuencia una razón para resistir a quienes intentan doblegar nuestras convicciones, y como creyentes sabemos que no estamos nunca solos cuando intentamos honradamente servir al bien de otros.

Como hemos visto, un planteamiento serio sobre las cuestiones de la comunicación y sus propósitos nos llevará a enfrentarnos con las preguntas límite sobre el objeto y sentido de la vida. ¿Por qué ser veraces? ¿Por qué atender al lamento de los pobres y explotados? ¿Por qué denunciar las mentiras y las injusticias de los que se hacen ricos y poderosos a costa de otros? En nuestros planes de estudio habríamos de plantear estas preguntas, con ayuda de los especialistas en filosofía y teología de nuestras universidades, para tener un enfoque interdisciplinar de estas preguntas radicales.

Éstas también pueden suscitarse a través de la literatura y el cine. Estos enfoques pueden servir para animar a nuestros estudiantes a reflexionar sobre las cuestiones básicas que están olvidadas debajo de los quehaceres de la vida, especialmente en nuestra era tecnológica, en la que tan poco espacio hay para la reflexión, sello de lo que tradicionalmente se ha considerado una vida sabia.

Al plantearnos las preguntas fundamentales e intentar responder a la búsqueda antropológica más profunda de nuestros estudiantes, las Escuelas y Facultades católicas no deberían de avergonzarse de una presentación respetuosa de la creencia más fundamental de nuestra Iglesia: el infinito y gratuito amor de nuestro Dios por cada persona, revelado en Jesucristo. Al tratar de encontrar el equilibrio entre hablar de Jesús, cuyo Espíritu da vida y significado a nuestra enseñanza social, y respetar al mismo tiempo la libertad de quien profesa otra religión o ninguna, podemos inspirarnos en las palabras del Papa Benedicto XVI : la caridad no ha de ser un medio en función de lo que hoy se considera proselitismo. El amor es gratuito; no se practica para obtener otros objetivos. Pero esto no significa que la acción caritativa deba, por decirlo así, dejar de lado a Dios y a Cristo. Siempre está en juego todo el hombre. Con frecuencia, la raíz más profunda del sufrimiento es precisamente la ausencia de Dios.

Quien ejerce la caridad en nombre de la Iglesia nunca tratará de imponer a los demás la fe de la Iglesia. Es consciente de que el amor, en su pureza y gratuidad, es el mejor testimonio del Dios en el que creemos y que nos impulsa a amar.

El cristiano sabe cuándo es tiempo de hablar de Dios y cuándo es oportuno callar sobre Él, dejando que hable sólo el amor (Deus caritas est, 31).