

Liberti, Luis Oscar

La pastoral de la comunicación social en torno a Medellín, Puebla y Santo Domingo (1966-1992): una visión teológica de la búsqueda de un modelo y estilo pastoral para la comunicación solidaria e inculturada del Evangelio en la Iglesia latinoamericana

**Tesis de Licenciatura en Teología
Facultad de Teología**

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

LIBERTI, Luis O. svd. *La pastoral de la comunicación social en torno a Medellín, Puebla y Santo Domingo (1966-1992) : una visión teológica de la búsqueda de un modelo y estilo pastoral para la comunicación solidaria e inculturada del Evangelio en la Iglesia latinoamericana* (Tesis de licenciatura – Universidad Católica Argentina, Facultad de Teología) [en línea], 1995 Disponible en:
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/tesis/pastoral-comunicacion-social-medellin-puebla.pdf>
[Fecha de Consulta:.....]

La pastoral de la comunicación social en torno a Medellín, Puebla y Santo Domingo (1966-1992).

Una visión teológica de la búsqueda de un modelo y estilo
pastoral para la comunicación solidaria e inculturada del
Evangelio en la Iglesia latinoamericana

INDICE GENERAL

Abreviaturas y siglas	6
------------------------------------	----------

INTRODUCCION

1. Motivación	9
2. Objetivo	11
3. Criterios	12
4. Estructura de la investigación	13

CAPITULO PRIMERO

Medellín y la comunicación social ante el hombre latinoamericano en un período
de cambio y transformación, de dependencia y liberación (1966-1974)

1. Introducción	17
2. El contexto socio-cultural-ecclesial anterior a Medellín	17
2.1. Contexto secular	17
2.2. Contexto ecclesial	21
3. Documentos previos a la Conferencia de Medellín	25
3.1. Seminario de Responsables de MCS	26
3.2. Tres Seminarios Regionales en Montevideo, Santa Inés (Lima) y San José de Costa Rica	27
3.3. Documento Básico para la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano	29
3.4. Conclusión	30
4. La Conferencia de Medellín y sus Conclusiones. Documento XVI	31
4.1. Ubicación de los medios de comunicación social en Medellín	31
4.2. Situación	34
4.3. Justificación	36
4.4. Recomendaciones pastorales	39
4.5. Conclusión	45
5. El contexto socio-cultural-ecclesial posterior a Medellín	47

5.1.	Contexto secular	47
5.2.	Contexto eclesial	49
6.	Documentos posteriores a la Conferencia de Medellín	52
6.1.	Sesión de reflexión del DECOS/CELAM	53
6.2.	Seminario sobre Medios de comunicación social y educación. Una visión cristiana	54
6.3.	Tres Encuentros Regionales en Antigua, San Miguel y Cumbaya	56
6.4.	Perspectivas del comunicador social	58
6.5.	Conclusión	59

CAPITULO SEGUNDO

Puebla y la perspectiva de la evangelización-comunicación para la comunión
y participación con el hombre y la cultura audiovisual emergente (1975-1988)

1.	Introducción	63
2.	El contexto socio-cultural-eclesial anterior a Puebla	63
2.1.	Contexto secular	63
2.2.	Contexto eclesial	65
3.	Documentos previos a la Conferencia de Puebla	67
3.1.	La evangelización y los medios de comunicación social	67
3.2.	Audiovisuales y Evangelización. Informe latinoamericano	69
3.3.	Dos Encuentros Regionales en Buenos Aires y San José de Costa Rica	70
3.4.	Evangelización y Comunicación Social en América Latina	71
3.5.	Documento de Consulta de la Conferencia de Puebla	74
3.6.	Documento de Trabajo de la Conferencia de Puebla	75
3.7.	Conclusión	77
4.	La Conferencia de Puebla. Documento de Puebla. Tercera Parte. Capítulo III. Punto 5. Comunicación Social	78
4.1.	Ubicación de la comunicación social en Puebla	78
4.2.	Prólogo	81
4.3.	Situación	82
4.4.	Opciones	85
4.4.1.	Pastoral de conjunto	87
4.4.2.	Formación para la comunicación social	89
4.4.3.	Libertad de expresión y de información	90
4.5.	Conclusión	93
5.	El contexto socio-cultural-eclesial posterior a Puebla	96
5.1.	Contexto secular	96
5.2.	Contexto eclesial	98
6.	Documentos posteriores a la Conferencia de Puebla	99
6.1.	“Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto” (DP1080).	100
6.1.1.	Comunicación-Evangelización: un reto para América Latina	102
6.1.2.	Carisma y Comunicación Social en América Latina	104

6.2.	“Dar prioridad a la formación en la comunicación social” (DP1081)	106
6.2.1.	Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina	107
6.2.2.	Comunicación, Misión y Desafío. Manual Pastoral de Comunicación Social	116
6.3.	“Respetar y favorecer la libertad de expresión y la correlativa de información” (DP 1082)	119
6.3.1.	Iglesia y Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación.....	120
6.3.2.	Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea	124
6.4.	Conclusión	125

CAPITULO TERCERO

Santo Domingo y la comunicación social en la inculturación del Evangelio para
la comunión solidaria de los hombres y los pueblos latinoamericanos (1989-1992)

1.	Introducción	130
2.	El contexto socio-cultural-ecclesial anterior a Santo Domingo	130
2.1.	Contexto secular	131
2.2.	Contexto ecclesial	134
3.	Documento previos a la Conferencia de Santo Domingo	139
3.1.	Elementos para una reflexión pastoral en preparación de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Instrumento Preparatorio.	140
3.2.	Reuniones Regionales de Comisiones Episcopales de Comunicación Social de América Latina	141
3.3.	Documento de Consulta de la Conferencia de Santo Domingo	142
3.4.	La Comunicación en la Iglesia Latinoamericana	143
3.5.	Documento de Trabajo de la Conferencia de Santo Domingo	145
3.6.	Conclusión	147
4.	La Conferencia de Santo Domingo. Conclusiones de Santo Domingo.	
	II Parte. Capítulo III. Punto 3.5. Comunicación social y cultura	148
4.1.	Ubicación de la comunicación social en Santo Domingo	148
4.2.	Iluminación Teológica	152
4.3.	Desafíos Pastorales	155
4.4.	Líneas Pastorales	157
4.5.	Conclusión	158

CONCLUSIONES FINALES

Sinopsis del itinerario ecclesial latinoamericano (1966-1992) de la búsqueda de un
modelo y estilo pastoral de comunicación.

1.	Una nueva conciencia ecclesial frente a la comunicación	162
2.	Algunos fundamentos teologales de la comunicación	165
2.1.	Trinidad, comunión y comunicación	165
2.2.	Jesucristo perfecto comunicador	167

2.3. La Iglesia comunión y comunicación	169
3. Algunas dimensiones teológicas de la comunicación	170
3.1. La comunión humana, meta de la comunicación	171
3.2. La comunicación como proyecto de personalización (interioridad) y socialización (alteridad)	171
3.3. La comunicación y la nueva cultura audiovisual e informática	172
4. La Iglesia y la pastoral de la comunicación.	173
En la búsqueda del modelo	175

Bibliografía consultada

1. Fuentes de la investigación	178
2. Documentos del Magisterio Universal	179
3. Bibliografía básica	180
4. Bibliografía complementaria	186

Abreviaturas y siglas

AAVV:	Autores varios.
AN:	Instrucción Pastoral Aetatis Novae.
ARANDU:	Boletín Informativo de OCIC-AL, UCLAP y UNDA-AL.
AV-EV:	Audiovisuales y Evangelización.
AV-EV-AL:	Audiovisuales y Evangelización. Informe latinoamericano.
BOGOTA '75	La evangelización y los medios de comunicación social.
CA:	Encíclica Centesimus Annus.
CAR:	Conferencia Argentina de Religiosos.
CCS'88:	Carisma y Comunicación Social en América Latina.
CEA:	Conferencia Episcopal Argentina.
CEBs:	Comunidades Eclesiales de Bases.
CELAM:	Consejo Episcopal Latinoamericano.
CEPAL:	Comisión Económica para América Latina.
CEV '87:	Comunicación - Evangelización: un reto para América Latina.
Cfr.:	Confrontar.
ChL:	Exhortación Apostólica Christifideles Laici.
CIAS:	Centro de Investigación y Acción Social.
CIESPAL:	Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina.
CIL '91:	La Comunicación en la Iglesia Latinoamericana.
CLAR:	Conferencia Latinoamericana de Religiosos.
CMD:	Comunicación, Misión y Desafío. Manual Pastoral de Comunicación Social.
CODECO:	Consejo de Cooperadores de los Secretariados Latinoamericanos.
CONFER:	Conferencia Argentina de Religiosas.
CP:	Instrucción Pastoral Communio et Progressio.
CSD:	Conclusiones de Santo Domingo.
DBM:	Documento Básico de Medellín.
DCP:	Documento de Consulta de la Conferencia de Puebla.
DCSD:	Documento de Consulta de la Conferencia de Santo Domingo.
DECOS/CELAM:	Departamento de Comunicación Social del CELAM.
DM:	Documentos Finales de Medellín.
DM-MCS:	Documento XVI: Medios de comunicación social en los DM.
DP:	Documento de Puebla.
DSN:	Doctrina de la Seguridad Nacional.
DTP:	Documento de Trabajo de la Conferencia de Puebla.
DTSD:	Documento de Trabajo de la Conferencia de Santo Domingo.
(ed.)	Editor.

Ed.:	Editorial.
EE.UU.	Estados Unidos de Norte América.
EN:	Exhortación Apostólica Evangelii Nuntiandi.
ERN'77:	Encuentro Regional del DECOS-CELAM en San José de Costa Rica.
ERS'77	Encuentro Regional del DECOS-CELAM en Buenos Aires
ES:	Encíclica Ecclesiam Suam.
EvCS'78:	Evangelización y Comunicación Social en América Latina.
GS:	Constitución Gaudium et Spes.
HTC:	Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina.
IDCC'85:	Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea.
IM:	Decreto Inter Mirifica.
IPSD:	Elementos para una reflexión pastoral en preparación de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Instrumento Preparatorio.
LG:	Constitución Lumen Gentium.
MCG:	Medios de Comunicación Grupal.
MCS:	Medios de Comunicación Social.
Melgar '70:	Sesión de reflexión del DECOS/CELAM.
México'71:	Seminario sobre Medios de comunicación social y educación. Una visión cristiana.
MM:	Encíclica Mater et Magistra.
Nº:	Número.
NOEI:	Nuevo Orden Económico Internacional.
NOII:	Nuevo Orden Informativo Internacional.
NOMIC:	Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación.
NOMIC-AL:	Seminario Latinoamericano sobre el NOMIC.
OA:	Carta Apostólica Octogesima Adveniens.
OCCC:	Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación.
OCIC:	Organización Católica Internacional del Cine y del Audiovisual.
OCIC-AL:	Secretariado Latinoamericano de OCIC. Anteriormente se denominaba SAL-OCIC.
OCIC-INFO:	Publicación de la OCIC.
ONU:	Organización de las Naciones Unidas.
pág.:	Páginas.
PCS:	Perspectiva del Comunicador Social.
PDV:	Exhortación Apostólica Pastores Dabo Vobis.
PP:	Encíclica Populorum Progressio.
PT:	Encíclica Pacem in Terris.
Rev.:	Revista
REVIPAL:	Red de Video Pastoral para América Latina.
RM:	Encíclica Redemptoris Missio.
RRSD:	Reuniones Regionales de Comisiones Episcopales de Comunicación Social de América Latina.
SA'72:	Seminario Regional en Antigua.
SAL-OCIC:	Secretariado para América Latina de OCIC. Cfr. OCIC-AL.
SC'72:	Seminario Regional en Cumbaya.
SEDOI:	Servicio de Documentación e Información del Instituto de Cultura Religiosa Superior.
SERPAL:	Servicio Radiofónico para América Latina.
SERTAL:	Servicio Radiotelevisivo de la Iglesia para América Latina.
SM'68:	Seminario Regional en Montevideo.
ss.:	Subsiguientes.
SSI'66:	Seminario de Responsables de MCS.
SSI'68:	Seminario Regional en Santa Inés.
SSJ'68:	Seminario Regional en San José de Costa Rica.
SSM'72:	Seminario Regional en San Miguel.
UCBC:	Unión Cristiana Brasileña de Comunicadores.
UCLAP:	Unión Católica Latinoamericana de Prensa.
UNDA:	Asociación Católica Internacional para la Radio, la Televisión y los Medios Afines.
UNDA-AL:	Secretariado Latinoamericano de UNDA.
UNESCO:	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura.
v. gr.:	Verbi gratia (por ejemplo).

INTRODUCCIÓN

Al presentar esta disertación a la Pontificia Universidad Católica Argentina *Santa María de los Buenos Aires*, en la Facultad de Teología, para acceder a la Licenciatura en Sagrada Teología con especialización en Pastoral, indicaremos el ámbito de nuestro estudio. Lo configuraremos en cuatro pasos. El primero abarcará las motivaciones (antropológicas y teológico-pastorales) del tema, luego explicitaremos el objetivo y el fin del mismo. El tercero abordará los criterios orientadores de la investigación para finalizar con la metodología y estructura de la misma.

1. Motivación

Las motivaciones inspiradoras de la investigación las observaremos desde la capacidad relacional del hombre (nivel antropológico), a partir de la comunicación de Dios con los hombres (nivel teológico) y en la búsqueda eclesial de un modelo-estilo pastoral de comunicación (nivel pastoral).

En nuestros días la humanidad es sujeto y destinataria del acelerado y vertiginoso desarrollo de los medios de comunicación social (MCS)¹ y sus novedosas modalidades: privatizaciones, desregulaciones, liberalización, concentración y una oferta multifacética de servicios (v.gr. Internet y Direct to home); todos fenómenos que se manifiestan concurrentes. El adelanto técnico y científico no puede hacernos olvidar que la comunicación es ante todo un constitutivo de la condición humana, requiriendo del hombre la interrelación con la naturaleza, el prójimo y Dios para reconocerse y desarrollarse como persona.

El hombre es un ser relacional con facultades para el auto e inter-conocimiento y el amor. Para el proceso de reconocimiento y relación es importante dialogar, compartir, participar y la apertura-acogida en el quehacer común con los otros hombres y con Dios. Mediante el acto comunicativo y sus consecuencias los hombres crean cultura y forman comunidades. Los MCS como una prolongación de la corporeidad humana deberían servir para multiplicar, acelerar y perfeccionar la comunicación y comunión entre los hombres. Reflexionar sobre la comunicación como acontecer humano conlleva analizar los MCS que nacen de la actividad comunicacional del hombre pero sin reducir o sintetizar la comunicación a los MCS.

Resumiendo podemos decir que en el hombre hay una capacidad de relación-comunicación que lo hace salir de sí mismo **personalizándolo** (identidad cultural) y **socializándolo** (alteridad social). El hombre en la medida que se comunica, vive, crece, madura y adquiere fecundidad y felicidad. También puede incomunicarse cediendo así a su egoísmo y alienarse en el plano físico, psicológico, social y religioso, sin alcanzar su pleno desarrollo. No podemos negar que la comunicación como fenómeno y acto social-vital arraigada en la naturaleza del hombre y componente inseparable de la cultura ha sido potenciada en los últimos decenios del presente siglo de un modo avasallador y expansivo por las nuevas tecnologías.

La capacidad comunicacional (y sus diversos medios) del hombre consigo mismo, la naturaleza, la comunidad humana y Dios no se agota, por el contrario crea y recrea algunos planteos: ¿Cómo situar a la persona humana en el centro y fin de toda comunicación? ¿Cómo comprender los lenguajes, códigos y canales² de la nueva cultura audiovisual generados desde los MCS? ¿Cómo desarrollar procesos comunicacionales conducentes a la personalización y socialización? ¿Cómo integrar en la comunión y comunicación humana las nuevas tecnologías?

El espacio cada día más significativo de la comunicación humana (en su amplia y dilatada acepción cultural) con sus logros y realizaciones, alienaciones y distorsiones, desde la fe y la revelación cristianas adquiere nueva luminosidad emanada del misterio de Dios. La Sagrada Escritura sintetiza este profundo misterio en una frase, “Dios es amor” (1 Jn 4,8)³, es decir donación, comunicación y comunión. El hombre creado a imagen y semejanza divina (Cfr. Gen

1,26) adquiere su pleno desarrollo cuando entra en la dimensión de la comunión-comunicación constituyente de la vida misma de Dios. La vocación de Dios y la del hombre es a la comunicación de vida y amor, haciendo posible la comunión.

El llamado a construir en el mundo un modelo comunicacional inspirado en la fe y la revelación cristianas vuelve a plantear algunos interrogantes: ¿Cómo se comunica Dios? ¿Cómo comunica su misterio de vida? ¿Cuáles son los signos que manifiestan la presencia de Dios en el proceso de la comunicación humana? ¿Cómo el hombre puede comunicarse con Dios? ¿Cómo el hombre participa del misterio amoroso de Dios?

La Iglesia, el pueblo que Dios sigue convocando y llamando para vivir como sacramento de comunión y salvación para toda la humanidad, no puede estar ausente de ninguna realidad verdaderamente humana. La comunicación es una de ellas y quizás una que ha sido sujeto y destinatario de un vertiginoso cambio cultural. Estos procesos de transformación abren profundas posibilidades y desafíos esperanzadores.

La Iglesia que continúa comunicando a los hombres lo que vio, oyó, contempló y tocó acerca de Jesús (Cfr. 1 Jn 1,1-3), se despliega como palabra y mensaje dialogante en el mundo (Cfr. ES 67) a fin de comunicar (evangelizar) la Buena Nueva (Cfr. DP 1063) del amor y de la comunión (Cfr. CP 11; CSD 279). La comunidad eclesial tiene la urgencia de evangelizar la comunicación humana para robustecer con la gracia de Dios todo lo que ayude a la humanización y para denunciar proféticamente los peligros que no plenifican la vida humana.

El modelo y estilo pastoral de la comunicación en la comunidad eclesial impone algunas preguntas: ¿Cómo dialoga el mundo con la Iglesia y ésta con aquél? ¿Cómo influye el modelo de Jesucristo para que la Iglesia se comuniquen ad intra et ad extra? ¿Cómo el Evangelio dialoga y participa en la nueva cultura audiovisual? ¿Cuál es el espacio de la comunicación en la inculturación del Evangelio y en la evangelización de la cultura? ¿Cuál es el espacio pastoral de la comunicación en la Iglesia? ¿Cuál es el aporte de la revelación cristiana al proyecto comunicativo de los hombres?

2. Objetivo

Algunas de las respuestas a los interrogantes planteados irán apareciendo de un modo explícito o implícito en la medida que despleguemos nuestra investigación. Recogeremos en este estudio **algunas experiencias** iluminadoras en la **pastoral de la comunicación** humana y social (y sus medios) que **la Iglesia de Latinoamérica ha documentado** a través de seminarios, reuniones, encuentros, Asambleas Episcopales, etcétera, entre 1966 y 1992. Nos proponemos **destacar y subrayar específicamente las Conferencias Episcopales de Medellín, Puebla y Santo Domingo, que han consolidado para la Iglesia latinoamericana un rico cuerpo doctrinal en el área pastoral de la comunicación social.**

Este multifacético esfuerzo pastoral lo analizaremos para extraer algunas líneas, orientaciones o desafíos más o menos constantes (de acuerdo con los signos de los tiempos) que invitarán a **esbozar una visión teológica** sustentadora de la acción pastoral en el área.

Este punto lo encararemos particularmente en las conclusiones finales. Allí nos proponemos relacionar el itinerario histórico de la pastoral de la comunicación social con los misterios de la fe y revelación cristianas. Ahondar desde la fe la capacidad comunicacional del hombre favorece iluminar la vida humana y su historia desde la perspectiva de Dios. También compromete al creyente en una inteligencia de la revelación y de la fe desde las profundidades de sus experiencias históricas. He aquí la dimensión descendente y ascendente del método teológico que emprenderemos para esbozar una visión teológica de la acción pastoral de la comunicación social.

Reiteradamente la Iglesia continental ha reconocido la existencia de un vacío en este campo. Esta investigación quiere contribuir modestamente con una visión sintética de teología

pastoral al respecto. De lo anterior se desprenden el título y subtítulo que hemos dado a la investigación: ***La pastoral de la comunicación social en torno a Medellín, Puebla y Santo Domingo (1966-1992). Una visión teológica de la búsqueda de un modelo y estilo pastoral para la comunicación solidaria e inculturada del Evangelio en la Iglesia latinoamericana.***

3. Criterios

Optamos en nuestro análisis por tres criterios referidos a: las fuentes de estudio, al encuadre situacional (contexto) de la investigación y la metodología para examinar y analizar las fuentes.

Con respecto al primer criterio estudiaremos pormenorizadamente **algunos documentos pastorales oficiales y oficiosos del magisterio eclesial continental** (entre los años indicados) **que se refieren a la comunicación social y sus medios en sentido global**, omitiendo los sectoriales o específicos (v. gr. liturgia y comunicación, prensa y comunicación, etcétera). Al indicar que trataremos algunos documentos subrayamos que no es nuestro objetivo agotar o abordar el tema de un modo exhaustivo; nos restringiremos a aquéllos que consideramos más significativos y cualificados para acercarnos a una **visión teológica y pastoral** de la comunicación social y sus medios en la Iglesia continental.

Al referirnos a *documentos pastorales oficiales*, en primer lugar daremos **particular importancia** a los elaborados por las Conferencias Generales del Episcopado Latinoamericano en **Medellín, Puebla y Santo Domingo** dentro del área pastoral que nos ocupa. Estos documentos merecerán una reflexión propia, específica y esmerada, ya que son espacios significativos de convergencia y reafirmación, de divergencia y conversión, tanto de la teoría como de la praxis comunicacional de la Iglesia latinoamericana.

Reconocemos que la Conferencia Episcopal de Río de Janeiro (1955) abordó entre otros nuestro tema; mas en nuestra investigación privilegiaremos las conferencias inspiradas a partir de las renovaciones y reformas del Concilio Vaticano II.

En segundo lugar, atenderemos los documentos pastorales oficiales que emanan directamente del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM) que generalmente son preparatorios a las conferencias aludidas anteriormente. También en este espacio ubicaremos los documentos elaborados por el Departamento de Comunicación Social del CELAM (DECOS/CELAM) como tal o desde reuniones, seminarios, encuentros regionales o continentales que lo tienen como protagonista o auspiciante.

Al referirnos a *documentos pastorales oficiosos* comprendemos los procedentes de las Organizaciones Católicas Internacionales de Comunicación con sede en nuestro continente, instituciones que colaboran valiosa y competentemente en la pastoral de la comunicación social a nivel de la Iglesia universal, continental y nacional (Cfr. AN 17; CSD 283).

En las fuentes de nuestra investigación observamos algunas situaciones que dificultaron el trabajo. Los documentos abordan la comunicación social y sus medios de un **modo múltiple y polifacético** si bien el tema es permanente, no sucede lo mismo con los sujetos, los objetivos y las líneas estructurantes de los escritos; los contextos y pretextos; las personas e ideas inspiradoras de la redacción; las líneas explícitas e implícitas; las corrientes emergentes y latentes del pensamiento; las experiencias pastorales concretas sintetizadas en las fuentes; etcétera.

Por alguna de estas consideraciones nuestro análisis quedará demarcado a interpretar las fuentes tal como llegaron a nosotros. Mediante la bibliografía magisterial, básica y complementaria contribuiremos a corroborar, esclarecer o ampliar lo emergente de las fuentes. El material bibliográfico reseñado lejos de ser exhaustivo, como el estudio de las fuentes, requerirá precisiones y consideraciones posteriores.

La investigación al restringirse a fuentes documentadas no desconoce **las diversas y múltiples experiencias pastorales in situ** (fuentes no necesariamente documentadas) que las Iglesias Particulares realizan en la dilatada geografía latinoamericana.⁴ Praxis pastorales en: radio, prensa, televisión, formación, video, relaciones interpersonales y comunitarias, alfabetización, boletines, educación, murales, afiches, dinámicas grupales, cine, audiovisuales, revistas, etcétera, son los soportes de donde emergen las fuentes que sustentan nuestro estudio.

Aún sobre las fuentes no podemos dejar de indicar algunas dificultades en su obtención, particularmente las que abarcan el período entre 1983 y 1992. Debemos agradecer al *P. Benito Spoletini ssp*, (residente en Santiago de Chile), quien tuvo la deferencia de facilitar los documentos que otros organismos (v. gr. DECOS/CELAM y Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación) no pudieron aportar.

Con respecto al segundo criterio, **contextualizaremos** el estudio de las fuentes dentro de un **panorama latinoamericano** (general y sintético) en los *campos político, social, económico, cultural, religioso y comunicacional* y esbozaremos **una visión de la Iglesia universal y continental** a fin de facilitar un marco de referencia dentro del que emerge y se desarrolla el **cuerpo doctrinal de la comunicación social en la Iglesia continental**. Observamos que la comunidad eclesial entabla un diálogo con la historia humana y cultural procurando en y desde ella responder a los desafíos y planteos pastorales que se le presentan.

En las fuentes consultadas hallaremos ecos y resonancias de tópicos y temas que el hombre y la cultura latinoamericana ofrecen a la Iglesia en búsqueda de iluminación y respuesta. Teniendo en cuenta el marco de situación, optamos por estudiar las fuentes dentro del **ritmo cronológico sucesivo** tal como fueron apareciendo; en una sección del Capítulo II nos apartaremos de este ritmo.

Con relación al criterio que orienta la **metodología** de estudio de las fuentes, usaremos uno propio de la teología pastoral que coincide con el esquema estructurante de la mayoría de los documentos consultados, método de raigambre en la Iglesia latinoamericana: **ver, juzgar y actuar**. El ver, *momento situacional*, concuerda con el criterio anterior el juzgar, *momento doctrinal*, profundizará en la fuente rescatando la estructura e ideas núcleos y temas más significativos; el actuar, *momento pastoral*, posibilitará enumerar algunas propuestas, desafíos, líneas u orientaciones que se vislumbran para la teoría-praxis evangelizadora de la Iglesia. Este momento de síntesis en algunos documentos será más minucioso que en otros.

4. Estructura de la investigación

Nuestro estudio constará de: tres capítulos, la presente introducción, conclusiones generales y la bibliografía sustentadora de la investigación. Cada capítulo **gira en torno a un eje articulador** referido al tema de la comunicación social en los documentos de la Conferencia Episcopal de **Medellín** (Capítulo I), **Puebla** (Capítulo II) y **Santo Domingo** (Capítulo III). El tratamiento y estudio de estos núcleos articuladores ocuparán nuestra atención y esmero destacándolos de otras fuentes mediante la transcripción de los textos centrales de nuestro tema aprobados en las conferencias indicadas. Esta copia será ubicada en los momentos oportunos a su análisis.

Anteponemos y postponemos a cada eje algunos documentos oficiales y/u oficiosos que **preparan y prolongan** (respectivamente las asambleas aludidas), sintetizando o abriendo la teoría y la praxis teológica-pastoral de la comunicación social en la Iglesia latinoamericana.

Nos proponemos estudiar nuestro tema en un movimiento de **análisis y síntesis, de descripción y evaluación**. Generalmente a partir del camino previo, las asambleas episcopales se convierten en eventos de sinopsis esquematizadora y valoración iluminativa de lo reflexionado y realizado, proyectándose a nuevos análisis y evaluaciones corroborados o rectificadas en la teoría y praxis posterior.

El primer y segundo capítulo tienen tres secciones documentales: **uno previo, otro posterior y en el centro el referido a la conferencia episcopal correspondiente** (Medellín, Puebla o Santo Domingo); el tercer capítulo no abarcará el momento posterior a Santo Domingo. Recordando la metodología que detalláramos al referirnos a las fuentes, también al finalizar las secciones del capítulo incluiremos **algunas conclusiones parciales** que sintetizarán el momento reflexionado.

Estas recapitulaciones ayudarán para visualizar el movimiento reflexivo y el conjunto histórico pastoral con sus acentuaciones y modificaciones, luces y sombras, realizaciones y fracasos, esperanzas y anhelos en el rumbo teórico y pastoral del tema en estudio.

Como lo indicamos en el punto de los criterios, en cada período histórico previo y posterior a los núcleos articuladores hacemos una **síntesis del contexto social, cultural y eclesial**. La visión histórica secular y eclesial está íntimamente relacionada de manera que los capítulos serán divididos en períodos de años de acuerdo a algunos acontecimientos y documentos que hallamos significativos para encuadrar la investigación.

El **primer capítulo abarca entre 1966 y 1974**, enmarcado desde lo secular por el fin del desarrollismo y el auge de la doctrina de la dependencia y desde lo eclesial por la consolidación teológica y pastoral de la liberación y el apogeo crítico a los MCS como agentes eficaces en la evangelización. El **segundo capítulo aborda ente 1975 y 1988**, período fuertemente influenciado en lo secular por la emergencia de una cultura audiovisual y la hipostación de la comunicación como una categoría englobante en la cultura; en lo eclesial destacamos el llamado a evangelizar la cultura (Cfr. EN 20) y el progresivo caminar hacia un proyecto pastoral y evangelizador de la comunicación social en la comunión y la participación.

El **último capítulo abarca entre 1989 y 1992**, transcurre en lo secular a partir de la caída del muro de Berlín y el auge de las nuevas tecnologías informáticas y telemáticas, produciendo una comunicación a nivel global y sintetizando una cultura cada vez más planetaria; en lo eclesial se consolida y vislumbra un esperanzador despliegue de la comunicación y la cultura mutuamente relacionadas e imbricadas. En este último período el aniversario del V Centenario del comienzo de la primera evangelización (1992) no es una etapa de cierre, sino de apertura a una renovada evangelización. Los documentos analizados en este período serán el reflejo de una realidad y acción más profunda y exhaustiva, que por ahora sólo podemos enunciar.

Las conclusiones finales recogerán en el movimiento del ver, juzgar y actuar **algunos de los temas desarrollados en los capítulos indicados**. Las consideraciones finales son un esfuerzo de síntesis desde lo más significativo que encontraremos en el período de nuestro análisis. A partir de la praxis pastoral documentada **esbozaremos algunas orientaciones y conclusiones para una visión teológica y pastoral de la comunicación social y sus medios**.

El mundo de la comunicación social presentado por el Papa Juan Pablo II como un aerópago de los tiempos modernos (Cfr. RM 37c), motiva desde una perspectiva latinoamericana, esta modesta investigación, uniéndose a esfuerzos y trabajos que han sido pioneros en este tema y en los cuales sustentaremos nuestro estudio.⁵

Este esfuerzo de síntesis procurará reconstruir esquemáticamente el fecundo y a la vez accidentado peregrinar de la Iglesia latinoamericana, que la ha llevado a su actual posición frente a la comunicación social.

En ello somos **conscientes de nuestros propios límites**. No pretendemos decir nada nuevo, algunos temas quedarán apenas insinuados y otros no serán abordados. El mundo múltiple y cambiante de la comunicación social impone no decirlo todo, sino **indicar algunos núcleos y líneas constantes que facilitarán un desarrollo ordenado de la rica teoría y praxis comunicacional que hallamos en las fuentes consultadas**. Hasta aquí nos proponemos llegar con la investigación. Complementarla, corregirla y precisarla será una tarea abierta.

Dada la naturaleza relacional del hombre, entendemos la comunicación como un medio para la humanización, personalización y socialización; la identidad y alteridad cultural; la comunión y participación; la comunión y solidaridad; etcétera; abriéndose para la experiencia evangelizadora **horizontes insospechados**.

Enfrentaremos el análisis de las fuentes configurantes (entre otras) de un rico y vasto cuerpo doctrinal-pastoral de la comunicación en la Iglesia continental. Esta investigación coincide con un momento de dinamismo reflexivo y de profundización teológico-pastoral en el seno de la Iglesia⁶, lo cual favorece y promueve la creatividad pastoral.

Anhelamos vivamente que los nuevos espacios y perspectivas en la pastoral de la comunicación social faciliten el ver, oír, contemplar y tocar la vida eterna manifestada en Jesucristo (Cfr. 1 Jn 1,1-3; Jn 1,1-18).

1. Los MCS “en sentido estricto, objeto o instalación a través de la cual circula la comunicación. Dícese de las diversas técnicas y modalidades que transmiten comunicación. Medio de comunicación de masas: sistema de transmisión de informaciones a un público numeroso, a partir de un equipo de profesionales de una empresa (periodistas, técnicos, administrativos, etc.) mediante un instrumento. Ocho pueden ser los medios significativos: el libro, el periódico, la revista, el cartel, la radio, la televisión, el cine y el disco; y según Gabriel Moreno Plaza cinco serían sus funciones sociales: a) dan noticias, informan, analizan e interpretan esa información; b) educan; c) persuaden y manipulan; d) anuncian las ventas, realizan publicidad; e) sirven para divertir y entretener”. CELAM 1988a, 122.

No todos están de acuerdo en el empleo de la terminología (MCS), algunos prefieren el uso de la versión inglesa *mass media*, otros el término *sistema masivo de medios o instrumentos de la comunicación social*; en nuestro estudio optamos por MCS por ser el más divulgado y utilizado en nuestras fuentes.

2. *Lenguaje*: es un “sistema de símbolos cuyos significados son compartidos o comunes a un grupo de interlocutores. Los símbolos son producidos por los interlocutores y son formalmente combinables en determinadas formas y no en otras (gramática)”. CELAM 1988 a, 112.
Código es un “sistema de signos o símbolos, cuyos significantes o significados, reglas u ordenadores son compartidos tanto por el emisor como por el receptor, antes y después de su emisión para ser comprendidos”. Idem, 48.
Canal es el “soporte físico de la comunicación”. Idem, 38.

3. Las citas bíblicas corresponden a la Biblia de Jerusalén, nueva edición totalmente revisada y aumentada, Ed. Desclée de Brouwer, Bilbao.
4. Para una sistematización de estas experiencias (entre otros) Cfr. CELAM 1988b, 129-171 y Pérez 1995.
5. Cfr. (entre otros) CELAM 1983 y 1986; Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación 1994; Spoletini 1977 y 1985; Yser 1993.
6. Cfr. (entre otros) CELAM 1983 y 1986; Baragli 1973; Iribarren 1968; Martínez Díez 1994; Martini 1993; Santos 1990 y Soukup 1983.

CAPITULO PRIMERO

Medellín y la comunicación social ante el hombre latinoamericano en un período de cambio y transformación, de dependencia y liberación (1966-1974)

Capítulo I: “MEDELLIN Y LA COMUNICACION SOCIAL ANTE EL HOMBRE LATINOAMERICANO EN UN PERIODO DE CAMBIO Y TRANSFORMACION, DE DEPENDENCIA Y LIBERACION”

1. INTRODUCCION

2. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL

3. DOCUMENTOS PREVIOS A LA CONFERENCIA DE MEDELIN

- 3.1. Seminario de Responsables de MCS, Santa Inés (Lima-Perú).
- 3.2. Tres Seminarios Regionales de MCS: Montevideo, Santa Inés (Lima) y San José de Costa Rica.
- 3.3. Documento básico para la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano.
- 3.4. Conclusión.

4. LA CONFERENCIA DE MEDELLIN. DOCUMENTO XVI MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL

- 4.1. Situación.
- 4.2. Justificación.
- 4.3. Recomendaciones pastorales.
- 4.4. Conclusión.

5. DOCUMENTOS POSTERIORES A LA CONFERENCIA DE MEDELLIN

- 5.1. Documentos del magisterio universal que influyeron en la reflexión de la Iglesia Latinoamericana en la comunicación social.
- 5.2. Sesión de reflexión del DECOS/CELAM.
- 5.3. Informe final del Seminario sobre “Medios de comunicación social y educación. Una visión cristiana”.
- 5.4. Tres Encuentros Regionales de pastoral de la comunicación social: Antigua, San Miguel y Cumbayá.
- 5.5. Documento “Perspectiva del Comunicador Social”.
- 5.6. Conclusión.

1. INTRODUCCION

En este capítulo abordaremos el tema de la comunicación social y sus medios en algunos de los documentos oficiales y oficiosos de la Iglesia de América Latina en el contexto de los años 1966 a 1974. Es un período marcado por el devenir y la mutación de la sociedad latinoamericana, que ante el desgaste del modelo del desarrollismo, **transita hacia nuevos modelos culturales** de intercambio social, político y económico.

Los MCS en proceso de cambio, bajo la inspiración del Concilio Vaticano II (1962-1965) y en concreto la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano en Medellín (1968), imprimen un renovado aliento y estímulo a la **búsqueda de nuevas pautas de comunicación**.

Esta etapa de cambios ha constituido una búsqueda de identidad eclesial en los MCS, con distintos momentos y fases. Proponemos estudiar este peregrinar de la Iglesia latinoamericana hacia formas nuevas, desde la perspectiva de un análisis del contexto socio-cultural y eclesial anterior (2) y posterior (5) a la Conferencia de Medellín. Enmarcado el contexto abarcaremos los documentos anteriores a Medellín (3), que inspirados en el Concilio Vaticano II van recogiendo las reflexiones y la praxis de la Iglesia latinoamericana en los MCS. Seguidamente abordaremos el Documento XVI de las Conclusiones Finales de Medellín (4) que analizaremos con detención y esmero por su centralidad en la reflexión y posterior acción pastoral. Para finalizar con el estudio de los documentos posteriores a Medellín (6) que en su temática y contenido profundizan la línea iniciada en la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano.

2. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL ANTERIOR A MEDELLIN

Nos hallamos frente a una **etapa signada por el cambio y la transformación** de la sociedad y del hombre latinoamericano. “Siempre hay cambio. ‘Vivir es cambiar’, decía Newman y ‘vivir mucho es haber cambiado a menudo’. Pero nunca han sido tan rápidos y radicales los cambios como lo son hoy (...) y podemos suponer que este período recién comienza; que los cambios por venir serán más extraordinarios que todo lo que hemos ya visto.”¹

Sin pretender agotar el tema indicaremos algunas de las manifestaciones del cambio y transformación previas al eje central de nuestra reflexión en torno a los años anteriores (1960-1968) a la Conferencia de Medellín.

2.1. Contexto secular

En el *campo social y económico* (resumiendo esta etapa) hallamos que “en el lustro del 55 al 60 irrumpe en América Latina la cuestión del *desarrollo* como perspectiva de solución a sus crecientes problemas. Esta perspectiva está apoyada por la Comisión Económica para América Latina —CEPAL— dependiente de la ONU”.² La corriente desarrollista a grandes rasgos sostenía que los países de América Latina (y en general los involucrados bajo la denominación del Tercer Mundo) estaban sumergidos en un atraso en el tiempo del proceso que habían logrado los países desarrollados (en general los denominados del Primer Mundo).

Entre otras causas del subdesarrollo se indicaban: las carencias tecnológicas y de capital; la falta de capacitación de los recursos humanos; la injusticia en la propiedad de la tierra y los gravámenes impositivos abusivos, etcétera. “Con la ayuda de las naciones desarrolladas y unos toques reformistas (reforma agraria e impositiva, alfabetización y capacitación humana, básicamente), el ingreso de América Latina subdesarrollada a la modernización y al desarrollo sería inevitable”.³ Esta era la idea latente en la denominada Alianza para el Progreso impulsada principalmente por John Kennedy, presidente de los Estados Unidos de Norteamérica.

Esta propuesta modernizadora y reformista, entre fines de la década de los cincuenta y principios de los setenta, fue aplicada (con diversos matices) por algunos gobiernos democráticos del continente latinoamericano (v.gr. Frondizi e Illia en Argentina; Kubitschek en Brasil; Frei en Chile; Belaúnde Terry en Perú; etcétera).

El análisis del desarrollismo en su perspectiva económica arroja un resultado desfavorable en la relación centro (países desarrollados) y periferia (países subdesarrollados). Lentamente va asomando la necesidad de “que lo económico se hace impenetrable sin asumir la cuestión social, ya que ésta presenta obstáculos al desarrollo. Se hacen estudios sociológicos que alcanzan

niveles insospechados de investigación de la problemática Latinoamericana, los cuales llevan a la conclusión de la necesidad de una profunda reforma social”.⁴

Ante esta realidad va ganando espacios en todo el continente la teoría de la dependencia, que observa al subdesarrollo de América Latina y de los países pobres no como un fenómeno natural, “de mero atraso en el tiempo y del proceso de modernización, sino el resultado de la dependencia, la dominación, la explotación y el neocolonialismo que los países desarrollados ejercen sobre los subdesarrollados. El desarrollo de aquéllos depende del subdesarrollo de éstos: lo necesitan como el aire para respirar. La alternativa no es desarrollo versus subdesarrollo, sino *dependencia o liberación*”.⁵ Estas propuestas comienzan a divulgarse de un modo más comprometido a mediados de la década de los sesenta.

A esta altura de la década, la situación social del continente se tornó más difícil, “hay que hacer notar que mientras la masa de la población adquiere siempre mayor conciencia de sus malas condiciones de vida y cultiva un deseo insuprimible y bien justificado de cambios satisfactorios, manifestando a veces violentamente una creciente intolerancia que podría constituir una amenaza para las mismas estructuras fundamentales de una sociedad bien organizada, no faltan tampoco, desgraciadamente, los que permanecen cerrados al sople renovador de los tiempos y que se muestran privados no sólo de sensibilidad humana, sino también de una visión cristiana de los problemas que se suscitan a su alrededor”.⁶

América Latina tiene 268 millones de habitantes; el crecimiento económico es de 6 dólares al año por habitante, mientras que en Europa es de 60 y en los EE.UU. de 150. Hay 150 millones de personas subalimentadas, 50 millones de analfabetos y 15 millones de familias sin techo. Son momentos de grandes migraciones del campo rural a las ciudades por las transformaciones económicas que se propugnan y favorecen, con el consecuente asentamiento de grandes cinturones de poblaciones alrededor de las ciudades más industrializadas.

En estrecha relación a las breves variables socio-económicas señaladas, se perfilan las del *campo político*. No podemos dejar de indicar un fenómeno que se instala en el continente, nos referimos a la Revolución Cubana lograda en 1959, que con el aval de la Unión Soviética se dedica a transmitir su revolución (de inspiración marxista-leninista) a diversos países de América Latina. “La variante cubana de la lucha por la ‘liberación’, adquirirá un nombre técnico: *foquismo revolucionario*; usaba un método específico: la guerrilla rural; tenía sus teóricos: el Che Guevara y Regis Debray”.⁷

Si el asesinato de John Kennedy en 1963 acabó con la propuesta de la Alianza para el Progreso, la muerte del Che Guevara en 1967 no terminó con la guerrilla en el continente, que como realidad política se instaló en el campo y las ciudades de Latinoamérica. A partir de la revolución cubana, de alguna manera el conflicto Este-Oeste penetró en la realidad continental.

Junto con la situación novedosa que se suscita en Cuba, en general podemos observar que las políticas del continente siguen dependiendo de los modelos que transmiten las grandes potencias mundiales (de los EE.UU. y Europa). El pueblo latinoamericano vive una marginalidad virtual de lo político, manifestada en la escasa participación de las masas en las decisiones del bien común.

“Este hecho se ve acrecentado por la decepción, en el pueblo, de los políticos y por una hipertrofia de lo político. Se vive una democracia más formal que real, donde falta en ocasiones auténtica libertad de organización. Los sistemas políticos están caracterizados por distintas formas de oligarquía. La falta de grupos intermedios que faciliten la participación y la integración en la vida nacional, tales como sindicatos, organizaciones campesinas, lleva a que grupos pequeños gobiernen sin contrapeso. El estado, a su vez, ha exagerado su misión y tiende a monopolizar toda la actividad humana. (...) En muchos países el grupo militar constituye un poderoso grupo de presión que pasa a ser decisivo en la política”.⁸

Se inicia en 1964, concretamente en Brasil y hasta aproximadamente 1976 en Argentina, una sucesión frecuente de gobiernos-dictaduras (militares o cívico-militares) que desplazan una y

otra vez a las frágiles democracias del continente. Estos gobiernos autoritarios se inspiran en la denominada *Doctrina de la Seguridad Nacional* (DSN).

La misma fue como una “defensa continental frente a la ‘agresión marxista-leninista’ que, según esta doctrina militar, se manifestaba ahora también al interior de cada país con el uso de medios militares, ideológicos y culturales”.⁹ Fue también un control defensivo y represivo del recrudecimiento de la guerrilla revolucionaria y armada urbana y rural, y del avance de la ideología marxista, de un modo particular entre los estudiantes universitarios y algunos sectores de clases obreras del continente. Esta doctrina fue dejando “sus secuelas de desaparecidos, exiliados, torturas y violación de los derechos humanos más elementales”.¹⁰

En esos momentos todo tipo de compromiso con los pobres fue causa de persecución y hasta de muerte. Muchos cristianos fueron acusados de comunistas por sus opciones a favor de los más pobres y marginados.

El año 1968 marcó momentos de grandes “significados y mensajes en el mundo entero y también en América latina”.¹¹ Aparecen en el mes de mayo las manifestaciones juveniles-estudiantiles en París (Francia) y la violencia en la Convención Demócrata en Chicago (EE.UU.). A la luz de los cambios y transformaciones socio-económicas y políticas, en el continente se acentúa “la toma de conciencia cada vez mayor de un sentido internacional que desplaza los regionalismos y los nacionalismos cerrados”.¹² América Latina no puede sustraerse al enfoque mundial que conlleva a la creciente interdependencia de todos los hombres y de los pueblos.

En el *campo cultural y religioso* se observa el paso de una cultura predominantemente tradicional hacia una sociedad moderna: grandes conglomerados urbanos; industrialización de la economía; democratización de las relaciones sociales (v.gr. familia, educación, etcétera); especialización de la división de trabajos, ante el avance tecnológico; etcétera. “Se está pasando de una sociedad en que predominaba una sola cultura, un sólo conjunto de normas y valores, un solo modo de ver la vida a un pluralismo cultural. (...) Junto a este pluralismo se observa un proceso de secularización por el cual se desplaza el centro de gravedad que ocupaba el pensamiento religioso. Este proceso, fruto de una mayor racionalización que se viene operando en la sociedad, involucra la pérdida de muchos símbolos, una abolición de lo mágico, un centrar todo en el hombre más que en Dios”.¹³

La secularización ha favorecido un resquebrajamiento entre la creencia religiosa y su práctica. También ha debilitado las formas tradicionales de transmisión del mensaje cristiano en la familia, escuela, grupos de amistades, etcétera y de este modo las normas de la Iglesia pierden valor en la vida familiar y social. Se acentúa el crecimiento del ateísmo y la indiferencia religiosa (especialmente entre los jóvenes).¹⁴

En relación al *tema de la comunicación social*, es predominante la presencia del pensamiento de Marshall McLuhan (1911-1980), “literato y científico canadiense, considerado por muchos como ‘profeta de los mass media’”. Autor de obras y ensayos famosos, recordamos entre ellos: *La galaxia Gutemberg* (1962) y *La comprensión de los medios como extensiones del hombre* (1964), que contribuyeron a revolucionar el estudio de la comunicación social”.¹⁵

Los núcleos fundamentales del pensamiento de McLuhan pueden sintetizarse así:

- Los medios tecnológicos (y entre ellos los medios de comunicación social) son extensiones de nuestros sistemas neuro-psíquicos, y por lo mismo forman un entorno que modula y moldea las pautas de nuestra percepción del mundo y de nosotros mismos.
- El medio es el mensaje (‘message’) y el masaje (massage): ‘Las sociedades siempre fueron remodeladas mucho más por la naturaleza de los medios con que se comunican los hombres, que por el contenido de la comunicación’. Esto lleva al autor a dividir la historia humana en términos de ‘tres edades’ sucesivas: 1) La edad tribal, 2) La edad alfabética, 3) La edad electrónica.

- Efectos de la edad electrónica son los fenómenos que llama de implosión (inversos a los de ‘explosión’): movimientos de ‘contracción’, hacia adentro, el de una ‘cultura popular’ no alfabética, dentro de la cual la mente tiende a una percepción y explicación inmediata y concreta de la realidad (gracias a la imagen audio-visual) y a una experiencia ‘comprometida’ y ‘participante’ (de adhesión tipo ‘happening’) propia de una civilización lúdica en la que el arte, el juego y el espectáculo, es decir, lo ‘recreativo’, prima sobre todo lo demás.
- La nueva interdependencia electrónica vuelve a crear el mundo a imagen de una ‘aldea global’ en la que el periódico es el ‘mosaico’ comunal, la radio es el ‘tambor de la tribu’, el cine es el ‘mago de la aldea’ y la televisión es el ‘preceptor’ de la comunidad, produciéndose así una conciencia mundial que supera las barreras de las diferencias lingüísticas y culturales”.¹⁶

Los planteamientos de McLuhan han sido muy discutidos, particularmente en lo que se refiere a su identificación del medio con el mensaje y a su concepción de la cultura popular.¹⁷

2.2. Contexto eclesial

En el *campo eclesial* ¹⁸ observamos que entre el Primer Concilio Latinoamericano (1899) y el inicio del Concilio Ecuménico Vaticano II (1962), América Latina y la Iglesia Universal viven un período de profunda renovación (bíblica, litúrgica, del apostolado laical, social y ecuménica), que dispuso los caminos conducentes al Concilio Vaticano II.

En nuestro continente es significativa la celebración de la Primera Conferencia General del Episcopado Latinoamericano (1955) en la ciudad de Río de Janeiro (Brasil). Uno (entre otros) de los principales aportes de esta conferencia fue la creación del Consejo Episcopal Latinoamericano (CELAM) (1956), con el objetivo “de estudiar los problemas que interesan a la Iglesia en América Latina, coordinar actividades y preparar nuevas conferencias del Episcopado latinoamericano”.¹⁹ En sus años iniciales, los Papas Pío XII y Juan XXIII apoyaron firmemente al CELAM.

Juan XXIII el 25 de enero de 1959 anuncia a los cardenales, en la basílica de San Pablo Extramuros, su propósito de convocar un Concilio Ecuménico a fin de relacionar la doctrina cristiana con el hombre y los tiempos actuales, fruto de situaciones y formas culturales nuevas que exigen a los católicos la búsqueda de novedosos caminos de diálogo con el mundo contemporáneo.

El mismo Papa publica dos encíclicas sociales, una el 15 de julio de 1961, con motivo de los setenta años de la *Rerum Novarum* titulada *Mater et Magistra* (MM) sobre el reciente desarrollo de la cuestión social a la luz de la doctrina cristiana, en donde la Iglesia asume la problemática del tercer mundo en un espíritu pastoral y maternal, sin disminuir su contenido doctrinal. Otra fue publicada el 11 de abril de 1963 (entre la primera y la segunda sesión del Concilio Vaticano II), denominada *Pacem in Terris* (PT) sobre la paz entre todos los pueblos, que ha de fundarse en la verdad, la justicia, el amor y la libertad; “dadas las posibilidades de democratización del progreso de la humanidad, Juan XXIII testimonia la conciencia cada vez más aguda de los hombres sobre las necesidades de un clima que de hecho posibilite esta democratización”.²⁰

Observamos que “es importante poner de relieve las profundas intuiciones evangélicas y pastorales del llamado ‘Buen Papa Juan’, pues sin ellas no sería posible entender el desarrollo posterior de la Iglesia, tanto a nivel universal como latinoamericano”.²¹

El 11 de octubre de 1962 se celebra en Roma la apertura del Concilio Vaticano II que se clausura el 8 de diciembre de 1965. “El resultado del Concilio Vaticano II es la instauración del perdido diálogo con el mundo y con el hombre, que se había cerrado (...) desde el comienzo de la llamada Modernidad, hacía casi tres siglos, diálogo que significa el rompimiento con la cristiandad y la apertura concreta al mundo cultural de los hombres de cada época y región. El

centro y clave de este nuevo diálogo y deseos de renovación conciliar se expresa en la constitución dogmática *Lumen Gentium* y en la constitución pastoral *Gaudium et spes*”.²²

A partir del Concilio la Iglesia vive un tiempo de profunda renovación en su misma eclesiología, en la celebración del misterio de la fe, en el rol y protagonismo de los laicos, los pastores y consagrados, en la actividad misionera, en las relaciones con otras iglesias y religiones, en una nueva actitud frente a los medios de comunicación social.

Dentro de la renovación que aportó el Concilio Vaticano II en nuestro tema específico nos detendremos en un breve comentario del Decreto Conciliar *Inter Mirifica* (IM)²³ que tuvo una influencia significativa tanto en los documentos previos como en el Documento XVI de la Conferencia de Medellín.

Haremos este análisis sin penetrar en el entorno histórico que enfrentó este documento en su preparación, promulgación y posterior análisis.²⁴ La IM es el primer documento de un Concilio Ecuménico que se haya ocupado del tema de los MCS. Además, al englobar bajo esta acepción la prensa, el cine, la radio y la televisión (Cfr. 1), se torna una novedad el hecho “de que el Magisterio trate en él todos los *mass media* como un *unicum* sociológico-pastoral, extendiendo a todos ellos el preconiliar *corpus completum* doctrinal y normativo elaborado ya para el cine”.²⁵ En cuanto que el decreto aborda en conjunto todos los *mass media*, la formulación de sus enseñanzas y reglas son “generales en cuanto comunes a todos los medios”.²⁶

Otro aspecto a destacar es que, “partiendo de los conceptos del orden moral y de la naturaleza de la comunicación y de la sociedad humana, afirma el derecho de las personas a la información (5) y reconoce la importancia de la opinión pública (8)”.²⁷ Junto a esto, IM recuerda que los *mass media* son instrumentos estrechamente ligados al deber de los obispos con la predicación y se invita a los fieles cristianos a acudir a estos instrumentos como medios para la acción pastoral (Cfr. 13). También “hace recaer la responsabilidad moral en lo que respecta a la comunicación sobre productores y receptores por igual (9-11)”.²⁸ Se destaca la formación tanto de sacerdotes como de laicos (Cfr. 15) y “la de hacer de ésta, materia de enseñanza en las escuelas a todos los niveles y también en la catequesis ordinaria (16)”.²⁹ Los últimos números del decreto se destinan a acentuar la necesidad de crear infraestructuras de comunicación social a nivel nacional e internacional (Cfr. 18-22).

En la redacción del documento es significativo rescatar “la terminología usada: instrumentos de la comunicación social. Se salva la *causa instrumental* (del hombre), el *coeficiente técnico* del instrumento y de su *idoneidad* para llevar contenidos de conciencia perceptibles a los destinatarios, y se salva el *aspecto social*, es decir, en cuanto los instrumentos son potencialmente dirigidos a toda la sociedad y, a la vez, son factores de socialización”.³⁰

Según el deseo de los Padres Conciliares el decreto “debían limitarse a los principios doctrinales *esenciales* y a las solas normas pastorales *generales*”.³¹ El documento, por lo escuetamente analizado, cumple estas premisas y **abre desafíos** que continúan sin estrenarse en la Iglesia.³² También hemos de reconocer que este documento puede ser considerado como el más **modesto** de los elaborados en el Concilio Vaticano II y por lo mismo uno de los más criticados.³³

La elaboración del decreto no suscitó entusiasmo alguno en el Aula Conciliar. Las crónicas aseguran que la presencia de los Padres fue escasa mientras se debatía y que faltaron oradores en la tribuna. Cuando finalmente lo presentaron a la votación final, fue aprobado con el mayor número de votos negativos de todos los textos conciliares. De un modo categórico era la cenicienta del Concilio, a pesar del valor dado por éste a los MCS. Con todo, esta aseveración no invalida si lo leemos “como punto de partida para una ulterior discusión y para la acción y no como simples conclusiones”.³⁴

Debemos destacar la profunda vivencia de comunión y relación alcanzada en el Concilio Vaticano II entre los mismos obispos latinoamericanos y en contacto con otros pastores de la Iglesia universal bajo el ánimo expreso y constante de Pablo VI.³⁵ Esta experiencia condujo a

aplicar en las diversas diócesis y en todo el continente el espíritu del Concilio, a fin de realizar la renovación de la Iglesia y de los pueblos de América Latina.

“Durante el Concilio, Roma fue también el lugar donde nosotros, los latinoamericanos, teniendo la ocasión de vernos día tras día durante las sesiones conciliares, y esto durante cuatro años, llegamos a conocernos bien unos a otros y a sentir como comunes nuestras situaciones y nuestras decisiones, en contraste, pero en comunión con la más extensa Iglesia Universal. El CELAM, creado en 1955, adquirió con el Concilio su forma y su vigor. (...) En resumen: la colegialidad fue enseñada y al mismo tiempo aprendida en el Concilio; y esto, tanto efectiva como afectivamente, con el Santo Padre y todo el Colegio Apostólico. Esto condujo a la formación y al ímpetu del movimiento para la renovación pos-conciliar, en todas partes y, de manera especial, en América Latina”.³⁶

En 1964, cuando el Concilio se hallaba en su segunda mitad, el CELAM propuso la convocatoria de un seminario sobre aquél y sus aplicaciones en el continente. El seminario reunió a expertos del Concilio y a cierto número de sacerdotes de toda América en Viamao (Porto Alegre, Brasil) durante el mes de mayo del mismo año. El encuentro alcanzó éxito dentro de su propósito de información y conversación. Este fue uno de los primeros servicios de colegialidad encarados por el CELAM.³⁷

El 6 de agosto de 1964 se publica la primera encíclica de Pablo VI, titulada *Ecclesiam Suam* (ES) sobre los caminos que la Iglesia Católica debe seguir en la actualidad para cumplir su misión. En ella el Papa traza las grandes líneas de su ministerio pastoral; hacia adentro de la Iglesia una autocomprensión y renovación y hacia afuera una intensificación del diálogo con todos los hombres sin ninguna distinción.

Finalizado el Concilio Vaticano II, el CELAM comienza a patrocinar sesiones de una semana en temas específicos de pastoral (v. gr. educación, comunicación social, catequesis, acción social ...). “La más impactante de estas reuniones tuvo lugar, en noviembre de 1966, en Mar del Plata, Argentina, sobre el tema ‘La Iglesia y el desarrollo e integración de América Latina’. La reunión la organizó el Departamento de Acción Social, pero el CELAM invitó, en una asamblea especial, realizada a continuación, a todos sus miembros”.³⁸

En ella se promovió “hacer una reflexión teológica sobre el desarrollo en la línea dada por *Gaudium et Spes* y bajo su método (ver-juzgar-actuar), lo que provocará, unos pocos años más tarde, un viraje en el modo tradicional de hacer teología en nuestro subcontinente, pues ya no se aplica ésta a las diversas situaciones, sino que busca pensarse y hacerse dinámicamente en permanente diálogo con la realidad, elemento éste novedoso en el concierto de la teología universal”.³⁹

A propósito del tema del desarrollo, cuando parecía una temática agotada, el Papa Pablo VI publica el 26 de marzo de 1967 la encíclica *Populorum Progressio* (PP) retomando el tema de promover el desarrollo de los pueblos, “fue una exposición lúcida, impetuosa y comprometida de la situación de subdesarrollo y de los desafíos que generaba para los cristianos”.⁴⁰ Es un texto que el Santo Padre había escrito para el Tercer Mundo y especialmente para América Latina. Este documento va tener una especial resonancia en la Conferencia de Medellín y junto a la Constitución Pastoral *Gaudium et Spes* serán contextualizados y releídos desde la óptica específica de la realidad del continente latinoamericano.⁴¹

La renovación de la Iglesia continental (esbozada sucintamente) favoreció el compromiso de muchos cristianos frente a los problemas sociales que enmarcaban la realidad socio-económica y política de Latinoamérica. El Concilio, MM, PT y PP favorecieron que el compromiso cristiano en la acción social no se quedara en un mero desarrollismo (el desarrollo en sentido estrictamente técnico y dirigido de arriba hacia abajo), “ellos querían la participación y movimientos populares; y prefieren hablar de ‘liberación’, en su doble dimensión: social y religiosa. En las ‘Conclusiones’ de Medellín, encontraremos, la evidencia de los dos términos: desarrollo y liberación”.⁴²

“Desarrollo y subdesarrollo, dependencia, liberación, marxismo, capitalismo liberal, guerrilla, violencia revolucionaria, pobreza, injusticia, marginación, además de objetos de desarrollos teóricos e ideológicos, son fenómenos y hechos reales, concretos, operantes, históricos-políticos. Son signos de los tiempos latinoamericanos, en vísperas de Medellín, en 1968”.⁴³

Los grandes cambios que hemos bosquejado llevan a reflexionar y relacionar el rol de los MCS en cuanto agentes y destinatarios de las mutaciones sociales, culturales y eclesiales en el período de la Conferencia de Medellín y sus documentos previos en el tema de nuestra reflexión.

3. DOCUMENTOS PREVIOS A LA CONFERENCIA DE MEDELLIN

En el contexto antes esbozado, nacen y se desarrollan los documentos de la Iglesia del continente sobre los MCS. Tendremos que reconocer que no siempre los contactos entre la Iglesia y los MCS fueron pacíficos. Durante mucho tiempo fueron antagónicos y en algunos momentos históricos hasta adversos.⁴⁴ Para desembocar, mediante una lenta pero perseverante evolución, en un valioso cuerpo doctrinal.

En América Latina, desde su nacimiento el CELAM se ha ocupado de los MCS puestos al servicio de la evangelización. La tradición continental es sumamente rica en iniciativas concretas⁴⁵ y en diversos documentos.⁴⁶ Nuestro continente se apartó de una mentalidad moralística, para **presentar los problemas en términos de integralidad**, tratando de crear convicciones y responsabilidades ante la comunicación social y sus incidentes en lo personal y comunitario.

Los documentos que analizaremos en esta sección son: Seminario de Responsables de MCS, Santa Inés (Lima) (1966) y Tres Seminarios Regionales (1968) en Montevideo, Lima y San José de Costa Rica, y el Documento Básico para la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano (1968).

3.1. Seminario de Responsables de MCS

Fue un seminario organizado por el Consejo de Cooperadores de los Secretarios Latinoamericanos (CODECO), con los dirigentes católicos de los MCS, asesorados por teólogos, sociólogos, expertos y profesionales de los MCS. Este encuentro realizado en Santa Inés (Lima, Perú) del 20 de setiembre al 5 de octubre de 1966, propuso la reflexión sobre los principios, realidades actuales y perspectivas de futuro para la presencia y la acción de la Iglesia en y por medio de los instrumentos de comunicación social en América Latina. El seminario elabora un documento conclusivo.⁴⁷

El mismo está estructurado en cinco capítulos y una conclusión. Se inicia con una serie de consideraciones de orden teológico que, enmarcadas por la doctrina del Concilio Vaticano II, resumen que “el concepto teológico de la comunicación es la participación en la transmisión de este mensaje divino, lo que el Vaticano II hace resaltar como vocación profética de la Iglesia (LG 12 y 35)” (I,1). Por lo mismo se insiste que el empleo de los instrumentos de comunicación social es parte de la **misión salvadora de la Iglesia**. La vocación profética del cristiano lo lleva a adoptar “una actitud de *diálogo* sincero y universal, para llegar a una afectiva **cooperación en espíritu de servicio** con todos los hombres y así con ellos colaborar en la construcción de un mundo de justicia y paz” (I.1).

En las primeras líneas del documento se imprimen las consignas que vertebrarán los temas siguientes. La Iglesia está llamada a asumir una **actitud profética y dialogante** para instaurar un cambio en las estructuras del continente. Esto será posible si *lo que se transmite* (Capítulo II) —es decir el *contenido* de la comunicación—, es “un cristianismo identificado con todos los

hombres y en especial con los pobres, de justicia y de reestructuración social, de responsabilidad ante un Dios personal, de servicio y de redención” (II,4). El contenido evangélico es universal y particular, con preferencia por los desposeídos y marginados de la sociedad.

Este capítulo asume, en la acción evangelizadora la **distinción** entre instrumentos *masivos* y *no masivos*. Los primeros son considerados como menos idóneos para transmitir la doctrina y la vivencia del mensaje salvífico. El seminario aporta que estos instrumentos pueden considerarse un canal conveniente “para formar una opinión pública que favorezca las transformaciones en América Latina” (II.5). Los instrumentos *no masivos* son “el vínculo adecuado para explicar la doctrina cristiana en todas sus exigencias y hacer posible una acción libre y consciente de adhesión personal a Cristo” (II.6). “Esta distinción, años más tarde, influiría de manera determinante en el nacimiento de los Medios de Comunicación Grupal (MCG)”.⁴⁸

Otro aporte es la reflexión sobre la influencia de los contenidos en los destinatarios, ya que tienden a plasmar una mentalidad y además tienen efectos multiplicadores de sus mensajes. La recomendación final de este capítulo es lúcida y visionaria en un contenido (mensaje) **encarnado en y desde los destinatarios**: “...que los responsables de los Instrumentos de Comunicación Social estén identificados con la comunidad a la cual sirven y viven en su problemática y sus aspiraciones” (II.7).

El *comunicador* (Capítulo III, El que transmite) será un testigo calificado de la Iglesia. Un **hombre público** (como el profeta de la Biblia) que, enfrentado al desafío de comunicar, tendrá que estar **capacitado y formado** de un modo conveniente y cualificado; “nos permitimos recomendar con insistencia la formación de los laicos, sacerdotes y religiosos que trabajan en los MCS” (III.1). Se confía en la capacitación integral de profesionales, abordando, además del saber propio del instrumento de comunicación social en que desarrolla su actividad, la preparación en materias de teología, doctrina social, sicología y sociología (Cfr. III.3). También se trazan contenidos de la formación como “un análisis socio-antropológico de culturas y subculturas latinoamericanas. (...) Particularmente, un estudio del cambio socio-cultural de las conductas latinoamericanas” (III.4). Se esbozan además planes, centros, becas y propuestas de formación diferenciados.

Continúa una pormenorizada reflexión sobre *el medio* (Capítulo IV, Instrumentos con que se transmite). El documento enumera los **instrumentos propios y los neutros**.⁴⁹ Estos últimos son de la preferencia del seminario. Ya que el profesional católico, para contribuir a la transformación del mundo, debe insertarse en él, al modo de la levadura en la masa para allí fermentarla, con actitudes de diálogo y cooperación (Cfr. IV.2.5).

La reflexión se sitúa finalmente en el *destinatario* (Capítulo V, El que recibe), constatando la influencia de los instrumentos de comunicación social en la actitud consumista económica al “despertar aspiraciones que, por no poder ser satisfechas, aumentarán el descontento” (V.I.3). Por lo mismo, realizando una crítica moderada al desarrollismo, el documento manifiesta que los “instrumentos de comunicación social deben contribuir a cambiar el curso de este proceso, favoreciendo la revolución creadora, desarrollo contra subdesarrollo e incorporación contra marginación” (V.I.3).

Es de destacar la preocupación por entender al destinatario desde una perspectiva no sólo individual, sino colectiva. Al plantear el estudio de una Pastoral Cultural para Latinoamérica, “se impone pues, el estudio científico, inductivo, de los fenómenos sico-sociales y del impacto de los instrumentos de comunicación social sobre los diversos grupos” (V.IV.2).

El documento SSI’66 “es una pequeña ‘summa’ de la comunicación, con anticipaciones sobre el pensamiento de la Iglesia universal”.⁵⁰

3.2. Tres Seminarios Regionales en Montevideo, Santa Inés (Lima) y San José de Costa Rica

El documento SSI'66 recomendaba en un plazo mediano efectuar otro seminario latinoamericano de evaluación y actualización. Para tal fin y en las vísperas de la Conferencia de Medellín, se realizaron tres encuentros regionales: en Montevideo del 6 al 16 de mayo de 1968; en Santa Inés (Lima) del 24 de mayo al 2 de junio de 1968 y en San José de Costa Rica del 8 al 19 de junio de 1968. Estos seminarios tuvieron en cuenta el camino trazado en SSI'66 y analizaron las realizaciones concretas y las evaluaciones desde sus realidades locales, para **actualizar** las conclusiones de SSI'66.⁵¹

En los tres seminarios se reflexiona desde la realidad latinoamericana, tanto secular como eclesial, la que es resumida como un hecho de cambio, en un “proceso total, necesario e irreversible, cuyas metas y caminos concretos todavía están en nuestras manos proponer, aunque quizás no por mucho tiempo” (SM'68 II.1.d). Un proceso en el cual se expande la influencia de los MCS como agentes que concientizan y manifiestan la realidad del continente, impulsando al cambio (Cfr. SM'68 II.1.d).

Otro aporte a la situación-proceso de variación es la introducción de la **dialéctica** entre la dependencia en lo económico, que lleva a marcados desniveles en la población del continente (Cfr. SM'68 II.1.a) y la liberación “de las injustas estructuras en que vivimos” (SSJ'68 Realidad latinoamericana). “La liberación de cada nación latinoamericana depende de la liberación del continente entero, y supone, necesariamente, la integración continental hecha por latinoamericanos y hacia valores latinoamericanos, los cuales han de ser promovidos activamente por todos los cristianos” (SSI'68 I.2). Dialéctica que debe llevar a un compromiso renovado de los cristianos para responder a los problemas más profundos del hombre continental.

Para eso se esboza la categoría de **encarnación**, como nexo para “encarnar el Evangelio en respuesta a situaciones concretas” (SM'68 V.1; Cfr. SSI'68 I.3; SSJ'68 Introducción). De este modo convierte los trabajos en los MCS, por la naturaleza de los mismos, en instrumentos aptos para promover el cambio social. “Los MCS deben sensibilizar a la opinión pública frente al proceso de cambio que vive Latinoamérica y ayudar a encauzarlo; presionar a los centros de poder que inspiran los planes de desarrollo, para que los orienten según las conveniencias del bien común; divulgar dichos planes y promover la participación activa de toda la sociedad en su ejecución” (SSI'68 II.1; Cfr. SM'68 V.1; SSJ'68 Realidad latinoamericana).

La encarnación del mensaje cristiano, que ha de contemplar la integralidad de la salvación, “deberá elaborarse a partir de la vida concreta de los hombres. Esto significa que tomará en cuenta no sólo sus preocupaciones e intereses, sino también su mentalidad, sus actitudes, su comportamiento y los valores a los cuales tratará de responder” (SSI'68 II.2; Cfr. SM'68 V.1.e; SSJ'68 Distinción. 3). La liberación integral del hombre y de la sociedad dependerá de la encarnación del mensaje evangélico y evangelizador de la Iglesia, que por medio de los MCS llegará a las personas y sus comunidades.

Para que este mensaje liberador-encarnado sea eficaz en el cambio-desarrollo del devenir latinoamericano, se insiste en que el mismo asuma la característica de **profético**. “La formulación de este mensaje evangélico se realiza no únicamente a partir de la doctrina (...), sino también, y preferentemente, como una interpretación de los designios salvadores de Dios, a partir de los hechos concretos de la historia humana” (SM'68 I.4; Cfr. SSJ'68 Distinción. 3). El espíritu interpretativo, auscultador de los signos de los tiempos, es lo que “coloca al comunicador cristiano en el ejercicio de la vocación profética a la que ha sido llamado por el bautismo” (SSI'68 III.1).

Por otra parte, el mensaje no es algo pasivo para transmitir o consumir; implica “el descubrimiento que los propios receptores hagan de sus valores humanos y del papel activo que les compete como verdaderos protagonistas en la construcción de un continente libre, fraternal y justo” (SSI'68 III. 1-2).

El mensaje (de carácter profético), que nace del destinatario (individual o colectivo), es lo peculiar en la tarea de los MCS para la evangelización y/o catequesis. No se reducen estas acciones pastorales a los medios propios de la Iglesia. Los seminarios valoran y evalúan como positiva la presencia de comunicadores cristianos en medios ajenos a la Iglesia (Cfr. SSI'68 IV.2; SSJ'68 Distinción. 3).

En cuanto a la presencia evangelizadora y catequística de la Iglesia en medios propios, encontramos actitudes que invitan a una revisión y evaluación de los mismos “para saber si es necesario tenerlos, sin responder a necesidades reales de la comunidad y si su forma de operar es eficaz (...). Que lo de ‘católico’ no sea un adjetivo ni sustantivo, sino que la catolicidad esté en el criterio con que se usa” (SSJ'68 Distinción. 4). La preocupación por el destinatario permite esbozar el tema de una evangelización que de un **modo implícito** llegue a las personas en “la apertura que lleva consigo una exigencia de objetividad, más allá de todo proselitismo” (SM'68 IV.a).

Reviste importancia en el mensaje el tema del **lenguaje** que, respondiendo a una opción encarnada y profética, debe adecuarse al público, de tal manera que “no necesite traducciones, para entenderlo, teniendo en cuenta la realidad cultural de los sectores a los cuales nos dirigimos” (SSJ'68 Distinción. 3; Cfr. SM'68 IV.).

Otro tema que recogen los seminarios es la necesidad de un ambiente que fomente la **libre expresión** de las ideas y pensamientos. En la actitud de un diálogo abierto y operante, propuesto por ES y GS, los MCS “serán también el órgano adecuado para crear y fomentar el diálogo en el interior de la Iglesia, sin el cual no puede desarrollarse la indispensable opinión pública del pueblo de Dios” (SM'68 V.1; Cfr. SSI'68 II.3; SSJ'68 Distinción. 3).

Todo lo anterior supone un serio esfuerzo por la capacitación de comunicadores cristianos, dirigida a los diversos agentes pastorales y en sus diversos niveles, al intuir que la **nueva cultura audiovisual** requiere profesionales acordes con los cambios que se viven (Cfr. SM'68 V.4; SSI'68 III.3; SSJ'68 Distinción. 2). Esto tendrá que ir acompañado de la investigación (Cfr. SM'68 V.5) y de estructuras eclesiales (Cfr. SSI'68 V; SSJ'68 Distinción. 1) que favorezcan la promoción y el desarrollo de los MCS, de acuerdo al fin evangelizador de la Iglesia.

3.3. Documento Básico para la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano

Este documento⁵² aborda de un modo explícito el tema de los MCS en su Primera Parte: “*La realidad latinoamericana*”. Lo hace al indicar la influencia de la radio en las poblaciones rurales, que enlaza dichas zonas con el proceso de cambio que vive la sociedad urbana. Los MCS son así **instrumentos de formación e información** (Cfr. 7). Además, constata la omisión de los MCS dentro del rol educativo de la población continental (Cfr. 9).

En la realidad de las nuevas tendencias culturales de América Latina, se observa la capacidad de unificación que producen los MCS, con la consiguiente **alienación y desintegración** de los valores del hombre y culturas nacionales-regionales (Cfr. 10).

En relación con una secularización cultural de continente, que va desplazando al pensamiento religioso, se “impone un cambio en el modo de comunicar y presentar el mensaje evangélico” (11). Relacionado con el cambio secular, el documento avanza en la comunicación de los valores, que tradicionalmente pertenecía al ámbito familiar, escolar, amistades, etc., reconociendo que en la situación de pluralismo cultural, “se exigen otros medios de comunión de ideas” (15) y valores. Se destaca el papel de la familia, como la primera educadora-comunicadora de los valores e ideales mentores de la vida personal y comunitaria. Pero ella no puede sino dialogar con otros medios de comunicación que transmiten y prologan otras ideas y valores.

El DBM, si bien es escueto en el tratamiento de los MCS, es iluminador en observar la **capacidad de socialización** que contienen los medios y, a la vez, la aptitud para alienar y descentrar los valores propios de las culturas. Se puede reconocer un avance en la reflexión al enfrentar el reto de entablar un diálogo abierto con las nuevas culturas secularistas, lo cual lleva a privilegiar antes que los instrumentos (lo que podríamos denominar materia) los contenidos, métodos, agentes y destinatarios de la comunicación (lo que podríamos denominar forma del proceso comunicacional). No se ven únicamente los mass media, sino la comunicación con sus medios diversos y polisemiológicos.

Otro aporte es comprobar que la comunicación social en la Iglesia, en cuanto fenómeno cultural, no ha sido comprendida, ni valorada, y por lo tanto se la “ha descuidado casi por completo en sus afanes pastorales” (12). En relación con los documentos anteriores, los MCS aparecen como destacados en orden a la transformación cultural-social de América Latina; pero continuando con la reflexión de los Seminarios (antes indicados), provoca nuevas comprensiones del fenómeno de la comunicación como quehacer cultural, liberando algo de ella a los instrumentos o medios en sí, para categorizar más la **acción de la comunicación**.

3.4. Conclusión

Los documentos reflexionados ponen en la actitud de concebir los MCS como mecanismos para el cambio y las transformaciones sociales y culturales. Se colocan en sintonía con una **nueva estrategia evangelizadora** de la Iglesia, que ya no ve su misión como una pura y simple adquisición de prosélitos, sino que ella misma se concibe como instrumento para llegar con los hombres a la **plena humanización**. “La Iglesia al prestar ayuda al mundo y al recibir del mundo múltiples ayudas, sólo pretende una cosa: el advenimiento del Reino de Dios y la salvación de toda la humanidad” (GS 45).

Los MCS son analizados y utilizados como “agentes de cambio social, en medios al servicio del Reino de Dios, razón última de la presencia de Jesucristo en la tierra y de la misión de la Iglesia en el mundo”.⁵³

Es conveniente acentuar el **camino metodológico** de los documentos anteriormente analizados, en ellos se parte de la realidad del continente y desde allí se reflexiona el fenómeno de la comunicación; “la ventaja de esta metodología está en que las conclusiones y determinaciones que devenga el análisis siempre podrán ser más prácticos que los emanados del análisis apriorístico y meramente teórico”.⁵⁴

4. LA CONFERENCIA DE MEDELLIN Y SUS CONCLUSIONES. DOCUMENTO XVI.

4.1. Ubicación de los medios de comunicación social en Medellín

Los eventos de comunicación social realizados en la Iglesia latinoamericana reflexionados en el punto anterior concurren en la II Conferencia del Episcopado Latinoamericano efectuada del 24 de agosto al 6 de setiembre de 1968, en la ciudad de Medellín (Colombia), bajo el tema *La Iglesia en la actual transformación de América Latina, a la luz del Concilio Vaticano II*.⁵⁵ La Iglesia del continente se aprestaba a una evaluación de sí misma, mirándose en el espejo del recientemente concluido Concilio.

La Conferencia de Medellín tenía ante sí los dieciséis documentos conciliares, la encíclica PP y además las sugerencias de las diversas reuniones especializadas convocadas por los diversos departamentos del CELAM. El Papa Pablo VI inauguró personalmente la Conferencia con un Discurso de Apertura pronunciado en Bogotá (Colombia) el 24 de agosto de 1968. El Santo Padre brindó otras alocuciones durante su visita a Bogotá al presidir las celebraciones finales del XXXIX Congreso Eucarístico Internacional. La Asamblea Episcopal iba a referir a

menudo los mensajes del Papa. Una rápida observación de las fuentes que inspiran a Medellín, demuestran que la GS es citada 191 veces; la PP 27 veces y los discursos del Papa en Colombia 25 veces; otras referencias provienen de la Biblia y distintos documentos.⁵⁶

“En su discurso inaugural el Santo Padre VI declaraba que Medellín habría de abrir ‘un nuevo período de la vida eclesial’. Y así fue. Medellín impactó”.⁵⁷ Se puede decir que en Medellín convergen el sentido del pueblo latinoamericano con el sentir de la Iglesia. “Allí se dan cita las ilusiones de los pobres y las de la Iglesia. Ambas se unen en el deseo de liberación. La Iglesia asume y se hace voz de los pobres”.⁵⁸

La edición definitiva de los DM contienen diversos textos, aparece en primer lugar el Mensaje a los pueblos de América Latina (pág. 7-15; luego la Introducción (pág. 16-21) y a continuación los 16 documentos finales de la Conferencia de Medellín. Los DM reflejan la “búsqueda sincera de soluciones indicativas **del modo cómo debe estar presente la Iglesia Latinoamericana en nuestro Continente.** (...) Hubo sí una verdadera búsqueda en común, que más allá de las particularidades que diferencian a nuestros países, se esforzó por detectar los problemas y soluciones comunes a todos, dentro de un espíritu de solidaridad (eclesial)”.⁵⁹

Con respecto a los diversos documentos, “por lo que sabemos, la intención original era la de poner todas las conclusiones juntas en documento final. La presión del tiempo hizo esto imposible, de manera que quedaron como conclusiones aisladas, dentro de una triple división: situación, reflexión y recomendaciones para cada caso”.⁶⁰ Se aplica así en cada documento final el método teológico emanado de la GS del ver (situación), juzgar (reflexión doctrinal) y actuar (conclusiones pastorales).

Observamos que las conclusiones de los DM manifiestan desigualdades, unas son más elaboradas y profundas que otras. “Pero en muchas de ellas existe una sorprendente riqueza de observación, fuerza en las reflexiones y valentía en las proposiciones. La división en 16 conclusiones separadas se ha prestado a que algunos textos se lean y citen con mucho más frecuencia; esto ha acontecido especialmente con las conclusiones sobre justicia y paz. En cambio a las otras prácticamente muchos las ignoran”.⁶¹

Los DM están divididos en tres grandes áreas “sobre las que recae nuestra solicitud pastoral, han sido abordadas en relación con el proceso de transformación del continente” (DM Int 8b). La primera de las áreas es la *Promoción Humana* (del hombre y los pueblos del continente), brindó visiones profundas sobre la familia, la educación y la juventud; pero su más fuerte impacto lo proporcionó en los documentos sobre la justicia y la paz, en ellos se rechaza la violencia institucionalizada a nivel local, nacional e internacional. “Las referencias concretas son elocuentes, y los principios morales, claramente establecidos. El análisis de las situaciones fluctúa entre la teoría del desarrollo, anteriormente común a la mayoría de los textos de la Iglesia, y la teoría de la dependencia, que pasa a ser cada vez más la visión de muchos en el área de la teología de la liberación”.⁶²

La segunda área de los DM aborda la *Evangelización y Crecimiento en la Fe* “de los pueblos y sus élites, a través de la catequesis y la liturgia” (Idem). En esta sección se prioriza la Palabra de Dios y el modelo eclesial de las Comunidades Eclesiales de Bases (CEBs) que a partir de Medellín se convierte en uno de los más próximos a la vivencia de la fe en nuestro continente. Experiencias muy recientes de la vida pastoral (v.gr. CEBs, Delegados de la Palabra, Ministerios Laicales, etcétera) son reafirmadas y recomendadas en su aplicación evangelizadora.

En la última área, *Iglesia Visible y sus Estructuras*, “se abordaron los problemas relativos a los miembros de la Iglesia, que requieren intensificar su unidad y acción pastoral a través de estructuras visibles, también adaptadas a las nuevas condiciones del continente” (Idem). Los siete temas tratados (laicos, sacerdotes, religiosos, formación del clero, pobreza, pastoral de conjunto y medios de comunicación social) “están sumamente desconectados entre sí, a veces repetidos, y muchas veces no expuestos de manera suficiente”.⁶³

Una lectura-síntesis de los DM no resulta sencilla. A lo largo de sus documentos se van agregando y reiterando temas y análisis. Trataremos de aportar una síntesis que ayude a observar algunos temas que hacen a la unidad de todos los documentos.

En primer lugar señalamos que la Conferencia de Medellín **no fue una simple aplicación** del Concilio Vaticano II y otros documentos eclesiales a la realidad del continente, sino **una relectura e interpretación contextualizada** de los mismos para colocar al **hombre latinoamericano y los pobres** en particular como **centro del servicio pastoral** de la Iglesia. “Esta opción por los pobres y la constitución de los mismos como sujetos y protagonistas de la evangelización fue una de las grandes novedades aportadas por Medellín a la Iglesia universal”.⁶⁴

Otro aporte surge del clamor del pueblo pobre que condujo a incorporar el **proceso de liberación integral** como parte del programa evangelizador de la Iglesia. “Medellín quiso enseñar que cuerpo y alma no se separan, que la liberación temporal y la liberación eterna no se separan”.⁶⁵ “La *liberación integral de toda esclavitud*, precisamente por ser integral, *integra* el mensaje escatológico de la salvación final ‘en el Reino’. La Iglesia debe, por lo tanto, trabajar por la liberación integral del hombre y de la comunidad humana de los pueblos.”⁶⁶ Este proceso de encarnación en el hombre y su historia exige la **escucha atenta de los signos de los tiempos** para prestarles atención particular e interpretarlos a fin de descubrir en ellos el plan divino de salvación.

En apretada síntesis la Conferencia de Medellín quiere ofrecer “una visión global del hombre y de la humanidad, y la visión integral del hombre latinoamericano en el desarrollo” (DM Men 9). La Iglesia como parte del ser latinoamericano en medio de sus cambios y transformaciones quiere penetrar todo este proceso con los valores del Evangelio (Cfr. Idem).

Los DM aportaron a una genuina renovación de la Iglesia y de la sociedad en el continente. Reconocemos que **la desigualdad** del texto en los 16 documentos separados favorecía a aplicaciones unilaterales de Medellín; así algunas partes serían estudiadas y aplicadas en lo religioso-pastoral y otras se referirían a Medellín sólo (y muchas veces de un modo excluyente) en lo relativo a lo social.

“Pero estas y otras contradicciones en el cuerpo documental poco importan una vez que tomó forma el Medellín *kerygmático* tras una lectura selectiva, a menudo reducida a consignas y slogans, hecha por las élites católicas, sobre todo las sacerdotales, y algunos periodistas, desmembrando el cuerpo y quedándose con las partes políticamente relevantes para la izquierda. El Medellín ‘*kerygmático*’ amputó de ambigüedades al Medellín ‘*histórico*’. Levantó en alto su proclama básica: *por la liberación, contra el neocolonialismo y el colonialismo interno. Y se quedó —‘kerygma’— en esa proclama*”.⁶⁷

La Conferencia de Medellín elaboró el Documento XVI dedicado a los Medios de Comunicación Social. “El hecho de ocupar el último lugar el documento sobre *Medios* no significa postergación ni minimización; por el contrario, tiene significado de algo fundamental, subyacente a todos los anteriores documentos de Medellín, sin los cuales carecerían de voz, pues los medios de comunicación social son ambiente, medio, natural atmósfera de la promoción humana, de la evangelización y crecimiento en la fe, de la Iglesia visible y sus estructuras, con todos los demás capítulos que abarcan los grandes contenidos generales de Medellín”.⁶⁸

El DM-MCS consta de 24 artículos, que transcribiremos en los momentos de nuestro estudio pormenorizado, comprendidos en tres partes: situación (ver), justificación (juzgar) y recomendaciones pastorales (actuar). Este documento cita una vez a la Biblia, la GS y la MM y lo hace siete veces con la IM. El DM-MCS tuvo influencia sobre otros documentos del mismo Medellín (Cfr. I.23; II.21; IV.5; VIII.12; XIII.21 y XV.22), en los cuales se hace alusión a la conveniencia de utilizar sistemática y competentemente los MCS. Nos detendremos en el DM-MCS de un modo explícito, sin por ello ignorar cuando lo veamos conveniente las referencias a lo largo de los otros documentos.

4.2. Situación

1. La Comunicación Social es hoy una de las principales dimensiones de la humanidad. Abre una nueva época. Produce un impacto que aumenta en la medida en que avanzan los satélites, la electrónica y la ciencia en general.

Los medios de comunicación social (MCS) abarcan la persona toda. Plasman al hombre y la sociedad. Llenan cada vez más su tiempo libre. Forjan una nueva cultura, producto de la civilización audiovisual que, si por un lado tiende a masificar al hombre, por otro favorece su personalización. Esta nueva cultura, por primera vez, se pone al alcance de todos, alfabetizados o no, lo que no acontecía en la cultura tradicional que apenas favorecía a una minoría.

Por otra parte, estos medios de comunicación social acercan entre sí a hombres y pueblos, los convierten en próximos y solidarios, contribuyendo así al fenómeno de la socialización¹, uno de los logros de la época moderna.

2. En América Latina los medios de comunicación social son uno de los factores que más han contribuido y contribuyen a despertar la conciencia de grandes masas sobre sus condiciones de vida, suscitando aspiraciones y exigencias de transformaciones radicales. Aunque en forma incipiente, también vienen actuando como agentes positivos de cambio por medio de la educación de base, programas de formación y opinión pública.

Sin embargo, muchos de estos medios, están vinculados a grupos económicos y políticos nacionales y extranjeros, interesados en mantener el “statu quo” social.

3. La Iglesia emprendió una serie de iniciativas en este campo. Si algunas de ellas no llenaron su finalidad pastoral, se debió más que nada a la falta de una clara visión de lo que es la Comunicación Social en sí misma y al desconocimiento de las condiciones que impone su uso.

1. Cfr. Enc. Mater et magistra, N° 59.

Esta sección presenta el aporte de la comunicación social y sus medios a la humanidad (en sentido global) (Cfr. 1), para luego pasar al continente americano (Cfr. 2). De lo secular de estos medios, los obispos tratan su utilización en la Iglesia (Cfr. 3). La insistencia de esta sección estará enmarcada en lo novedoso de la cultura que se va gestando desde los MCS. Una novedad que se convierte en un desafío para la Iglesia continental, en orden a los tiempos de cambio y transformación que estamos analizando.

El documento se inicia constatando que la comunicación social, fenómeno tan antiguo como el hombre mismo, se convierte en un impacto cada día más particular en la sociedad contemporánea, en la medida que avanza el progreso científico y técnico de la humanidad. Todo ello va conformando una **nueva cultura** (época), la de los MCS (Cfr. 1).

Se destaca la importancia de la comunicación social como un **fenómeno** que abarca “una de las principales dimensiones de la humanidad” (1). “Comunicar es, pues, en su acepción más general y primaria, **participar, hacer que unos y otros tomen parte**, (...) comunicar es **hacer común** algo, lograr una comunión, tender al establecimiento de una comunidad. (...) La vida social es según esto un continuo comunicarse, una actividad de relación entre sus miembros, al extremo de que sin una comunicación sostenida la vida comunal se resiente por pérdida de cohesión”.⁶⁹

En razón de su ser, la comunicación tiende a la **socialización**. Al respecto, el primer párrafo recoge la reflexión de Juan XXIII, al reconocer que “una de las notas más características de

nuestra época es el incremento de las relaciones sociales, o sea, la progresiva multiplicación de las relaciones de convivencia” (MM 59). Sin la sociabilidad no se puede desarrollar la personalidad en las facultades específicamente humanas. Por ello, el fin de los medios no puede ser otro que lograr **la inter-comunicación de los hombres**, quienes crean comunidades sociales.

En la tarea de relacionar a las personas, comunidades y pueblos, los MCS van influyendo en el proceso de sociabilización, en una relación pendular entre **la masificación y la personalización** (Cfr. 1). Los MCS “tienden a masificar en cuanto que ejercen un flujo creciente de información sobre una masa de perceptores pasivos a los cuales condicionan y determinan; por otra parte, pueden favorecer su personalización cuando estimulan el espíritu crítico del destinatario”.⁷⁰

En el proceso de personalización se destacan dos elementos, la generalización de la cultura (entre analfabetos o no) que en su forma tradicional favorecía a pequeños núcleos de la sociedad (Cfr. 1) y el servicio de la educación, en el cual los MCS pueden actuar como **agentes de transformación** positivos en “la educación de base, programas de formación y de opinión pública” (2). La educación favorece la personalización cuando crea y promueve el espíritu crítico en el destinatario.

Igualmente está a la vista que los MCS despiertan la conciencia de las grandes masas sobre sus condiciones de vida y que suscitan ansias de cambio, profundos y radicales (Cfr. 2; I. 23; II.21). Los obispos constatan que la afirmación anterior queda limitada por la interrelación de “muchos de estos medios, que están vinculados a grupos económicos y políticos nacionales y extranjeros, interesados en mantener el ‘statu quo’ social” (2). Una aseveración por demás realista que la Iglesia afronta en orden a la evangelización, pero que puede ser abordada desde los Medios de Comunicación Grupal, que por su propia identidad escapan al control de los poderosos.

En esta nueva cultura audiovisual, que va plasmando al hombre y a la sociedad (Cfr. 1), la Iglesia latinoamericana se reconoce en deuda y hace su **autocrítica** de una iniciativa pastoral por la “falta de una clara visión de lo que es la comunicación social en sí misma y al desconocimiento de las condiciones que impone su uso” (3).

4.3. Justificación

4. La Iglesia universal acoge y fomenta los maravillosos inventos de la técnica que miran principalmente al espíritu humano y han abierto nuevos caminos a la comunicación entre los hombres, como son la prensa, el cine, la radio, la televisión, el teatro, los discos².

También en América Latina la Iglesia recibe gozosa la ayuda providencial de estos medios, con la confiada esperanza de que contribuirán cada vez más a la promoción humana y cristiana del continente.

5. Los medios de comunicación social son esenciales para sensibilizar la opinión pública en el proceso de cambio que vive Latinoamérica; para ayudar a encauzarlo y para impulsar los centros de poder que inspiran los planes de desarrollo, orientándolos según las exigencias del bien común; para divulgar dichos planes y promover la participación activa de toda la sociedad en su ejecución, especialmente de las clases dirigentes.

6. De igual manera, los medios de comunicación social se convierten en agentes activos del proceso de transformación, cuando se ponen al servicio de una auténtica educación integral, apta para desarrollar a todo el hombre, capacitándolo para ser el artífice de su propia promoción, lo que también se aplica a la evangelización y al crecimiento de la fe.

Por otra parte, no se puede ignorar que el uso de los medios de comunicación social ocupa cada vez más el tiempo libre de todas las categorías de personas que buscan esparcimiento en ellos. Este uso les proporciona al mismo tiempo información, conocimientos e influencias morales positivas y negativas.

7. En el mundo de hoy la Iglesia no puede cumplir con la misión que Cristo le confiara de llevar la Buena Nueva “hasta los confines de la tierra” si no emplea los medios de comunicación social, únicos capaces para llegar efectivamente a todos los hombres.

La palabra es el vehículo, normal de la fe: *fides ex auditu* ³. En nuestros tiempos la “palabra” también se hace imagen, color y sonido, adquiriendo formas variadas a través de los diversos medios de comunicación social. Tales medios, así comprendidos, son un imperativo de los tiempos presentes para que la Iglesia realice su misión evangelizadora.

8. Finalmente, la Comunicación Social y el empleo de sus instrumentos son para la Iglesia, el medio de presentar a este continente una imagen más exacta y fiel de sí misma, transmitiendo al gran público no sólo las noticias relativas a los acontecimientos de la vida eclesial y sus actividades, sino, sobre todo, interpretando los hechos a la luz del pensamiento cristiano.

9. Por todas estas razones el Decreto “*Inter mirifica*” urge a todos los hijos de la Iglesia para que utilicen los medios de comunicación social eficazmente, sin la menor dilación y con el máximo empeño y a los sagrados Pastores para que cumplan en este campo su misión, íntimamente ligada a su deber ordinario de predicar⁴.

2 Cfr. Conc. Vat. II, Decr. *Inter mirifica*, N° 1.

3 Rom 10,17.

4 Cfr. Conc. Vat. II, Decr. *Inter mirifica*, N° 3.

Esta sección del documento mira por un lado el aporte que la Iglesia recibe de los MCS (Cfr. 4-6), destacando la importancia de los mismos para la Iglesia universal y continental (Cfr. 4), también su incidencia en el cambio social (Cfr. 5) y en la educación (Cfr. 6). Por otra parte se recoge el aporte que la Iglesia puede efectuar desde los MCS a la misión evangelizadora encomendada por Cristo (Cfr. 7-9).

Comienza con una valoración positiva de ciertos MCS (prensa, cine, radio, televisión, teatro, discos) en cuanto que favorecen la comunicación interpersonal (Cfr. 4). El texto valoriza a IM 1 recogiendo el aspecto socializante de los MCS e introduciéndolos en el **plan salvífico de Dios**. La interrelación de los hombres y de las comunidades del mundo por medio de los instrumentos de comunicación social (logro de la época moderna), anhela que facilite y promueva la **íntima comunión** de los hombres con Cristo y su Iglesia (Cfr. 4b).

Para lograr esta comunicación-comunión, que se convierte en la misión que Cristo ha encomendado a la Iglesia, ella no puede dejar de “emplear los medios de comunicación social, únicos capaces para llegar efectivamente a todos los hombres”.(7a). En la misión evangelizadora, “la palabra es el vehículo normal de la fe: *fides ex auditu* (Rom 10,17)” (7b).

Una palabra que en la cultura audiovisual se convierte no ya en “unidimensional, racional y cartesiana, sino en **palabra de encarnación múltiple**, hecha imagen, color y sonido para conquistar al hombre simultáneamente multisensorial de nuestra época”.⁷¹ La comunicación audiovisual es el instrumento más acorde al hombre de la nueva época, para comunicar el misterio salvífico de Dios. Misterio que es revelado en la encarnación de Jesucristo, hecho semejante al hombre en todo, menos en el pecado (Cfr. 7 b).

También es conveniente una interpretación de los hechos de la vida cotidiana de los hombres a la luz del pensamiento cristiano (Cfr. 8). Frente a los acontecimientos de todos los días, hay que orientar su vivencia, analizarla y reflexionarla desde los fundamentos de la propia fe. Transferir el mensaje evangélico-salvífico al hombre audiovisual, con un **lenguaje también audiovisual** que pueda entender y a partir de los interrogantes que lo preocupan e inquietan.

No siempre se cumplió así la interpretación de los hechos, ya “que la Iglesia no ha sabido llevar, salvo contadas excepciones, esta determinación a la práctica (...); la Iglesia se ha obstinado en hacer, de los medios, canales de religiosidad e instrumentos de adoctrinamiento y no medios de información general desde una perspectiva cristiana”.⁷² Esta, entre otras, continúa siendo una materia pendiente, pues la Iglesia latinoamericana tiene el deber y el derecho de presentar y renovar en “este continente una imagen más exacta y fiel de sí misma” (8).

DM-MCS 8 se expresa sobre la imagen de la Iglesia, por lo tanto “la información sobre la Iglesia debe llegar al gran público no para proporcionar únicamente la noticia”,⁷³ sino también para brindar directrices enraizadas en el Evangelio, mediante las cuales se obtenga una **visión cristiana** de los diversos acontecimientos de la información diaria.

Profundizando una reflexión iniciada en SSI’68,⁷⁴ la Iglesia considera los MCS como **agentes de cambio** en orden al bien común y convoca a la responsable participación de la sociedad en su realización, con especial encomio de parte de los centros de poder (Cfr. 5; I.23b; II.21). Ya anteriormente los obispos habían constatado que los MCS contribuyen a despertar la conciencia de las grandes masas sobre sus condiciones de vida y a suscitar aspiraciones de cambio (Cfr. 2). Consideramos que estas reflexiones favorecen una original pista de trabajo. Podemos preguntarnos ¿cuáles son los tipos de cambios que se exigen? Estos no pueden ser otros que los inspirados en el Evangelio y en el modelo de Jesús.

Constatamos que los MCS en sí mismos, con sus contenidos y mensajes multisensoriales, provocan cambios culturales por la influencia de valores o desvalores morales (Cfr. 6b), ya que al ocupar cada vez más el tiempo libre y el esparcimiento, la información y los conocimientos de los hombres, **influyen** decididamente en ellos. Es el hombre que en la raíz del pecado que hiere su naturaleza, transfiere a los MCS esta naturaleza caída. La Iglesia, al promover el cambio, la participación y el bien común en orden a una sociedad más humana y justa, proclama la redención de Jesucristo, que viene a comunicar a los hombres entre sí y con El. Liberándolos de sus pecados y compartiendo aspiraciones más fraternas y humanizantes.

El cambio, (que tiene a los MCS como agentes privilegiados) no puede identificarse “necesariamente, única y exclusivamente, con el compromiso temporal y político, ni con una determinada ideología o sistema; ello equivaldría a identificar el gran todo con una mínima parte”.⁷⁵ Se trata de no caer en una significación unilateral del cambio, tanto en su expresión como en su metodología. Los cambios radicales que proponen los obispos tienen que involucrar al hombre en la sociedad, en la **búsqueda del bien común**, esto es, “el conjunto de condiciones de la vida social que hacen posible a las asociaciones y a cada uno de sus miembros el logro más pleno y más fácil de su propia perfección” (GS 26).

La Iglesia acompañará este caminar, con las mudanzas que ello requiere, ya que “nada hay verdaderamente humano que no encuentre eco en el corazón de Cristo” (GS 1). Una Iglesia solidaria y en comunión con los hombres no puede dejar de proclamar la verdad del Evangelio, para iluminar los cambios de la humanidad y desde éstos descubrir los nuevos signos del paso de Dios en su pueblo peregrino.

La noción de bien común impone a los MCS el marco de referencia como agentes facilitadores de cambios, fermento en la masa, luz, sal, presencia y testimonio. Una presencia que genere dinamismo, “sin ser necesariamente dramático ni espectacular; por ser serena y pacífica, una presencia no deja de ser testimonio ni de darlo, ni de ser activo factor de cambio”.⁷⁶ Los MCS serán factores activos del cambio en tanto que **concientizan a la opinión pública** para que genere responsablemente el bien común.

Junto a esta visión socializante de los MCS, los obispos inducen a una visión también **personalizante** de estos medios; ya que puestos “al servicio de una auténtica educación integral, (son) aptos para desarrollar a todo el hombre” (6a). Los MCS integrados en la educación convierten al hombre en sujeto de su propia promoción humana (Cfr. 6a; IV.8). Los términos empleados por la Conferencia de Medellín al presentar la educación liberadora sugieren por sí mismos que la educación no es una mera agencia de modelación y adaptación social al sistema, sino que debe “capacitar a las nuevas generaciones para el cambio permanente y orgánico que implica el desarrollo” (IV.8).

Los MCS en la acción educativa pueden ser agentes de transformación en tanto que provocan, en educadores y educandos, una conciencia crítica y en tanto que los MCS son asumidos como un nuevo lenguaje (audio-visual) del hombre contemporáneo, con su carga multisensorial y de polisignificado. La actitud crítica desenmascara a los MCS cuando son instrumentos de una dependencia mercantilista y de consumo o bien usados “por el poder público para los fines de control político, pues ambas cosas deforman a la persona al restringirle el uso de su libertad.”⁷⁷ Lo expresado para la relación entre los MCS y educación es válido para la evangelización y el crecimiento de la fe (Cfr. 6a).

Finaliza esta sección del documento con la exhortación de utilizar los MCS en la **misión evangelizadora** de la Iglesia, especialmente en lo relativo a la predicación (Cfr. 9). Esto lo hace recogiendo el sentir de IM 3. Unir MCS con crecimiento en la fe y/o evangelización es para la Iglesia un desafío, ya que ella “como sacramento de salvación tiene que asumir al mundo de hoy para continuar la consagración del mundo de Dios, para proseguir el misterio de la encarnación en la historia, a fin de que sea historia de salvación”.⁷⁸

Los MCS están pensados para llegar a muchedumbres, han derribado muchas barreras, eliminado todas las distancias y han convertido al mundo en una aldea planetaria. Esta **capacidad de convocatoria, de comunión**, es propicia para anunciar con y desde ellos la Buena Nueva de Jesucristo. El proceso de socialización que conllevan los MCS los hace permeables para alcanzar la comunión con Cristo y la Iglesia. Una vez planteada la necesidad de relacionar los MCS y la evangelización, se abren las recomendaciones pastorales que dimanen del tema.

4.4. Recomendaciones pastorales

10. El influjo siempre creciente y arrollador que la Comunicación Social ejerce en toda la vida del hombre moderno, impulsa a la Iglesia a estar presente en este campo con una pastoral dinámica que abarque todos los sectores de este amplio mundo.

11. Reconociendo el derecho de la Iglesia a poseer medios propios, que en algunos casos son para ella necesarios, es requisito indispensable para justificar esa posesión, no sólo contar con una organización que garantice su eficacia profesional, económica y administrativa, sino también que presten un servicio real a la comunidad.

12. La inserción de los cristianos en el mundo de hoy, obliga a que éstos trabajen en los medios de comunicación social ajenos a la Iglesia según el espíritu de diálogo y servicio que señala la Constitución *Gaudium et spes*. El profesional católico, llamado a ser fermento en la masa, cumplirá mejor su misión si se integra en esos medios para ampliar los contactos entre la Iglesia y el mundo, al igual que para contribuir a la transformación de éste.

13. Dada la dimensión social de estos medios y la escasez de personal calificado para actuar en ellos, urge suscitar y promover vocaciones en el campo de la Comunicación Social, especialmente entre los seglares.

14. Este personal debe recibir una adecuada formación apostólica y profesional, de acuerdo con los diversos niveles y categorías de sus funciones. Dicha

formación ha de incluir aquellos conocimientos teológicos, sociológicos y antropológicos que exigen las realidades continentales.

15. En labor de formación, en relación a la Comunicación Social, se extenderá a las personas de toda condición, de modo particular a los jóvenes, para que la conozcan, valoren y estimen como uno de los medios fundamentales con los que se expresa el mundo contemporáneo, desarrollando el sentido crítico y la capacidad de tomar con responsabilidad sus propias decisiones. Es conveniente comenzar esta capacitación ya desde los niveles inferiores de la educación y debe también incluirse en la catequesis⁵.

16. Por su carácter de servidores de la palabra y de educadores del Pueblo de Dios, es igualmente necesario que se ofrezca a obispos, sacerdotes, religiosos de uno y otro sexo, cursillos que los informen sobre el significado de la Comunicación Social y los adiestren en el conocimiento de las condiciones que rigen el empleo de sus instrumentos. Esta formación debe ser materia de estudio sistemático en los seminarios y casas de formación religiosa⁶.

Debido a la importancia que la Iglesia concede a los medios de comunicación social pedimos a los superiores eclesiásticos que faciliten la capacitación y dedicación de sacerdotes, religiosos y religiosas a la tarea específica de formación, asesoría e inspiración de obras apostólicas relacionadas con este campo⁷.

17. A los estudiosos e intelectuales, y particularmente a las secciones especializadas de las universidades e institutos de medios de comunicación social, se les pide que profundicen en el fenómeno de la comunicación, a fin de especificar cada vez más las dimensiones de esta nueva cultura y sus proyecciones futuras. De igual manera, se solicita promover y utilizar todo tipo de investigación que enseñe a adaptar mejor el trabajo de los medios de comunicación social a una más efectiva promoción de las distintas comunidades.

18. Se debe estimular la producción de un material adaptado a las variadas culturas locales (por ejemplo, artículos de prensa, emisiones radiofónicas y televisivas) para que promueva los valores autóctonos y sea convenientemente recibido por los usuarios.

19. A fin de lograr los objetivos específicos de la Iglesia, es necesario crear o fortalecer, en cada país de América Latina, Oficinas Nacionales de Prensa, Cine, Radio y Televisión, con la autonomía requerida por su trabajo y con eficiente coordinación entre las mismas⁸.

20. Estas Oficinas deben mantener estrecha relación con los Organismos Continentales (ULAPC, UNDA-AL y SALOCIC) e Internacionales. De igual manera, dichos Organismos han de prestar toda su colaboración al Departamento de Comunicación Social del CELAM para estructurar planes a nivel latinoamericano y promover su ejecución.

21. Es indispensable favorecer el diálogo sincero y eficaz entre la Jerarquía y todos aquellos que trabajan en los medios de comunicación social. Este diálogo deberá ser particularmente mantenido con los profesionales que actúan en los medios de comunicación social propios de la Iglesia, a fin de estimularlos y orientarlos pastoralmente.

22. Esta actitud de apertura favorece la necesaria libertad de expresión, indispensable dentro de la Iglesia, siguiendo el espíritu del Concilio Vaticano II. "La Iglesia... se convierte en señal de la fraternidad que permite y consolida el diálogo sincero. Lo cual requiere, en primer lugar, que se promueva en el seno de la Iglesia la mutua estima, respeto y concordia, reconociendo todas las legítimas diversidades, para abrir, con fecundidad siempre creciente, el diálogo entre todos los que integran el único Pueblo de Dios, tanto los pastores como los demás fieles. Los lazos de unión de los fieles son mucho más fuertes que los motivos de división entre ellos. Haya unidad en lo necesario, libertad en lo dudoso, caridad en todo"⁹.

23. Esta Conferencia Episcopal recuerda a los Episcopados Nacionales la disposición del Decreto *Inter mirifica*¹⁰ sobre la celebración del Día Mundial de la Comunicación Social, que ofrece una oportunidad excepcional para sensibilizar a los fieles sobre la trascendencia de la misma en la vida del hombre y de la sociedad.

24. Las observaciones y orientaciones pastorales que anteceden, ponen de relieve la importancia que tienen hoy los medios de comunicación social; sin ellos no podrá lograrse la promoción del hombre latinoamericano y las necesarias transformaciones del continente. De esto se desprende no sólo la utilidad y conveniencia sino la necesidad absoluta de emplearlos a todos los niveles y en todas las formas de la acción pastoral de la Iglesia, para conseguir los fines que se propone esta Asamblea.

5 Ibid., N° 16.

6 Ibid. Nos. 15 y 16.

7 Ibid., N° 15.

8 Ibid., N° 21.

9 Conc. Vat. II, Const. Past. *Gaudium et spes*, N° 92.

10 Cfr. Conc. Vat. II, Decr. *Inter mirifica*, N° 18.

En esta última sección del documento, a partir de la visión de la realidad y de la conveniencia de los MCS en el mundo y en la Iglesia, los obispos recogen una serie de orientaciones pastorales que servirán de directrices para obtener una “pastoral dinámica que abarque todos los sectores de este amplio mundo” (10). Una pastoral sustentada desde el marco teológico que presentara DM-MCS 7, ya que se hace insostenible la misión de Cristo encomendada a la Iglesia sin los MCS; por lo mismo la exhortación apremiante a que éstos enmarquen “todos los niveles y en todas las formas la acción pastoral de la Iglesia” (24; Cfr. 10), planteando así la presencia de la Iglesia en los medios propios (Cfr. 11) y en los ajenos (Cfr. 12), suscitando en ambos casos vocaciones (Cfr. 13) y procurando una esmerada formación integral (Cfr. 14-17); estimulando la producción de materiales adaptados a las diversas realidades culturales locales (Cfr. 18) y creando las organizaciones y estructuras necesarias para una adecuada pastoral de conjunto (Cfr. 19-20.23); apoyando el diálogo entre jerarquía y profesionales (Cfr. 21) y favoreciendo la libertad de expresión dentro de la misma Iglesia (Cfr. 22).

Una directriz es reconocer “el derecho de la Iglesia a poseer medios propios” (11). Son acreditados en tanto “que presten un servicio real a la comunidad” (11), obviamente junto a un manejo eficaz en lo profesional, económico, administrativo y técnico.

Se recomienda además la presencia de los cristianos que, como fermento en la masa, “trabajan en los MCS ajenos a la Iglesia según el espíritu de diálogo y servicio que señala la constitución *Gaudium et spes*” (12). Al abordar el tema de los MCS propios y neutros, los obispos reconocen la reflexión que la Iglesia latinoamericana ha realizado y que comentáramos anteriormente.

Con frecuencia en los medios neutros, la Iglesia es agente de información, noticia o debate, en ocasiones desde actitudes selectivas o limitantes. También los que detentan el poder político o económico pueden absorber o controlar los canales de información, con lo cual “las expectativas de una interpretación de la noticia con **sentido pastoral** (...) se ven notoriamente comprometidas. Aquí es donde la presencia de comunicadores cristianos y formados en el sentido evangelizador tiene su gran oportunidad”.⁷⁹ La presencia de los comunicadores cristianos en los medios neutros es un servicio a la edificación de una **comunicación libre y fraterna** (Cfr. GS 92) en orden a la formación abierta del juicio crítico sobre los mensajes de la comunicación.

Otro punto importante de esta sección lo constituye los párrafos destinados a la formación y capacitación de personal cualificado para trabajar en los MCS (Cfr. 13-17). En este tema, en general siguen a IM 15-16. El documento constata que, para una presencia eficaz en el campo de la comunicación social, es preciso formarse. En DM-MCS 3, se había observado (en la Iglesia) la falta de visión en este campo y el desconocimiento de las condiciones que imponen el uso de los MCS. Consideramos que, por esto mismo, se dedican varios párrafos al tema de la **capacitación-formación**.

Esta debe suscitar y promover **vocaciones** en este área, particularmente entre los laicos (Cfr. 13), para alcanzar una formación profesional/técnica y apostólica (con criterios teológicos, sociológicos y antropológicos, acordes al contexto del continente), de acuerdo con sus servicios y tareas (Cfr. 14).

La formación no se puede restringir para usar convenientemente los MCS. Dado que la comunicación social es una **dimensión fundamental** de la cultura contemporánea, la capacitación debe abordar a todas las personas con especial referencia a la juventud, para que desarrollen el espíritu crítico que les facilite las propias respuestas y decisiones (Cfr. 15). “Es el caso de notar cómo la Iglesia considera a sus fieles no como pertenecientes a un círculo cerrado que sería la misma Iglesia, sino como **ciudadanos del ancho mundo** y ciudadanos mundo adentro, pues la Iglesia de hoy es la iglesia en el mundo moderno”.⁸⁰

Se destaca que tanto en la educación como en la catequesis, se debe incluir la formación y capacitación para los MCS. Dado que el tema educativo lo abordamos anteriormente,⁸¹ con referencia a la catequesis, los obispos recomiendan que, frente a una cultura de la imagen, se debe preparar a los catequistas y a los cristianos para afrontar el impacto de los MCS. Se propone que para enfrentar este desafío se haga una seria investigación sobre el efecto de los MCS, a fin de que la catequesis los incorpore en su tarea y evalúe su utilización (Cfr. VIII. 12). Realizar estas tareas es formar y capacitar para que la catequesis sea otro medio de encarar el fenómeno de los MCS, a fin de educar al hombre en sus valores, actitudes y en su vida misma.

Los obispos, sacerdotes, religiosos/as, en razón de ser servidores de la Palabra de Dios y animadores del pueblo cristiano, son los alumnos privilegiados en materia de comunicación social (Cfr. 16). A tal efecto se promoverán cursillos de capacitación y la comunicación social deberá convertirse en **materia de estudio** en los seminarios y casas de formación religiosa (Cfr. 16; XIII.21) y se propiciará la disponibilidad y dedicación de personal eclesiástico para “la formación, asesoría e inspiración de obras apostólicas relacionadas con este campo” (16).

Asimismo se invita a la capacitación e investigación en los niveles superiores, para afrontar “el fenómeno de la comunicación social en sus diversos aspectos, incluida la **teología de la comunicación**, a fin de especificar cada vez más las dimensiones de esta nueva cultura y sus proyecciones futuras” (17). Se hace evidente que la cultura audiovisual no puede abordarse prescindiendo de sus medios. Con el logro de la socialización y personalización, también los MCS han llevado a una mayor masificación alienante.

Todos estos fenómenos deberán ser reflexionados y analizados para concientizar al hombre y la cultura contemporánea, cómo son y operan los MCS. La tarea de los especialistas en este punto es fundamental. Se llama a un **diálogo multisectorial y científico** para iluminar los nuevos modos de convivencia que conllevan los MCS. Entre las propuestas indicadas destacamos el desafío para la teología, a fin de realizar una reflexión científica de la comunicación. DM-MCS lanza un reto que será esbozado tiempo después;⁸² lo importante es que ante el desafío cultural de la comunicación social y sus medios, los obispos reconocen la necesidad de reflexionarlo desde el **quehacer teológico**.

Un modo apropiado de encarnar el mensaje del Evangelio en la nueva cultura audiovisual es “la producción de un material adaptado a las variadas culturas locales (...) para que promueva los valores autóctonos y sea convenientemente recibido por los usuarios” (18). Ante la globalización que acarrea los MCS, la Iglesia promueve el **respeto por las diversas culturas**, lo cual ayuda a rescatar sus criterios, modos de vida, lenguajes, símbolos, etcétera. La

masificación del mundo, por medio de los MCS, no puede dejar de lado que cada hombre y su cultura es el “habitat” donde se recibe y emite el mensaje-contenido.

La actitud crítica del receptor lo convierte en un nuevo emisor; nadie puede comunicarse con otro/s sino aquel que conoce la idiosincracia de un ambiente o cultura. En el Hijo de Dios encarnado en la historia y cultura de su tiempo, tenemos el modelo de lo que propone el documento en este punto. Consideramos que aquí se abre una rica reflexión para la utilización de los **Medios de Comunicación Grupal** que, actuando en complementación con los MCS, aportan una mayor creatividad y por su propia naturaleza escapan a toda manipulación. Estos Medios de Comunicación Grupal tendrán un espacio destacado en las tareas evangelizadoras, catequísticas y educativas de la Iglesia latinoamericana, en el inmediato post-Medellín.

En la intención de plasmar una **pastoral orgánica** y retomando a IM 21, el documento invita a que se creen o fortalezcan las Oficinas Nacionales de Prensa, Cine, Radio y Televisión (Cfr. 19); interrelacionadas con las Organizaciones Católicas Internacionales de Comunicación y sus Secretariados Continentales⁸³ y con el Departamento de Comunicación Social del CELAM (DECOS/CELAM) (Cfr. 20). La organicidad de una pastoral de MCS es algo que requiere en sí mismo el fenómeno de la comunicación, en tanto que tiende a crear **comunidades relacionadas y solidarias**. Es obvio que no se trata únicamente de cómo emplear determinados medios para lograr una más amplia y rápida difusión de lo que se dice o se hace. Consideramos que se trata de revisar y revitalizar las actuaciones de la Iglesia en los MCS, desde el punto de vista de su significación como sacramento de comunión.

La Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales⁸⁴ es un aporte valioso para promover una pastoral de los MCS más activa e integradora. La Conferencia de Medellín se encuentra en el **inicio histórico** de estas jornadas por eso recuerda que cada Episcopado Nacional es el encargado de organizar y animar su desarrollo (Cfr. 23). Según el espíritu de IM 18 el Papa Pablo VI inició en 1967 su celebración, ininterrumpida desde entonces. El objetivo global de este evento anual, supone para la Iglesia universal tres elementos (previstos por los Padres Conciliares): la enseñanza de los fieles, la oración y la limosna.

Para el primero, cada año el Papa dirige un mensaje acerca de diferentes temas alusivos a la comunicación social, ayudando a que los fieles formen cada vez mejor su conciencia y su actitud ante el fenómeno de la comunicación social. Mediante la oración el Pueblo de Dios eleva especiales y particulares plegarias por las diversas intenciones relacionadas al tema. La limosna favorece la comunicación de los bienes que requiere de ordinario la puesta en marcha de la pastoral de la comunicación social en la comunidad eclesial. “Cada uno de los elementos tiene su importancia y se complementa con el otro: los tres están dirigidos a los diferentes aspectos de la experiencia cristiana: la comprensión, la comunicación con Dios y la comunión fraterna”.⁸⁵

El DM-MCS **complementa** estas afirmaciones con la reflexión sobre los efectos que los MCS producen en el hombre y la sociedad. Al plantear su unidad no deja de lado las causas, ya que la comunicación social en sí sensibiliza para trascender hacia Dios, origen de toda comunicación (Cfr. 23).

También pastoral en MCS debe “favorecer el diálogo sincero y eficaz entre la Jerarquía y todos aquellos que trabajan en los MCS” (21). El profesional en MCS es miembro del Pueblo de Dios, para ello “hay que formarlo a partir del aprecio sincero por su oficio, que contribuye fundamentalmente a crear la opinión pública y la necesaria libertad de expresión dentro de la Iglesia”.⁸⁶ El documento deja intuir la profunda injerencia de la comunicación social en la sociedad, por lo mismo la Jerarquía, que orienta y coordina la acción pastoral, debe **dialogar** con los que por vocación u oficio están presentes en los MCS, a fin de estimularlos y guiarlos pastoralmente (Cfr. 21).

Si bien el documento rescata la interrelación entre pastores y profesionales que trabajan en los MCS propios de la Iglesia, consideramos que el espíritu de la letra no es restrictivo. En un párrafo anterior (Cfr. 12) se indicaba que la presencia de los católicos en los MCS ajenos a la

Iglesia es **necesaria e imprescindible**, por lo mismo también con éstos se hace conveniente el discernimiento, la orientación y el aliento pastoral.

Lo anterior ha de favorecer “la necesaria libertad de expresión, indispensable dentro de la Iglesia” (Cfr. 22), ello enmarcado dentro del espíritu de diálogo de la Iglesia con todos los hombres (Cfr. GS 92). En todo momento es necesario un sistema de comunicación horizontal entre los diversos miembros del Pueblo de Dios. El diálogo y la circulación de informaciones y noticias ayudan a fundar una sana **intercomunicación** entre todos los miembros de la Iglesia. “La libertad de opinión y el derecho a informarse o a informar, reclama de cada miembro de la sociedad la posibilidad de acceso a las fuentes y a los canales de información”.⁸⁷

El diálogo de la Iglesia no es únicamente *ad intra*, sino con todos los hombres del mundo. En esto se hace necesario un mayor acercamiento y conocimiento de los interlocutores para responder a sus inquietudes y requerimientos, a fin de que los MCS puedan llevar a un mayor conocimiento de la Iglesia (Cfr. 8). Para que el diálogo cumpla con su cometido debe primar la caridad en toda confrontación, con el deseo de favorecer siempre la construcción de una sociedad más justa y fraterna.

Los cristianos que trabajan en los MCS, al colaborar en una **opinión pública** que promueva la justicia, la paz, la verdad, la fraternidad u otros valores del Evangelio, van preparando el advenimiento del Reino de Dios en la sociedad. Por lo mismo, suscitar la opinión pública es parte **integrante del mensaje evangélico**.

Esta misión de toda la Iglesia, en orden a una opinión pública que favorezca los valores del Evangelio, en ocasiones le hará confrontar con opiniones de sectores y ambientes opuestos al Reino de Dios. Allí la Iglesia deberá enfrentarse con un **diálogo profético**, para ser voz de la Buena Noticia de Jesús.

El cierre del documento no puede sino recoger todo lo expresado y a la vez lanzar el desafío de mirar hacia adelante. De un modo preponderante, los MCS en momentos de transformación continental son de una **necesidad absoluta** en todas sus formas y en todos los niveles de la acción pastoral, “para conseguir los fines que se propone esta Asamblea” (24). Si bien este llamado final puede ser catalogado de optimista-eufórico,⁸⁸ también es un **desafío** para la Iglesia en un período de cambios y transformaciones culturales. Es un reto para **integrar una pastoral de conjunto y orgánica**, en la cual los MCS entran en todo y tienen que ver con todo lo que es pastoral.

La presencia de los MCS en la tarea pastoral de la Iglesia es necesaria de un modo absoluto, como lo es la encarnación o inculturación del Evangelio y la evangelización de las culturas. Uno y otro momento de la acción se interrelacionan y comunican. Así pasa en este esbozo de inculturar la acción pastoral de los MCS en las Iglesias locales. “Medellín fue el efecto de una onda de confianza en el futuro y en el hombre latinoamericano. Esa confianza (...) fue buena y eficiente. Liberó las fuerzas de la esperanza, de la audacia, del compromiso cristiano. Fue una feliz euforia”.⁸⁹

4.5. Conclusión

Consideramos que DM-MCS fue un fruto gestado lentamente. Además, nuestro documento es un **punto de llegada y de partida**. No se cierra en sí, sino que facilita la reflexión y la praxis pastoral hacia el futuro con ciertas seguridades sustentadas en experiencias reflexionadas, evaluadas y proyectadas.

Consideramos importante destacar que la comunicación social y sus medios se percibe, en la Iglesia y en el mundo, en un período de **transición socio-histórico y cultural**. Por lo mismo, si bien siempre se nombra a los medios, se puede advertir que la reflexión no apunta a describir simplemente el uso pastoral de éstos sino su íntima relación con el **fenómeno global de la comunicación social**. Acontecimiento éste que abre las puertas a una **nueva cultura audio-**

visual, que sensibiliza hacia una civilización que ha de privilegiar la imagen, el color y el sonido.

Esta nueva cultura que se va gestando en los cambios y transformaciones del mundo y de la Iglesia exige una renovada **encarnación** del mensaje evangélico para que, siguiendo el modelo de Jesús, responda a las preocupaciones e intereses de los hombres y su ambiente.

La Iglesia promueve el **ministerio profético** dentro de los MCS a fin de desarrollar e incrementar el sentido crítico personalizante, que educa al hombre en la opción libre, verdadera y fraterna. Este ministerio no es sólo proselitismo o adoctrinamiento. La praxis pastoral personalizante y educadora se cimenta en una permanente formación y capacitación para afrontar los cambios que se generan en los nuevos modos de la comunicación social. Cada vez más horizontales, abiertos y dialogales, en especial en una cultura cada vez más secularizada.

La libre expresión del hombre en el mundo y del cristiano en éste y en sus comunidades eclesiales, requieren de educación para discernir con espíritu crítico los mensajes y contenidos de los MCS. Fomentando una opinión pública que busque el **bien común en la veracidad y la justicia**.

El bien común, la solidaridad y la socialización, es lo que ha de buscarse en el diálogo e interrelación mediante los MCS, ya que la persona se plenifica y desarrolla en el **encuentro comunitario**. La **socialización** es una preparación adecuada para descubrir el plan de Dios, que desea la **intercomunicación** del hombre entre sí y con El. En este aspecto, la etapa reflexionada abre el desafío de aportar una **Teología de la comunicación** que ilumine los pasos pastorales en y desde los MCS.

Todo esto debe orientarse en canales, organismos y estructuras que faciliten la comunicación social en la Iglesia y el mundo. Un tema destacado en el encuentro con el mundo secular de los MCS es la insistencia de la presencia de profesionales católicos en medios ajenos a la Iglesia. Por ello, el **testimonio de los cristianos** en los MCS neutros (aun reconociendo los límites que la Iglesia tiene en este campo) es un desafío que deberá afrontar y encarnar si quiere responder al deseo de Jesús de anunciar su mensaje a todos los hombres.

El documento analizado deja **abiertas otras perspectivas** que, estando contenidas, no son desarrolladas en plenitud. Son gérmenes de futura maduración en lo teórico y práctico de los MCS. Tal la consideración de los **Medios de Comunicación Grupal** que, si bien no son abordados en su concepto explícito, se van abriendo camino y en el post-Medellín, en especial en la catequesis y la educación no-formal, tendrán un papel protagónico. También queda abierto el debate entre **MCS propios y ajenos** a la Iglesia; la reflexión entre **medios masivos y no masivos** para la evangelización y la catequesis. Temas que serán analizados y experimentados a posteriori de Medellín, de un modo más crítico y desafiante.

Temas que nos parecen **insuficientes** en la mención o análisis son, por ejemplo, las **relaciones** entre MCS y la secularización de la sociedad; la **influencia** de los medios en las jóvenes generaciones y en las familias y la escasa **conexión** entre CEBs y MCS, ya que ellas fueron en varias ocasiones gestoras de cambios en la comunicación social.⁹⁰ Un tema que **no se menciona** es la relación entre **MCS y liturgia**. Esto puede quedar como incluido al hablar de evangelización o por la preferencia del período histórico por el profetismo.

No podemos dejar de señalar que entre SSI'66 y MD-MCS hay pasos hacia adelante, en una formulación de temas y tópicos más encarnados y mejor articulados. Más apertura y actitud de diálogo con la cultura cambiante e incluso con ciertas proyecciones de formulaciones teológicas y pastorales, que requerirán del tiempo y de la reflexión-praxis para su maduración y evaluación.

“Todo sumado, la década del sesenta al setenta fue una etapa de ‘bonanza’ en la cual se cree todavía en la eficacia de los MCS para la promoción, el cambio y la evangelización”.⁹¹ Pero la dura realidad de pobreza, subdesarrollo y dependencia que vivía la mayoría del pueblo latinoamericano no puede dejar de condicionar la eficacia prevista en los MCS para la

transformación de la realidad del hombre y la cultura de continente. También esta “bonanza” puede identificarse con una cierta **ingenuidad creativa**, esperando más de los MCS y superando así su propia realidad. Se les exigirá por encima de lo que podían hacer en la praxis concreta.

5. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL POSTERIOR A MEDELLIN

La problemática de esta etapa que encararemos entre 1969 y 1974 a grandes rasgos sigue siendo la misma que la anterior, pero **se van perfilando y emergiendo aspectos hasta entonces latentes e inadvertidos**.

5.1. Contexto secular

A partir de 1968, en los *campos socio-económico y político* en el continente se vive la “gran desilusión ante el fracaso de los propósitos para el desarrollo de la ‘Alianza para el Progreso’ y el consecuente fracaso económico, político y social de muchos gobiernos. A fines de ese año hubo varios golpes militares en América Latina; fue el comienzo de los regímenes militares”.⁹² Desde la sociología se cuestiona profundamente y en forma global el modelo desarrollista, que sólo favoreció a radicalizar la miseria y dependencia del continente. La misma tecnología es observada como un factor de dependencia. El arribo al poder democrático en Chile de la Unidad Popular que tantas esperanzas hizo surgir, y su trágico desenlace, marcan profundamente ese período.

“Ante el fracaso del *desarrollismo democrático* y la proliferación de la *guerrilla marxista-leninista*, sectores militares y civiles de los Estados Unidos cambiaron la política kennedyana de *buen vecino* por la de la intervención directa en algunos casos pero más frecuentemente por el apoyo de la constitución de gobiernos militares autoritarios o totalitarios y la desestabilización de gobiernos díscolos o con pretensiones de autonomía y soberanía”.⁹³

Este proceso de la toma del poder en manos de los militares en América Latina, será en nombre de la DSN⁹⁴ en aras de preservar a la nación de su disolución ante el peligro que implicaba el avance de la subversión revolucionaria. Y mientras los militares ejercían una dictadura represiva y cruenta (en la mayoría de los casos), “una *élite civil ‘ilustrada’*, representativa de intereses económicos locales e internacionales, instrumentaba políticas neoliberales y crudamente capitalistas”⁹⁵, reforzando así la dependencia estructural que vive América Latina.

En el *campo cultural* advertimos el profundo influjo del pensamiento del brasileño Paulo Freire, pedagogo, sociólogo y filósofo; sus propuestas tienen amplia acogida en el continente, “provocando una generalizada concientización y un cambio notable en la apreciación y análisis de la situación latinoamericana”.⁹⁶ Paulo Freire inspiró la búsqueda inicial de modelos de comunicación horizontal y dialógica.

En el *campo de las comunicaciones sociales* subrayamos la adquisición de caracteres propios afincados en la realidad continental, ello gracias al aporte de importantes pensadores del tema. Debemos destacar el empeño crítico del filósofo venezolano de comunicación Antonio Pascuali y las propuestas en la búsqueda de nuevos modelos de comunicación que tuvieron al norteamericano Frank Gerase, al paraguayo Juan Díaz Bordenave, al brasileiro Joao Bosco Pinto, al español Francisco Gutiérrez y al argentino Alfredo Paiva, entre algunos de sus destacados representantes.

Al unirse las dos inquietudes —la protesta y la propuesta— el número de investigaciones creció sustantiva y aceleradamente en la mayoría de los países del continente. El boliviano Luis Ramiro Beltrán, el belga radicado en Chile Armand Mattelart, los argentinos Eliseo Verón y

Héctor Schmucler y el chileno Fernando Reyes Matta, estuvieron entre los más influyentes analistas de un nuevo proyecto de comunicación.

“Un alto porcentaje de los estudios de entonces tuvo relación no sólo con las situaciones nacionales de comunicación sino con la influencia hegemónica de los países industrializados sobre los subdesarrollados, especialmente en términos de agencias noticiosas, publicidad comercial y tecnologías modernas de comunicación. Ello coincide con la voluntad latinoamericana de formular *políticas nacionales de comunicación* y con la aspiración tercermundista de forjar un ‘*Nuevo Orden Mundial de la Información*’ ”.⁹⁷

La dura crítica al desarrollismo pone al descubierto los vicios capitalistas de los MCS: la manipulación, el consumismo, la masificación, el monopolio de las agencias informativas, lo cual favorece y alienta el neocolonialismo y recrea la situación de dependencia del continente. “Esta situación provoca la búsqueda de modelos alternativos —una especie de ‘tercera comunicación’— que revalorice los pequeños medios, las técnicas autóctonas: desde la tertulia a la danza, el teatro, las hojas volantes, los audiovisuales de poco costo..., todo en función de una comunicación humanizada, honesta, apta para el crecimiento del hombre y respetuosa de su cultura y de su ritmo. El objetivo, por cierto muy ambicioso, apunta a la creación de una metodología y estrategias propias para detectar mejor la problemática situacional y, desde ella, echar las bases para una comunicación liberadora y participativa”.⁹⁸

5.2. Contexto eclesial

Desde la situación de dependencia estructural que vive el continente, en el **campo eclesial** latinoamericano surgen las voces de laicos, sacerdotes, religiosos/as y obispos cada vez más comprometidos en el campo socio-político y económico. Nacen movimientos laicales y sacerdotales que se esfuerzan por el cambio y la transformación que inspirara la Conferencia de Medellín. Es toda una Iglesia continental que inicia la reflexión y la praxis para realizar la **inculturación de la fe en el proceso liberador** que reclama Latinoamérica.⁹⁹ “Precisamente en el tiempo inmediatamente anterior a Medellín, y —al calor de Medellín— sobre todo en el inmediato post-Medellín, es cuando surge la teología de la liberación”.¹⁰⁰

Esta **teología y pastoral de la liberación** cristiana de un modo integral es una idea central de Medellín, que en el “post-Medellín producirá distintas corrientes teológicas y pastorales en América Latina, que significan interpretaciones diversas de los documentos episcopales, según las acentuaciones y los matices que se privilegien para desarrollar”.¹⁰¹ Sin pretender abordar el tema de la Teología de la Liberación en sus diversas caracterizaciones, corrientes y etapas,¹⁰² nos limitaremos a afirmar que de un modo sintético ella “se pregunta sobre la manera de ser cristiano en un continente de mayorías pobres y oprimidas”.¹⁰³

A nivel de praxis pastoral y desde el fuerte impulso que significó Medellín, “se generan ricas experiencias, entre las que sobresalen la creación de un buen número de comunidades eclesiales llamadas de Base; la formación de laicos para atender áreas especializadas de la pastoral, los ensayos de una pastoral educativa liberadora y de una catequesis en esta misma línea, la mayor planificación pastoral con experiencias muy concretas de pastoral de conjunto al interior de las diócesis y entre diversas diócesis y la revitalización del compromiso socio-político de muchos laicos”.¹⁰⁴

Junto a estas experiencias pastorales en el área de la comunicación social, debemos mencionar el **advenimiento y consolidación** del concepto y de la praxis de la comunicación grupal. No nos detenemos a referenciar el largo trayecto histórico que tiene esta denominación¹⁰⁵ y su posterior desarrollo práctico, que hallará una configuración generalizada a partir del *Congreso Mundial de Audiovisuales y Evangelización* celebrado en la ciudad de Múnich del 6 al 11 de noviembre de 1977.¹⁰⁶

El año 1971 fue rico en expresiones magisteriales de la Iglesia universal. El 14 de mayo de ese año, Pablo VI publica la Carta Apostólica *Octogesima Adveniens* (OA) y a los pocos días, el

23 de mayo aparece, de la Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social, la Instrucción Pastoral *Communio et Progressio* (CP), preparada por mandato especial del Concilio Vaticano II. Finalmente, en octubre del mismo año se celebra el Sínodo de Obispos sobre el tema de la misión del Pueblo de Dios en la promoción de la justicia en el mundo, considerando esta acción como parte integral de la acción eclesial.¹⁰⁷ También este Sínodo abordará el tema del sacerdocio ministerial.

La OA, dentro del magisterio social de la iglesia, “más que en la línea de los documentos doctrinales se ubica entre aquéllos que orientan la acción temporal de los cristianos. (...) La acción social y política debía recibir una nueva impronta a partir del nuevo espíritu del Concilio Vaticano II con respecto a las relaciones entre la Iglesia y la sociedad”.¹⁰⁸

La OA, con relación a los MCS, reconoce “los aspectos positivos de los medios y sus aportes a la formación y a la cultura, se formulan serios reparos a este ‘**nuevo poder**’ por su capacidad de crear necesidades superfluas (N 9); y por su **repercusión** sobre las libertades individuales en todos los sectores: político, ideológico, social, económico y cultural (N 20)”.¹⁰⁹

La CP nos atañe de un modo particular. Por eso, dada la influencia que tuvo su promulgación y posterior aplicación, nos detendremos en su reflexión.¹¹⁰ Este documento nace del requerimiento abierto en IM 23 y “debería ser preferentemente aplicativo-práctico de la doctrina y de la reglamentación general del Decreto Inter mirifica”.¹¹¹ Los temas que antes debían buscarse en diversos documentos “aparecen ahora en forma explícita, aunque a veces bajo una indicación escueta, en **un documento directamente dedicado a la comunicación social**”.¹¹²

Luego de recorrer un período prolongado de elaboración entre 1964 y 1970,¹¹³ quienes prepararon “este documento lo planificaron como una cuidadosa exposición de las posiciones de la Iglesia con respecto a la comunicación con una doble fundamentación: primero, un razonamiento doctrinal de la perspectiva cristiana sobre la comunicación y, segundo, un análisis formal de la función que compete a la comunicación en la sociedad humana”.¹¹⁴ La IM se refería de una manera directa a los medios, pero no llegaba a tomar en cuenta el fenómeno de la comunicación como un **proceso personal y social subyacente**.

Este documento se compone de tres partes, con un proemio (Cfr. 1-5) y una conclusión (Cfr. 181-187). La Primera Parte (Cfr. 6-18), que es breve, trata de las **premisas teológicas** de los MCS; la Segunda Parte (Cfr. 19-100) es la que relaciona a los MCS con el **progreso humano** y la Tercera Parte (Cfr. 101-180) es la que elabora la **acción de los católicos** en los MCS.

La Primera Parte es una sección doctrinal donde se “asientan las bases para un enfoque teológico de la comunicación y recurre a las doctrinas de la Trinidad, la Creación y la Encarnación como base para una visión específicamente cristiana de la comunicación”.¹¹⁵

La Segunda Parte se subdivide en dos capítulos, el *primero* trata la influencia de los MCS en la sociedad humana, resumiendo en cinco puntos las **mutuas relaciones** de la vida humana reflejada en los MCS. Este capítulo abarca lo relativo a la exigencia de la libre opinión pública (Cfr. 24-32), establece el derecho de informar y ser informado (Cfr. 33-47), promueve el uso de los medios en la educación, y en la actividad artístico-cultural respeta su justa autonomía (Cfr. 48-58); finalmente ofrece algunas directrices sobre la publicidad (Cfr. 59-62).

El *segundo* capítulo trata de las realizaciones prácticas en referencia al **factor humano**,¹¹⁶ protagonista de toda comunicación. Es que “la técnica y la ciencia, las obras de arte y los métodos de enseñanza son importantes en tanto en cuanto dicen referencia al sujeto consciente”¹¹⁷ y a las implicancias sociales que tienen los MCS. De tal modo que éstos están al servicio del hombre y su desarrollo integral. De esta forma se abarca la necesaria formación y educación de los receptores y productores (Cfr. 64-72), el mutuo diálogo entre receptores y promotores y de ambos con la sociedad (Cfr. 73-83); finalmente, CP reclama la colaboración de todos los diferentes grupos sociales a nivel nacional (Cfr. 84-91) e internacional (Cfr. 92-95) y, pasando al plano religioso, entre los cristianos, los creyentes y los hombres de buena voluntad (Cfr. 96-100).

La Tercera Parte señala en forma concreta la manera en que los fieles católicos pueden y deben **colaborar con los MCS al progreso de todos los hombres**. Se divide en cuatro capítulos. El *primero* presenta el **aporte** de los católicos a la comunicación social, “se pide a las Iglesias locales que organicen la pastoral de los profesionales en la comunicación, colaborando en la producción de noticias sobre la Iglesia, la reflexión teológica en torno a la comunicación, programas educativos sobre los medios de comunicación y programas de comunicación como parte de la formación pastoral en los seminarios (Nº 102-112)”¹¹⁸ y la investigación científica en las universidades (Cfr. 113).

El *segundo* capítulo presenta **tres funciones** que CP señala como “intereses de la Iglesia en el campo de los medios: favorecen el diálogo en el seno de la misma Iglesia (Nº 115-121); presentan a la Iglesia la mentalidad y las actitudes del hombre moderno al que debe entregar su mensaje salvador (Nº 122-125) y, por fin, ayudan a la Iglesia a mostrarse al mundo contemporáneo y transmitirle la Buena Nueva (Nº 126-134)”.¹¹⁹ El *tercer* capítulo se dedica a la acción de los católicos (profesionales o no) **actuando** en los medios confesionales o neutros, en la palabra impresa, el cine, la radio, la televisión y el teatro (Cfr. 135-161). El *cuarto* capítulo reúne “las disposiciones y orientaciones para el funcionamiento del aparato apostólico en el campo de los medios”.¹²⁰ Es una **sección práctica** que se ocupa de la organización pastoral de la comunicación social en la Iglesia (Cfr. 162-180).

Una propuesta que sintetiza CP son las palabras que encabezan y vertebran la instrucción: **comunión y progreso**, “ellas indican la tesis en la cual se inspira el documento y a la cual se orientan, que es ésta:

— característica sociológica (moralmente neutra) de los *mass media* y máximo incremento de la *comunicación* entre los hombres;

— pero no todo incremento de *comunicación* entre los hombres se resuelve automáticamente en *comunión* de corazones y de voluntades, condición última y primerísima de todo auténtico progreso humano;

— corresponde, pues, a los hombres, y particularmente a los cristianos individualmente y asociados, promotores y receptores, obrar de tal manera que el empleo de los *mass media* resulte de hecho en función de éste su fin primario y último que es la *comunión*”.¹²¹

CP está lejos de ser un documento que pretenda agotar toda la problemática socio-pastoral de los MCS; tenemos que leerlo y reflexionarlo en el marco de todo el magisterio eclesial sobre el tema y particularmente en la pastoral. Fue acogido de un modo plausible en diversos ambientes de la comunicación social y, reconociéndole algunos límites¹²², no por ello podemos dejar de considerarlo como la **carta magna católica** de las comunicaciones sociales.¹²³

6. DOCUMENTOS POSTERIORES A LA CONFERENCIA DE MEDELLIN

Después de haber visto la reflexión del magisterio universal de la Iglesia relación a los MCS, nos abocamos a analizar los documentos de la Iglesia latinoamericana, que reciben “el influjo de las ‘conclusiones’ de Medellín (**aspecto liberacionista**); y por otra, se percibe, en los comunicadores de la Iglesia, una mayor sensibilidad al fenómeno de la comunicación y una mayor encarnación en los problemas locales (**aspecto situacional**)”.¹²⁴

Dada la **situación compleja** de América Latina (DSN, dependencia económica, dictaduras militares, represiones y violaciones a los derechos humanos, etc.), no fue siempre sencillo el “mantenerse dentro de la ortodoxia a nivel doctrinal ni dentro de la ortopraxis a nivel de las exigencias sociales de la fe”.¹²⁵ En medio de esta coyuntura la reflexión y la praxis pastoral en el post-Medellín se fue **polarizando**.

“La controversia ha dado origen a libros, artículos y discursos sobre el tema de la liberación, en pro y en contra, lo cual ha ayudado a ir esclareciendo el tema, y también a debates calurosos. Creo que a través de las problemáticas, se han expuesto posiciones extremas, que en vez de favorecer a una auténtica ‘teología de la liberación’, le hicieron daño, pero ha dado lugar a clarificar ideas claves. Todo esto ayudó también a la preparación de Puebla”.¹²⁶

Los documentos que analizaremos en esta sección son: Sesión de reflexión del DECOS/CELAM (1970); Seminario sobre Medios de comunicación social y educación. Una visión cristiana (1971); Tres Encuentros Regionales de pastoral de la comunicación social en Antigua, San Miguel y Cumbaya (1972) y Perspectiva del Comunicador Social (1974).

6.1. Sesión de reflexión del DECOS/CELAM

Este encuentro se realizó en la ciudad de Melgar (Colombia), entre el 18 y el 23 de mayo de 1970. Tuvo como objetivo particular reflexionar sobre la problemática de la comunicación social, el nuevo hombre producto de los MCS, el nuevo lenguaje, la actitud de la Iglesia frente a este fenómeno, la opinión pública dentro de la comunicación eclesial y las respuestas de la Iglesia frente a los desafíos de la nueva comunicación. El documento conclusivo¹²⁷ es de carácter interno, pero su contenido reviste importancia dentro de nuestra reflexión.

Melgar’70 recoge de un modo sereno y desafiante los retos de una cultura audiovisual (Cfr. I.4) que va transformando la personalidad y las relaciones interpersonales y comunitarias. Desde la denuncia del monopolio informativo en pocas manos que tiende a la masificación y consumismo y a la tendencia de considerar a los MCS como instrumentos de entretenimiento y distracción (Cfr. I.2; I.3), el **desafío** es enfrentar el nuevo lenguaje audiovisual. Este promueve “la desaparición de la hegemonía de lo racional como consecuencia de la aparición de las técnicas audiovisuales” (I.4).

Este reciente lenguaje, que no renuncia al intelectual (Cfr. I.4), favorece expresiones culturales con un **predominio de lo afectivo y emotivo** (Cfr. I.5), también una falta de interés por la palabra o más bien por lo que dice o promete la palabra y una valoración del instinto y del sentido del placer como lo más vital e impulsivo (Cfr. I.5). Otra novedad de este nuevo lenguaje y hombre lo constituyen las jóvenes generaciones que viven en una dimensión multisensorial, es decir “oyen y ven más” (I.5) y están más abiertos al mundo por medio de los MCS, lo cual los hace más proclives a una **conciencia planetaria**; esto “trae consigo un cambio profundo en el concepto de socialización” (I.5).

Ante esta novedosa cultura audiovisual, el documento asume la **autocrítica** de la Iglesia latinoamericana que, en el uso de los MCS y “en el contenido de los mensajes, no ha tenido en cuenta al hombre y al mundo concreto en que vive” (II.3). La autocrítica lleva a reconocer que los MCS no han sido utilizados como instrumentos de diálogo con la sociedad (Cfr. II.3) y por lo mismo “la idea del secreto de ‘ghetto’ impide todavía una libre comunicación que llegue desde las bases y hasta ella” (II.3).

Además, este documento reconoce que muchas veces la Iglesia, por defender la ortodoxia de la fe, no ha permitido en los MCS la circulación libre y responsable de la **opinión pública**. “Temiendo a veces una eventual desorientación, se mantiene al pueblo cristiano dentro de un paternalismo y dirigismo que ofenden su dignidad, y que lo colocan en un estado de inferioridad al subestimar su capacidad de juicio” (II.4). La opinión pública es un instrumento valioso que al favorecer la participación y la común responsabilidad, encamina al Pueblo de Dios, “entre angustias y esperanzas, hacia su liberación total” (II.4; Cfr. III.3.b).

Como una síntesis, Melgar’70 concluye que la comunicación social debe enfrentar el desafío de una cultura con “fórmulas de comunicación mucho más vivenciales” (III.2) y bajo la inspiración de la “pedagogía evangélica en la cual Cristo, a la vez que ofrece criterios, coloca al hombre frente a opciones” (III.3.a).

La última parte del documento son recomendaciones teológico-pastorales que orientan las tareas del Departamento de Comunicación Social del CELAM (DECOS/CELAM) (Cfr. IV.1-2).

6.2. Seminario sobre Medios de comunicación social y educación. Una visión cristiana

Este seminario tuvo lugar en la ciudad de México, del 19 al 26 de mayo de 1971; fue promovido y organizado en forma conjunta por los Departamentos de Educación y Comunicación Social del CELAM y del Latin American Bureau de la Conferencia Episcopal de los EE.UU. El objetivo fundamental del Seminario fue el estudio de “la problemática que plantean las repercusiones de las nuevas técnicas de comunicación social sobre la educación”.¹²⁸ Esta **repercusión** está enmarcada en el cambio profundo que vive América Latina, afecta al hombre concreto y a las estructuras sociales en las que vive y desarrolla su historia.

El informe final del Seminario¹²⁹ brinda diversos elementos que, si bien “dedicados al aspecto ‘educación’, se refieren al fenómeno global de la comunicación”.¹³⁰

Los expertos y educadores de México '71, en la descripción inicial, reconocen que los MCS “lejos de actuar como agentes positivos de cambio, como instrumentos de promoción humana y como vehículos de educación, (...) en América Latina expresan en la actualidad, más bien, los intereses de la estructura de dominación interna y externa” (11b).

El Seminario, al interpretar las mutuas relaciones entre MCS y educación (Cfr. 14), tuvo momentos de tensión al **confrontar y complementar dos posiciones** de los participantes (Cfr. 15). Nos detenemos en éstas, por ser ellas una **emergencia lúcida y con rigor científico** de las influencias de los MCS en la educación del hombre.

La denominada *primera posición* coloca la urgencia y mayor reflexión en la “acción con relación al perceptor, en primer lugar, y con relación al instrumento y mensaje en segundo lugar” (16). Un **perceptor** que es calificado como un “hombre nuevo”, con múltiples lenguajes, más social y solidario, más inclinado al ser y actuar (Cfr. 17). Para esta posición es “necesidad y urgencia (...) educar a los perceptores en los lenguajes propios de cada uno de los medios técnicos de comunicación, dando más énfasis a los estudios semiológicos que a los semánticos, pues mediante una educación semiótica se estará dando a cada hombre los instrumentos necesarios que lo defenderán contra la masificación y domesticación” (20) de una comunicación en forma pasiva. Esta propuesta busca un **análisis estructural** que pretende interpretar la validez de “cada signo de comunicación dentro de su misma estructura, e independientemente de los condicionamientos históricos que los involucran” (18).¹³¹

La denominada *segunda posición* “parte de la concepción de que los medios masivos de comunicación están inscriptos en el contexto histórico, y sólo en muy relativa medida pueden ser considerados como una variable independiente” (21). De este modo los MCS son “vistos como un subsistema dentro de sistemas sociales más globales, nacionales o internacionales” (21). Para esta posición, la **educación liberadora** es la que convierte al educando en el sujeto activo y consciente del contexto histórico en el cual vive, y se **transforma** en un agente provocador de cambios (Cfr. 22). Dado que los MCS mantienen el “status quo” y no promueven los cambios que requiere el continente, “consideran necesario hacer al receptor consciente de su propio poder cultural y alentar la formación de grupos organizados, de forma que se cree su conciencia crítica, personalizante y comunitaria, y se les habilite para participar en el cambio del sistema global” (22). Una constante de esta posición será el animar y suscitar la **actitud crítica de los receptores** por medio de un proceso total de concientización (Cfr. 23), estrechamente unido a la liberación de toda dominación (Cfr. 25) y de la manipulación/masificación que promuevan los MCS (Cfr. 24).

A partir de las posiciones expuestas, que obviamente tienen puntos de concordancia y de disenso, los miembros del Seminario enfatizan algunas **orientaciones y pistas de acción** con relación al tema de MCS-educación (Cfr. 27-61). Señalaremos algunos que nos parecen iluminadores y novedosos. Destacamos aquella que recuerda a la Iglesia de América Latina que para ser fiel a su misión “debe ser también de alguna manera la voz de los que no tienen voz en la sociedad” (32) y que “debe (...) emprender una seria reflexión teológica y pastoral sobre el papel que desempeñan los MCS en las Américas, incluso dentro de las propias estructuras eclesiales” (47).

Además, México’71 llama la atención por el progreso educativo que conllevan las **transmisiones vía satélite**, con las novedosas posibilidades de comunicación social que provoca este medio. Ante ello, “la Iglesia no puede permanecer indiferente” (42), es necesario definir su misión y contribución ante esta novedosa tecnología (Cfr. 46).

Un punto más a resaltar es que los comunicadores cristianos deben desarrollar y utilizar “sistemas no convencionales de comunicación descentralizados y bidireccionales” (54). Por **sistemas descentralizados** entienden “las formas de comunicación popular” (54), medios “más comunitarios y de aparatos más accesibles a los grupos populares” (55). El fin de este sistema es “poner los medios de comunicación en manos del pueblo mismo; medios que el pueblo pueda controlar y manejar y a través de los cuales pueda expresarse volcando su riqueza creativa” (55).

Por **sistemas bidireccionales** “se entienden aquellos que hacen posible una auténtica retroalimentación (*feedback*); esto es, el diálogo, la refutación crítica y la respuesta” (56). De este modo se suscita la participación responsable del perceptor.

El estilo de México ’71 fue la iluminación de y para la acción. A partir de la realidad se juzgó, desde una respuesta interdisciplinar e internacional (a partir de la sociología, la economía, la política, la tecnología, la pedagogía y la teología), para finalmente formular grandes líneas de acción o alternativas concretas.¹³²

6.3. Tres Encuentros Regionales en Antigua, San Miguel y Cumbayá

En el año 1972 se realizaron estos encuentros regionales con un denominador común en la **pastoral** de la comunicación social y con el propósito de elaborar un plan pastoral de este sector.

El primero de los seminarios se efectuó en Antigua, Guatemala, del 9 al 14 de enero, para la zona de Centroamérica, México, Panamá y el Caribe. El segundo encuentro abarcó a los países del Cono Sur y se celebró en San Miguel, Argentina, del 13 al 18 de marzo. El encuentro de Cumbayá, Ecuador, fue del 13 al 18 de abril y convocó a los países bolivarianos.¹³³

Los encuentros tienen una serie de temas en común: la opinión pública; el destinatario de la comunicación, el receptor o propiamente denominado en SSM’72 y SC’72 *perceptor*; las estructuras de comunicación social nacionales y continentales y en el caso de SA’72 se agregan algunas recomendaciones. En los tres encuentros se elaboran documentos conclusivos, resúmenes de las discusiones y recomendaciones.

Acerca del tema de la **opinión pública** se constata “la falta de participación de la inmensa mayoría de los cristianos en la opinión pública, porque no ejercen en forma activa sus derechos y deberes de Pueblo de Dios” (SA’72 I.Ver.2; Cfr. SC’72 I.B.11). El SSM’72 es más optimista al decir que la Iglesia “va saliendo de la pasividad y entrando en una participación creciente de las bases” (I.Ver.7). Para el SA’72 “la falta de hábito de vivir en el libre juego de la opinión pública, es lo que ocasiona absolutismos y actitudes inmaduras” (I. Juzgar. 3; Cfr. SC’72 I. Juzgar. 3-6). En general, los documentos constatan la necesidad de una **mayor comunicación dialogal**, que supere los verticalismos y todo tipo de autoritarismo (Cfr. SSM’72 I. Actuar. 2; SA’72 I. Juzgar. 1; SC’72 I. Actuar. 8).

Una acentuación reiterada (y que hallará acogida en el Documento de Puebla 1080) es la necesidad de incluir la comunicación social dentro de la **pastoral de conjunto** (Cfr. SSM'72 I. Juzgar. 6; SA'72 I. Actuar. 2). También recuerdan que la pastoral de los MCS debe promover la **liberación** de todo aquello que puede oprimir a la persona y las comunidades (Cfr. SSM'72 I. Juzgar. 1; SC'72 I. Actuar. 5; SA'72 I. Actuar. 2).

Al abordar el tema de la formación del receptor (Cfr. SA'72 II) o propiamente del **perceptor** (Cfr. SSM'72 II; SC'72 II), aparece un **cambio de lenguaje** que indica el respeto que merece el público. “No nos dirigimos a recipientes a llenar, sino a personas que deben saber optar por sí solas, ante los múltiples mensajes de los medios”.¹³⁴

El SSM'72 es el documento más explícito al abordar la **formación del perceptor**, éste generalmente “juega un papel pasivo, o a la más de relativa actividad, sin alcanzar el umbral de conciencia crítica y mucho menos de ejercicio de la actividad creadora” (II.Ver.A.5. Cfr. SA'72 II.Ver. 1). La causa principal de la pasividad y alienación es que a los MCS no les interesa crear conciencia crítica o responsable, éstos están al servicio de intereses sociales *ideológicos o económicos* “lo cual revela la inexistencia de una completa libertad de comunicación” (SSM'72 II.Ver.B.3). Ante esta realidad es muy poco lo realizado por la Iglesia para aportar a la formación del perceptor (Cfr. SSM'72 II.Ver.C.3), aunque el SC'72 reconoce mayores esfuerzos al respecto (Cfr. II.Ver.1-3).

Los documentos son reiterativos al reconocer que los MCS “son de hecho, en nuestros países, medios masificadores, alienantes y mantenedores del ‘statu quo’ ” (SA'72 II. Juzgar.1; Cfr. SSM'72 II.Ver.B.1-4; SC'72 II. Introducción. 1-2). De este modo, la propuesta para formar perceptores con capacidad de retorno y respuesta (Cfr. SSM'72 II. Juzgar.3-4) debe provocar una conciencia crítica personal y social, colaborando a un compromiso activo con sus semejantes para alcanzar juntos la liberación (Cfr. SC'72 II. Juzgar. 2; SA'72 II. Juzgar. 3). “No se trata de liberarse sólo de los ‘medios’, sino se trata de una liberación que supone el cambio global de las estructuras de opresión y dominación, de los cuales los ‘medios’ son sólo uno de sus mecanismos” (SC'72 II. Juzgar.2). Esta educación liberadora en la personalización del perceptor se inscribe en la **misión profética de la Iglesia**, “contra las estructuras de la sociedad actual que gobiernan los MCS, ya que el cambio de esas estructuras es condición, no suficiente pero sí imprescindible, en el proceso de liberación del hombre latinoamericano” (SC'72 II. Juzgar. 3).

Un llamado final se impone. Los documentos valoran al hombre perceptor como **sujeto de comunicación** y no como un mero objeto de los sistemas alienantes o masificantes. En conclusión, “es urgente superar el *desconocimiento* del perceptor como hombre y ‘auténtico ciudadano de la era de las comunicaciones sociales’ (CP 107)” (SC'72 II. Juzgar.10).

Los tres documentos proponen diversas acciones de índole educativa formal y no formal, individual y colectiva, para **formar al perceptor**. Las propuestas no varían en mucho de las mencionadas en el análisis de otros documentos, por lo tanto no las explicitamos. Todo hace indicar que la formación en MCS es un **área descuidada y poco planificada** dadas las reiteraciones que hallamos desde IM (Cfr. SA'72 II. Actuar.1-3; SSM'72 II. Actuar.1-21; SC'72 II. Actuar. A-D). Quisiéramos destacar la insistencia de que unos de los **destinatarios particulares** de dicha formación son, en primer lugar, los mismos obispos (Cfr. SA'72 II. Actuar. 3).

El tercer tema de estos documentos son las **estructuras** de comunicación social nacionales y continentales. Tanto las Oficinas Nacionales de MCS como las Comisiones Episcopales “no hallan la suficiente comprensión dentro de las Conferencias Episcopales, dado que se trata de algo nuevo en la problemática pastoral de algunos obispos” (SSM'72 III.Ver. 2). En general se constata que los organismos de planificación y ejecución de la pastoral de la comunicación social, “a causa de la poca importancia que esta comunicación ocupa en la pastoral de conjunto, afrontan serios problemas económicos, políticos y, sobre todo, no tienen el apoyo conveniente de la jerarquía” (SA'72 III. Ver. 1; Cfr. SC'72 III. Ver).

Analizada la situación de los organismos de MCS, los documentos proponen una serie de acciones que propugnan una **marcha y actividad coordinada** de los diversos sectores que trabajan en la pastoral de MCS. Las acciones sugeridas (Cfr. SA'72 III. Actuar. 1-6 y IV. Recomendaciones; SSM'72 III. Actuar. 1-11; SC'72 III. Actuar. 1ss) tratan de responder al planteo de introducir las actividades en comunicación social dentro de la **pastoral de conjunto** de la Iglesia.

De estos tres encuentros regionales quisiéramos valorar el énfasis puesto en lo **pastoral**. Lo demuestra el empeño manifiesto para proponer una comunicación más participativa y dialogal, en el respeto por el sujeto-perceptor y por la búsqueda de una organicidad y coordinación en las tareas del área. Consideramos que también abren debates y praxis nuevas al afirmar que “no se puede realizar ningún programa de comunicación del mensaje (cristiano) confiándolo únicamente a los medios masivos, (...) se debe recurrir al uso no masivo de los MCS” (SSM'72 I. Juzgar.6).

Los seminarios proponen la **mutua complementación** de ambos medios. No siempre la praxis respondió a esta propuesta, más de una vez ensalzó a uno en desmedro de otro. Consideramos que la reflexión pastoral de estos documentos orienta hacia la coordinación y complementación.

Al final del SC'72, en esa misma ciudad se realizó un encuentro promovido por la Comisión Pontificia para la Comunicación Social con la colaboración del CELAM, con objeto de llevar a la práctica las orientaciones de CP.¹³⁵ Esta Reunión Interamericana sobre Pastoral de la Comunicación Social se propuso resumir las propuestas organizativas y coordinadoras en la pastoral de MCS elaboradas en los tres encuentros regionales que le precedieron. No entramos en el análisis particular, dado que los temas de esta reunión ya los reflexionamos en el tratamiento de los tres encuentros regionales precedentes.

6.4. Perspectiva del comunicador social

Este fue un documento elaborado por el DECOS/CELAM con un grupo de expertos, en preparación al Sínodo de Obispos de 1974, el cual abordó el tema de la evangelización. El documento¹³⁶ trata de responder al interrogante: **¿son los medios masivos de comunicación un instrumento apto para una auténtica evangelización?** El DECOS/CELAM entiende por evangelización “la comunicación sistemática y explícita de las verdades y valores esenciales de la fe cristiana con todas las exigencias que comporta. Esta comunicación se hace en orden a una conversión, esto es, a formar cristianos de convicción personal” (III). Junto a esta definición presenta una completa explicitación del término con características y condiciones (Cfr. IV y VI).

Al relacionar esta concepción de la evangelización con los medios masivos de comunicación social, expresa que éstos se dirigen “a una masa anónima que recibe el mensaje en forma pasiva y a la que no le es dado dialogar, preguntar, discutir, etc. (...) no pueden registrar las dificultades de los evangelizados ni corregir realmente esas nociones erróneas de la fe popular de los ‘no evangelizados’ ” (IV. 6). También se reconoce la imposibilidad de cambios estructurales ya que los MCS propician valores de una sociedad de consumo. “No es posible explicitar la proyección social del Evangelio a través de medios de comunicación refractarios al cambio” (IV.5).

Por lo mismo, “la opinión del DECOS y la de la casi totalidad de los expertos en comunicación social católicos de América Latina es que los medios masivos de comunicación no son, en general, un instrumento apto para una auténtica evangelización” (I). Para que haya verdadera evangelización se requiere que el mensaje sea personalizante, concientizador y dialogal, desembocando en la conversión y el compromiso con la realidad, lo que está muy **alejado de lograrse** desde los medios masivos de comunicación.

Ante ello, el documento propone que éstos “puedan colaborar y puedan ser utilizados, pero a condición de que se los utilice como instrumentos *complementarios* y no como vehículos básicos de una evangelización” (V.1). Los MCS y aun los masivos pueden predisponer y coadyudar como instrumentos de la evangelización, pero sería un error si quisiéramos utilizarlos como sustitutivos de la comunicación directa y personal de la palabra (Cfr. V.1).

Por lo indicado, el documento **privilegia la comunicación personal** y la que proponen los medios no masivos. Estos facilitan una mayor formación en profundidad, con una opción más libre y personal a Cristo (Cfr. V.2). También se destacan experiencias de carácter popular como las escuelas radiofónicas y los audioforos, que en sí mismos favorecen la participación activa y la reflexión personal de los destinatarios. “Estos, además, no reciben el mensaje en forma individual, sino que son puestos en situación grupal y comunitaria” (V.3).

El documento, muy afinado en su redacción y formulación, es sumamente **crítico con los MCS y los masivos como medios para la evangelización**. En muchos ambientes fue recibido negativamente y las críticas no se hicieron esperar.¹³⁷ “Con todo, este texto aceleró la **clarificación** del problema gracias a sus críticas radicales a los MCS especialmente masivos. Abrió también el camino definitivamente a lo que luego serían **los Medios Grupales (de comunicación)**, y **revalorizó** la ‘comunicación’ como tal, a los fines de la evangelización y la catequesis”.¹³⁸

6.5. Conclusión

Los años del post-Medellín comienzan a **valorar** el fenómeno de la comunicación social, **superándose** de cierto modo la estrecha vinculación instrumental que primaba en otros momentos de la reflexión y praxis pastoral. Aquí podemos observar la influencia de CP en esta importante perspectiva.

Los documentos analizados en este apartado recogen los cambios que genera la **nueva cultura audiovisual**. El nuevo hombre, que es racional e intuitivo, que desarrolla de un modo integral y simultáneo un múltiple lenguaje (palabras, sonidos e imágenes), abierto a una perspectiva más planetaria y socializante, es el sujeto-perceptor de la reciente comunicación social.

Esta oportuna visión abre la reflexión para subrayar el papel activo y responsable que tiene el **sujeto-destinatario** de la comunicación social, nos referimos al **perceptor**. De este modo se supera la estrecha óptica que implicaba ver al destinatario como un sujeto meramente receptor. El proceso de retroalimentación (feedback) permite la participación operante y responsable del perceptor en la dinámica dialogal y bidireccional del fenómeno comunicacional.

La valorización del hombre nuevo en la cultura audiovisual, como sujeto eficaz de la comunicación, lleva a **optimizar una pastoral** que trate de responder a los nuevos desafíos del destinatario. Que ya no es un mero recipiente a llenar, sino personas y comunidades sociales que deben optar por sí mismas frente a los múltiples mensajes que perciben de los diversos medios. También en esta realidad debemos considerar el mensaje que la Iglesia transmite para ser fiel a la vocación y misión que le asignara Jesucristo (Cfr. Mt 28,18-20).

La pastoral de la Iglesia en esta novedosa perspectiva comunicacional deberá promover una **comunicación más vivencial e intuitiva** de los valores perennes del Evangelio. Para ello tendrá que inspirarse en la misma pedagogía de Cristo, quien a través de palabras y signos fue fortaleciendo de un modo persuasivo y firme la creación de relaciones interpersonales y comunitarias.

Otro aspecto que una pastoral de la comunicación social deberá tener en cuenta es la **formación en la conciencia crítica** para que el sujeto-receptor se convierta en un sujeto responsable de los cambios que requieren los MCS. Sin una actitud crítica no se podrán leer y

codificar los signos que éstos emiten y no será posible inscribirlos en el contexto histórico/estructural que los mismos proponen o fomentan.

Una conciencia crítica permitirá desarrollar nuevos lenguajes, que respondan al perceptor y facilitar que el mismo se exprese en nuevas estructuras semióticas. Consideramos que una de éstas puede ser el lenguaje de la **comunicación popular**. Una comunicación descentralizada de los lugares de poder y dominación, que este período de reflexión propone poner en manos del mismo **pueblo** (sujeto y destinatario de la nueva cultura audiovisual), a fin de que éste pueda transmitir y volcar toda su riqueza creativa desde sus propios MCS.

Consideramos que todo el empeño manifestado en el fenómeno de la comunicación, y por ende en el sujeto-perceptor, lleva a un cierto descrédito de los medios masivos de comunicación en la evangelización, por no tender a un cuidado personalizante de los destinatarios. PCS recoge que para una verdadera comunicación evangelizadora se requiere que el mensaje sea particular y concientizador, lo cual está muy lejos de lograrse **únicamente** desde los MCS.

Se abrirá a partir de aquí un camino reflexivo-pastoral de difícil discernimiento para la Iglesia de América Latina, que descencadenó un **privilegiar** los Medios de Comunicación Grupal sobre los medios masivos. Tanto la reflexión como la praxis en momentos fue virulenta y apasionada, pero promovió el encontrar formas de entendimiento ya en las vísperas de la Conferencia de Puebla.¹³⁹

Los temas analizados en el post-Medellín **profundizan** la reflexión iniciada en DM-MCS al insistir en la **encarnación** de la comunicación en la realidad del destinatario. En este punto ya destacamos el profundo respeto que se observa por el sujeto-perceptor. Consideramos que desde esta encarnación surge una visión de la comunicación que sea popular, bidireccional y descentralizada.

Sin embargo, también la Iglesia del continente reconoce que en general los MCS son discriminatorios de grandes mayorías en beneficio de pequeñas élites sociales, políticas o económicas; y mediante los medios masivos lo que se logra es mantener el statu quo latinoamericano. En síntesis, se **percibe** que la praxis de la comunicación social actual propende y evoluciona hacia el mantenimiento y fortalecimiento de la dependencia económica, política e ideológica del continente (periférico) con respecto a otros países centrales.

Entran en cuestionamiento algunas premisas anheladas particularmente en DM-MCS 24, ya que en los años posteriores a Medellín los MCS son refractarios a la liberación, tarea que esa Conferencia propuso como preferencial para la Iglesia de América Latina. Por lo mismo los documentos de este apartado asumen un **crítico** aplicable tanto a los MCS como a la acción pastoral de la Iglesia en estos medios.

Quedan abiertos ciertos temas que requerirán de la reflexión y praxis posterior. Algunos de ellos son: la educación vía satélite y sus efectos multiplicadores de comunicación; la necesaria investigación del lenguaje, contenido, mensajes y efectos de una comunicación popular y una respuesta a las críticas que suscitaron las posturas manifestadas en PCS. Y no podemos dejar de destacar el **inicio de la reflexión** que suscitó el Primer Seminario sobre *Teología de la comunicación social* que sesionó del 1 al 7 de abril de 1974 en Santa Inés (Lima-Perú), el cual, si bien no produjo ningún documento en esa sesión, elaboró un volumen sobre el tema del seminario que finalmente fue publicado por el CELAM en 1983.¹⁴⁰

Concluimos este apartado haciendo notar que el fenómeno de la comunicación social va produciendo reflexiones y praxis acordes a los nuevos tiempos de la cultura audiovisual. Destacamos la **fidelidad** de la Iglesia para tratar de responder a ellos y desde ellos seguir comunicando la Buena Nueva de Jesús.

Notas al pie del capítulo:

1. Mc Grath 1969,79.

2. Cadavid 1993, 179.
3. Palacios Videla 1988, 720.
4. Cadavid 1993, 179.
5. Palacios Videla 1988, 720.
6. Pablo VI 1965.
7. Palacios Videla 1988, 720.
8. CELAM 1968 a, 12.
9. Palacios Videla 1988, 727.
10. Spoleitini 1985, XIX.
11. Comblin 1988, 818. *Las traducciones son nuestras*. Cfr. Mc Grath 1989, 163.
12. CELAM 1968a, 10.
13. Idem, 11.
14. Cfr. Idem, 12-17.
15. Spoleitini 1985, XVII (nota 7).
16. CELAM 1986, 32-33; Cfr. Spoleitini 1977, 25-26.
17. Cfr. Baragli 1982.
18. Nos detendremos únicamente a señalar algunos de los momentos más significativos dentro de nuestro tema específico. Superan nuestros objetivos otras pormenorizaciones.
19. Cadavid 1993, 178.
20. Farrel 1991, 112.
21. Cadavid 1993, 179.
22. Idem, 180.
23. Para visiones de conjunto de Inter Mirifica Cfr. Baragli 1980, 43-53; Ciaurriz 1991, 95-104; CELAM 1988b, 17-80; Soukup 1993, 1053 y Spoleitini 1977, 27-29.
24. Cfr. Baragli 1980, 43-47.
25. Idem, 53.
26. Idem, 52.
27. Soukup 1993, 1053.
28. Ibídem.
29. Baragli 1980, 53.
30. Spoleitini 1977, 27.
31. Baragli 1980, 52.
32. Cfr. CELAM 1988 b, 26.
33. Cfr. Baragli 1980, 49-53.
34. Soukup 1993, 1053.
35. Cfr. Pablo VI 1965.
36. Mc Grath 1989, 159.
37. Cfr. Idem 159-160.
38. Idem, 162.
39. Cadavid 1993, 181-182.

40. Comblin 1988, 814.
41. Cfr. Idem, 809.
42. Mc Grath 1989, 159.
43. Palacios Videla 1988, 721.
44. Cfr. Spoletini 1977, 11-32; Idem 1985, XI-XIV.
45. Cfr. CELAM 1988b, 129-167; Pérez 1995.
46. Cfr. Bibliografía, Fuentes de la investigación, ut infra páginas 178-179.
47. Cfr. Spoletini 1985, 9-24. Lo citaremos con la sigla SSI'66 y en el interior del texto. Seguimos la numeración indicada en la edición.
48. Idem, XVII.
49. "Neutros: son aquellos Instrumentos de Comunicación Social que no están vinculados ni oficial ni oficiosamente con la jerarquía u organismos eclesiásticos. También se consideran dentro de esta categoría los instrumentos confesionales no católicos" (I. Definiciones. 3).
50. Spoletini 1985, XVII.
51. Cfr. Idem, 25-47. Los citaremos con las siglas SM'68 (Montevideo); SSI'68 (Santa Inés) y SSJ'68 (San José de Costa Rica) y lo haremos en el interior del texto. Seguimos la numeración y/o titulación indicada en esta edición.
52. Cfr. CELAM 1968a. Lo citaremos con la sigla DBM y en el interior del texto. Seguimos la paginación que hace el editor.
53. Ciaurriz 1991, 151.
54. Ibídem.
55. Cfr. CELAM 1968b. Lo citaremos con la sigla DM y en el interior del texto. Los documentos son citados según el número de los mismos en romanos y sus párrafos en arábigos. Para el Mensaje detallamos Men con el número de página. Para la Introducción especificamos Int con el número de párrafo. El Documento XVI lo citaremos con la sigla DM-MCS.
Para una visión de conjunto de Medellín Cfr.: Borrat 1973, 33-44; Cadavid 1993; Comblin 1988; Gutiérrez 1971, 99-175; Mc Grath 1989; Palacios Videla 1988; Secretariado General del CELAM 1977; Sily 1968.
56. Cfr. Comblin 1988, 808-809.
57. Idem, 806.
58. Cadavid 1993, 183.
59. Sily 1968, 15. *El subrayado es nuestro*.
60. Mc Grath 1989, 165.
61. Ibídem.
62. Idem, 166.
63. Ibídem.
64. Cadavid 1993, 183.
65. Comblin 1988, 812.
66. Palacios Videla 722.
67. Borrat 1973, 41.
68. Secretariado General del CELAM 1977, 201.
69. Gil Tovar 1978, 11. *Los subrayados son nuestros*.
70. Secretariado General del CELAM 1977, 204.

71. Secretariado General del CELAM 1977, 218. *El subrayado es nuestro*.
72. Ciaurriz 1991, 152.
73. Secretariado General del CELAM 1977, 208.
74. “Los MCS deben sensibilizar a la opinión pública frente al proceso de cambio que vive Latinoamérica y ayudar a encauzarlo; presionar a los centros de poder que inspiran los planes de desarrollo, para que los orienten según las conveniencias del bien común; divulgar dichos planes y promover la participación activa de toda la sociedad en su ejecución” (II.1).
75. Secretariado General del CELAM 1977, 206.
76. *Ibídem*.
77. *Idem*, 70.
78. *Idem*, 217.
79. *Idem*, 221. *El subrayado es nuestro*.
80. *Ibídem*. *El subrayado es nuestro*.
81. Cfr. Ut supra página 35.
82. Cfr. CELAM 1983, 165-294.
83. ULAPC: Unión Latinoamericana de Prensa Católica. Actualmente UCLAP.
UNDA/AL: Asociación Católica Internacional para Radio, y Televisión y Medios Afines. Secretariado Latinoamericano.
SAL/OCIC: Secretariado Latinoamericano de la Organización Católica Internacional del Cine y Audiovisual. Actualmente OCIC/AL (e incluye al Video).
84. Cfr. CELAM 1988b, 395-404; CELAM 1988c; Ciaurriz 1991, 114-116.
85. CELAM 1988c, 6.
86. Secretariado General del CELAM 1977, 222.
87. *Idem*, 223.
88. Cfr. Spoletini 1979, 523.
89. Comblin 1988, 819.
90. Cfr. CELAM 1988b, 129-167.
91. Spoletini 1985, XIX.
92. Mc Grath 1989, 163-164.
93. Palacios Videla 1988, 727.
94. Cfr. Ut supra página 19.
95. Palacios Videla 1988, 728.
96. Spoletini 1985, XX.
97. Beltrán 1994, 78.
98. Spoletini 1985, XXI.
99. Cfr. Gera 1974, 9-64.
100. Scannone 1987, 23.
101. Palacios Videla 1988, 722.
102. Cfr. Scannone 1987, 21-80; Palacios Videla 1988, 722-727.
103. Cadavid 1993, 194; Cfr. Gera 1974, 26.
104. *Idem*, 185.
105. Cfr. Martínez Terrero 1986, 112-160.
106. Cfr. Cousineau 1978.
107. Cfr. Farrel 1991, 141.
108. *Idem*, 136.
109. Spoletini 1985, XXI. *Los subrayados son nuestros*.

110. Para visiones de conjunto de *Communio et Progressio*, Cfr. Baragli 1980, 53-60; Ciaurriz 1991, 104-114; Duhourq 1972; Spoleitini 1977, 29; Soukup 1993, 1054-1055.
111. Baragli 1980, 56.
112. Duhourq 1972, 10. *El subrayado es nuestro*.
113. Cfr. Baragli 1980, 54.
114. Soukup 1993, 1054.
115. Ibídem.
116. Cfr. Duhourq 1972, 150.
117. Idem, 150-151.
118. Soukup 1993, 1055.
119. Duhourq 1972, 216.
120. Idem, 278.
121. Baragli 1980, 57-58.
122. Cfr. Baragli 1980, 59-60; Ciaurriz 1991, 112-114; Duhourq 1972, 13-23.
123. Cfr. Baragli 1980, 58; Duhourq 1972, 9-11; Spoleitini 1977, 29.
124. Spoleitini 1985, XXII. *El subrayado es nuestro*.
125. Cadavid 1993, 195.
126. Mc Grath 1989, 170.
127. Cfr. Spoleitini 1985, 55-66. Lo citaremos con la sigla Melgar'70 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor del documento.
128. Torres 1971, 29.
129. Cfr. Torres 1971, 29-42. Lo citamos con la sigla México'71 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor del informe final.
130. Spoleitini 1985, XXIII.
131. "Todo signo posee un 'significante' (que es estudiado por la semiología) y un 'significado' (que estudia la semántica). La unión del 'significante' y del 'significado' produce la 'significación' del signo. Semiótica es la ciencia que enseña a leer los signos". Torres 1971, 33 nota.
132. Cfr. Torres 1971, 18-19.
133. Cfr. Spoleitini 1985, 79-117. Los citaremos con las siglas SA'72 (Antigua, Guatemala); SSM'72 (San Miguel, Argentina) y SC'72 (Cumbayá, Ecuador) y lo haremos en el interior del texto. Seguimos la titulación y/o numeración indicada por el editor.
134. Idem, XXIV.
135. Cfr. Idem, 118-126.
136. Cfr. Idem, 128-136. Lo citaremos con la abreviatura PCS y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor del documento.
137. Cfr. Baragli 1980, 116-120.
138. Spoleitini 1985, XXV. *Los subrayados son nuestros*.
139. Cfr. DECOS/CELAM 1979, 14.
140. Cfr. CELAM 1983, 165-294.

CAPITULO SEGUNDO

Puebla y la perspectiva de la evangelización-comunicación para la comunión y participación con el hombre y la cultura audiovisual emergente (1975-1988)

1. INTRODUCCION

En este nuevo capítulo estudiaremos el tema de los documentos que se refieren a los MCS dentro de la reflexión oficial y oficiosa de la Iglesia latinoamericana, que ante un proceso socio-cultural de precariedad e inestabilidad camina hacia una **emergente cultura audiovisual** cada vez más interrelacionada con los procesos culturales integrales del hombre, impulsando a horizontes más universales y globales en el fenómeno de la comunicación social.

Abordaremos la comunicación social en y desde la Iglesia continental entre 1975 y 1988, bajo la influencia del DM, CP y la iluminación de *Evangelii Nuntiandi*, que renuevan el espíritu de responder a los signos de los tiempos desafiando a la evangelización desde los MCS. El período histórico-cultural que abarcaremos va enfrentando **una etapa determinante en la reflexión y praxis teológico-pastoral** para la comunicación social en la Iglesia latinoamericana.

El progresivo desarrollo en el análisis de los documentos lo abordaremos introduciéndonos sucintamente en el contexto socio-cultural-ecclesial, anterior (2) y posterior (5) a Puebla, para pasar al análisis de los documentos previos a la Conferencia de Puebla (3) y así abarcar el Documento de Puebla en el tratamiento específico de la sección sobre comunicación social (4). Un documento que dadas las repercusiones teóricas y prácticas en la comunidad eclesial continental, requerirá de nuestra atención y dedicación en su observación. Proseguiremos en la reflexión de algunos documentos que por su alcance son frutos de iniciativas gestadas en el período anterior o a impulsos de la Asamblea de Puebla (6).

2. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL ANTERIOR A PUEBLA

Anteriormente hemos indicado que el fracaso desarrollista sumió a América Latina en un subdesarrollo global.¹ No únicamente en el campo económico. El resultado fue una dependencia estructural que propugnó otras manifestaciones en lo social, político y cultural del continente. Los grandes cambios y transformaciones de los años anteriores van tornando y modelando otros que en este período adquieren dimensiones y características particulares. Sin pretender agotar el tema, indicaremos algunos fenómenos previos al eje central de nuestra reflexión en torno a la Conferencia de Puebla.

2.1. Contexto secular

América Latina (entre 1975 y 1979) en el *campo social y económico* acentúa conflictos ya conocidos: el crecimiento demográfico (en 1975 el continente contaba con 329 millones de habitantes, de los cuales el 42,1% se ubicaba en la categoría de 0-14 años)², el cual va acompañado del crecimiento urbano y la escasez de vivienda (en 1950 la población urbana del continente era del 40%, en 1978 casi del 64%)³, el crecimiento urbano y el alto crecimiento vegetativo de América Latina ha producido “la proliferación de zonas de viviendas precarias, formadas al margen de toda planificación urbana y control del Estado (asentamientos precarios, falta de servicios públicos como ser agua potable, cloacas, transporte, etcétera)”.⁴

Además la extrema pobreza que pesa sobre la mayoría del continente toma diversas expresiones en salarios de hambre, en desempleo y subempleo, desnutrición, mortalidad infantil, etcétera.⁵ Esta pobreza afecta en mayor medida a la población campesina, indígena y urbana marginada. También debemos destacar la industrialización desordenada, la inflación que carcome los magros ingresos de los trabajadores y del pueblo en general, la falta de cobertura asistencial en la salud y el crecimiento en la deserción escolar.⁶

En el *campo político* el continente vive (en general) bajo la tutela de la DSN. Con ella se van consolidando los regímenes de fuerza que acarrearán “un detrimento grave de la participación ciudadana en la conducción de sus propios destinos”⁷; aún cuando algunos países regresan a la democracia y en Nicaragua triunfa una revolución. Los regímenes de fuerza caen en frecuentes abusos de poder violando derechos fundamentales del hombre: torturas, exilios, detenciones sin orden judicial, desaparición de personas, etcétera.

Junto a la DSN el panorama político de las naciones de América Latina se ve amenazado por ideologías materialistas que de un modo u otro, impiden el libre y justo desarrollo de todos. Estas ideologías son: el liberalismo económico con un grave costo social para todos los sectores más desprotegidos; el marxismo que ha caído en políticas violentas y que ha provocado reacciones similares y finalmente los nacionalismos exagerados.⁸ “En casi todos los países del continente sigue la guerrilla, el terrorismo y el secuestro, en un extraño connubio con el narcotráfico, a veces amparado por los poderes públicos”.⁹

En el *campo cultural y religioso* se vive un hecho inédito e insólito en el cono sur del continente, “el denominado ‘apagón cultural’ que va desde las hogueras de textos hasta la prohibición de autores tildados de marxistas y otras trabas que, de hecho, impiden a la gente el acceso a determinadas ideas y la circulación de las mismas”.¹⁰ Durante muchos años se violaron las mínimas exigencias de la libertad de expresión de todo aquél o de los contenidos que no coincidieran con los proyectos de los gobiernos de fuerza.

Otros elementos a destacar en este campo son el creciente secularismo que “se expresa en el afán egoísta de lucro, en el consumismo desenfrenado, en el ansia de poder”¹¹, lo cual afecta el comportamiento religioso del pueblo latinoamericano. Además el indiferentismo más que el ateísmo se ha enraizado en los sectores juveniles de la población y en grupos intelectuales que adhieren a otros valores. El indiferentismo se va acrecentando por el pluralismo religioso. Todos estos cambios influyen en los contenidos y métodos de transmisión de la fe, ya que se puede constatar una fuerte ignorancia religiosa de los creyentes de la Iglesia Católica del continente.¹² “La ignorancia y la indiferencia religiosa llevan a muchos a prescindir de los principios morales, sean personales o sociales y a encerrarse, a lo más, en un ritualismo o en una práctica social de ciertos sacramentos —bautismo, matrimonio, exequias— como señal de su pertenencia a la Iglesia”.¹³

En relación *al tema de la comunicación social*, destacamos la Conferencia Intergubernamental sobre Políticas de Comunicación en Latinoamérica y el Caribe, patrocinada por la UNESCO en San José de Costa Rica del 12 al 21 de julio de 1976.¹⁴ En esta reunión continental “se plantean problemas capitales para el Tercer Mundo: las ‘políticas’ de comunicación, la necesidad de un ‘Nuevo Orden Informativo Internacional’ (NOII), la sugerencia de crear agencias noticiosas propias para equilibrar el poder de las agencias informativas extracontinentales que manipulan habitualmente las noticias latinoamericanas, según sus intereses y la ideología que los sustenta”.¹⁵ Esta reunión junto con otras preparó en 1978 “la Trigésima Tercera Sesión de la Asamblea General de las Naciones Unidas (que) adoptó el 18 de diciembre una resolución que ‘afirma la necesidad de establecer un orden

mundial nuevo, más justo y efectivo, para la información y la comunicación, con la intención de reforzar la paz y la comprensión internacionales, basado en la libre circulación y una mejor y más equilibrada distribución de la información”.¹⁶ Esta propuesta se sintetizó en el NOMIC (Nuevo Orden Mundial de la Información y la Comunicación).

La reunión de las Naciones Unidas, junto con un progresivo madurar del proceso iniciado en la década del sesenta sobre un orden mundial más justo y eficaz de la información y la comunicación, plasmado en diversas iniciativas emprendidas por el mundo de los comunicadores, tuvo su momento destacado en la Declaración sobre los medios informativos adoptada unánimemente por la Conferencia General de la UNESCO en su XX Sesión de 1978.¹⁷ En el ínterin estaba trabajando una Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de la Comunicación, de acuerdo con las resoluciones de la Conferencia General de UNESCO en su XIX Sesión efectuada en Nairobi en 1976. Dicha comisión debía realizar “una reseña de todos los problemas de comunicación de la sociedad contemporánea en el marco del progreso tecnológico y de los desarrollos recientes de las relaciones internacionales, sin dejar de considerar su complejidad y magnitud”.¹⁸

La comisión bajo la presidencia de Sean MacBride realizó sus trabajos entre diciembre de 1977 y noviembre de 1979. Se publicó el resultado de dicha investigación (conocido como el Informe MacBride) en febrero de 1980. El mismo fue ocasión de intensos debates y discusiones. A través de éste se procuró promover estructuras más participativas en la comunicación dentro de los países en vías de desarrollo.¹⁹ La propuesta del NOMIC se encontraba ligada con la necesidad de un Nuevo Orden Económico Internacional (NOEI)²⁰, “...la información internacional puede comenzar anunciando el nuevo orden internacional; pero para que tal anuncio se concrete, es absolutamente necesario que cambie el orden económico”.²¹

2.2. Contexto eclesial

En el *campo eclesial* se viven momentos delicados y difíciles. Con frecuencia la fidelidad al compromiso por la liberación integral y la denuncia de toda situación injusta, debe sufrir ataques, exilios, cárceles y el mismo martirio. La Iglesia en “muchos países es la voz profética que se levanta en defensa de los pobres, los perseguidos, los marginados. En otros, debido a múltiples factores, se halla como apagada y paralizada”.²²

Como lo hemos indicado²³ la reflexión y la praxis pastoral del post-Medellín se fue polarizando, “en este sentido el Magisterio Episcopal de estos años es claro en denunciar lo que considera una parcialización y reduccionismo en la interpretación de Medellín. Se dice que la liberación y el Reino han sido entendidos como algo puramente terrenal y político por parte de algunos. Este hecho sumado a otros, fue ocasionando una división al interior mismo de la Iglesia con diversas concepciones teológico-pastorales y distintas posturas socio-políticas. Parecía que nadie podía sustraerse a una toma de posición definida ante estas diversas concepciones”.²⁴ Todas estas posturas dieron lugar a clarificar las ideas fuentes. De este modo se fue preparando la Conferencia de Puebla.

Mientras tanto el Magisterio Pontificio de Pablo VI publica el 8 de diciembre de 1975, la Exhortación Apostólica *Evangelii Nuntiandi* (EN), fruto del Sínodo de Obispos de 1974 sobre la *Evangelización en el mundo de hoy*. Fue la obra maestra y madura de Pablo VI, “donde se supera la falsa alternativa entre evangelización y liberación, a la vez que introduce el tema de la religiosidad popular en el amplio marco de la evangelización de la cultura, temas éstos muy propios de nuestro subcontinente”.²⁵ **Este documento ejerció una profunda influencia en toda la Iglesia y en la Conferencia de Puebla.** En forma inteligente y firme, la exhortación recuerda a la Iglesia que su tarea central, primera y fundamental en todos los tiempos y lugares es proclamar mediante la palabra y las obras, la Buena Nueva de la salvación de Jesús a todo el hombre y todos los hombres.

Dentro de nuestro tema EN presenta el reto de incorporar los MCS al servicio del anuncio del Evangelio. “El párrafo N° 45, en efecto, lanza un desafío a todos los comunicadores para que, con su habilidad, utilicen los medios masivos dirigiéndose a ‘todos’, pero con la capacidad

de interpelar a cada destinatario singularmente”.²⁶ En una cultura de la imagen EN propone en la transmisión del mensaje, que junto a la viva predicación, se utilicen “los medios modernos puestos a disposición por esta civilización” (EN 42).

El anuncio del Evangelio debe asumir la globalidad del lenguaje en la palabra, la imagen, el gesto, el símbolo, etcétera, para tratar de llegar a la raíz de la cultura, para “alcanzar y transformar con la fuerza del Evangelio los criterios de juicio, los valores determinantes, los puntos de interés, las líneas de pensamiento, las fuentes inspiradoras y los modelos de vida de la humanidad, que están en contraste con la Palabra de Dios y con el designio de salvación” (EN 19).

Pablo VI exhorta y estimula a los comunicadores y pastoralistas a recoger decididamente el desafío que los MCS plantean a la evangelización. El reto consiste en utilizar los medios masivos para llegar al mayor número de personas y a su vez, hacer que el mensaje dirigido a todos cuestione a cada persona en singular. Esto se convierte en una invitación “a descubrir las relaciones entre los mass media y los mini media, o medios grupales, superando oposiciones y falsas polarizaciones. ¿En efecto, los medios de comunicación social, no obran en forma simultánea, acumulativa y complementaria?”.²⁷ **La EN influirá en dilucidar y alumbrar el camino de unir los MCS y los Medios de Comunicación Grupal en la tarea de la evangelización.** Tema que será profundizado en los años siguientes tanto en el Congreso Mundial de Evangelización y Audiovisuales de 1977, como en los documentos previos a la Conferencia de Puebla y en el mismo Documento de Puebla.

Los diversos cambios en los campos antes esbozados señalan el camino para ligar y estudiar el papel de la comunicación social y sus medios en cuanto sujetos y destinatarios de los procesos que vive el continente y la Iglesia en el período de nuestra reflexión.

3. DOCUMENTOS PREVIOS A LA CONFERENCIA DE PUEBLA

En el contexto antes bosquejado la Iglesia latinoamericana sigue desarrollando una teoría y una praxis comunicacional. Ya indicamos que en el período del post-Medellín la Iglesia continental observa a los MCS como reacios a la liberación²⁸, por eso en aquel momento los documentos aportaban un juicio crítico tanto a los MCS como a la acción pastoral de la Iglesia en ellos. El PCS fue el documento donde el criticismo a los MCS llegó a una máxima expresión. En los documentos anteriores a Puebla, bajo la influencia de CP y sobre todo de EN, se va esbozando un **mayor acercamiento** doctrinal y pastoral entre la Iglesia latinoamericana y los MCS.

Los documentos que abordaremos en este período son: La evangelización y los medios de comunicación social, Bogotá (1975); Audiovisuales y Evangelización. Informe latinoamericano, Lima (1977); Dos Encuentros Regionales del DECOS en Buenos Aires y San José de Costa Rica (1977); Evangelización y Comunicación Social en América Latina, Bogotá (1978) y los Documentos de Consulta (1977) y de Trabajo (1978) en preparación a la Conferencia de Puebla.

3.1. La evangelización y los medios de comunicación social

Con la organización del DECOS/CELAM, se realizó del 19 al 24 de octubre de 1975 en la ciudad de Bogotá un encuentro continental con los obispos responsables de la comunicación social y los delegados de diecisiete conferencias episcopales. El tratamiento del tema produjo un documento conclusivo²⁹ que observa desde una perspectiva realista la acción operativa de la nueva situación que vive la Iglesia en América Latina.³⁰

Bogotá '75 parte de una encuesta previa (Cfr. I.A.) que le permite introducir el tratamiento de su primer capítulo con una visión de la realidad. En ella los participantes señalan tendencias, logros, dificultades y esfuerzos. Se constata entre otras, la tendencia a utilizar los micromedios los cuales predispondrán para el uso de los maximedios (Cfr. I.A.1). Además se observa el escaso uso de las posibilidades que se le brindan a la Iglesia en radio, televisión y prensa (Cfr.

I.A.2); “se nota un gran vacío por lo que toca al cine y la teatro” (I.A.3); la tenencia de los medios propios se hace cada día más difícil (Cfr. I.A.4); es necesaria la capacitación e incorporación de laicos (Cfr. I.A.7) y se sugiere que el DECOS/CELAM analice los modos operativos para “formar una gran agencia noticiosa” (I.A.6).

Antes de perfilar las conclusiones, analiza los MCS a nivel mundial y continental llegando a constatar con profundo realismo la **ausencia eclesial** en los mismos, lo cual entorpece la acción evangelizadora de la Iglesia. Se concluye en este capítulo que “los medios pobres, los folletos, papeles sueltos mimeografiados, son los vehículos que quedan para la comunicación interna de la Iglesia” (I.C.). “Y no sin un dejo de angustia se pregunta: ‘¿Están entrando en el silencio las Iglesias de América Latina?’”³¹

En el segundo capítulo (Conclusiones) se enuncian principios doctrinales (1) y pastorales (2), además de los contenidos de la evangelización (3) y de una metodología pastoral de la comunicación en regímenes de manipulación (4). En la expresión de los principios doctrinales se refleja la influencia de DM-MCS y CP. Destacamos la interacción entre el **fenómeno de la comunicación** (con sus proyecciones sobre el hombre y su cultura) y **su puesto en la historia salvífica**; “los mass-media son un instrumento en el proceso de la comunicación salvadora de Dios” (II.1).

Observamos que esta sección del documento ubica a los **medios masivos como instrumentos aptos y apropiados para llevar adelante el proceso evangelizador** de la Iglesia en América Latina. Un proceso que acorde a la vocación de la Iglesia apunta no tanto a los medios en sí mismos, “sino a dar sentido a la comunicación humana e impregnarla de la comunicación divina” (Idem). Lo que caracteriza a la comunicación es el crecimiento comunitario, de este modo la Iglesia reflejando el ser de Dios, está llamada a **crear condiciones** que faciliten las relaciones humanas para impregnarlas de comunicación divina.

Siguiendo a DM-MCS, la comunicación parte de la realidad y por eso “denuncia la opresión y la injusticia porque rompe la comunicación” (Idem). La sección doctrinal renueva la solicitud por cuidar el lenguaje y la **nueva metodología más intuitiva y menos racional que ha generado la cultura audiovisual** (Cfr. Idem).

Luego de esta rica exposición doctrinal, que podemos considerar una **apretada síntesis de teología de la comunicación**, Bogotá ’75 al señalar los principios pastorales indica la necesidad de un **diagnóstico de la cultura** (Cfr. II.2.1). Una constatación de la realidad cultural lo más libre y desideologizada posible a fin de que el Evangelio no quede encerrado en marcos estrechos de tendencias o situaciones sociales, políticas y temporales (Cfr. II.2.2). Ya que “los MCS de la Iglesia no deben dirigirse a un grupo parcial de clientes para alimenta sus ideas hechas, sino a toda la Iglesia y a la sociedad para evangelizarlos” (II.2.3).

El documento propone a continuación los grandes contenidos de la evangelización que han de ser vehiculizados desde los MCS: la paz, la justicia en el mundo, la opción por los pobres, los derechos humanos, el diálogo y la comprensión de la gran familia humana, y el pluralismo en la Iglesia y en la sociedad (Cfr. II.3).

La última sección del capítulo parte de una pastoral de la comunicación en regímenes de manipulación. Ante esta realidad en los medios neutros se requiere “la presencia de comunicadores cristianos y formados en el sentido evangelizador (...) y la promoción de la opinión pública en la Iglesia y en la sociedad” (II.4.A). Los medios propios tienen que ser **espacios de auténtico diálogo con la cultura**, ya que la Iglesia no “concibe la comunicación como mera publicidad, sino como reflejo de su actividad y misión propia” (II.4.B). También se observa una autocrítica al lenguaje con que los obispos realizan las comunicaciones en su ministerio. Se hace un llamado al **ejercicio profético** que conlleva el ministerio episcopal (Cfr. II.4.C).

El documento se cierra con una lista de recomendaciones pastorales (Cfr. III). En general se repiten temas remanidos: formación de comunicadores cristianos; inclusión de la comunicación social en los programas de los seminarios y colegios católicos; mejor aprovechamiento de recursos propios y ajenos que se brindan a la acción evangelizadora; etcétera. A nivel de estructuras de comunicación se propone crear una agencia continental de noticias y redes de emisoras católicas; también organizar centros de producción y distribución de material y poner

en marcha la sección de comunicación social en el Instituto Pastoral de Medellín. Finalmente se recomienda el uso pedagógico de los micromedios, ya que crean ambiente de verdad y libertad evangélicas.

El documento a partir de la realidad aporta **renovado entusiasmo al fenómeno de la comunicación**. Por eso los redactores expresan que la vitalidad de la comunicación en la Iglesia no nace de grandes medios, “sino en la riqueza de la Buena Nueva que vehiculamos con medios pobres. La Iglesia siempre tendrá a su alcance la comunicación que brota del ímpetu incontenible de quien tiene una voz y un espíritu que transmitir” (II.4).

3.2. Audiovisuales y Evangelización. Informe latinoamericano

El texto que proponemos es fruto de la solicitud de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales y de la Organización Católica Internacional del Cine y Audiovisual (OCIC), convocantes de un Congreso Mundial para **analizar las mutuas relaciones entre los medios audiovisuales y la evangelización**. Si bien el tema elegido nominaba los audiovisuales, el objetivo latente del encuentro era abordar la cuestión de todos los Medios de Comunicación Grupal (dentro de los cuales se incluyen los montajes audiovisuales) en la tarea evangelizadora de la Iglesia.

El Congreso tuvo lugar en Múnich (Alemania) en octubre de 1977 desplegando una preparación esmerada. Se recomendó la realización de encuentros nacionales “para presentar un informe continental al congreso mundial, llevando las experiencias y conclusiones más llamativas en este campo”.³² De este modo surge el documento que abordaremos a continuación.

Los Medios Grupales de Comunicación no nacieron de pronto, “hay un proceso histórico de construcción gradual, hasta que se le da un nombre específico en 1974”³³ y se los ubica dentro del compromiso liberador que vive Latinoamérica. El Informe latinoamericano AV-EV se propone como “el primer intento de sistematizar las múltiples experiencias realizadas en este sector en casi todos los países del continente”.³⁴

Consideramos que las propuestas precedentes justifican el tratamiento del informe elaborado por el Comité Latinoamericano AV-EV.³⁵ El mismo es fruto del encuentro realizado en la ciudad de Lima (Perú) del 20 al 27 de julio de 1977, con la participación de comunicadores de varios países del continente. El informe estuvo precedido de una serie de encuentros nacionales, los cuales convocaron a productores, realizadores y agentes de pastoral que trabajaban en los Medios Grupales de Comunicación.

El documento se articula con una introducción (I), sigue la enumeración de realidades que dificultan o favorecen el trabajo pastoral (II), para pasar a definir lo que son los Medios Grupales de Comunicación (III) y caracterizarlos (IV). También se justifica desde diversas perspectivas y motivaciones el uso de la comunicación grupal (V), pasando luego a presentar estudios de experiencias en medios grupales diversificados. Antes de abordar las prioridades que surgen del encuentro (VII), se analiza con detenimiento la problemática que brota por el empleo de estos medios (VI).

Del informe consideramos importante destacar que la introducción descarta el término *audiovisuales* tildado de ambiguo para sustituirlo por el de *Medios de Comunicación Grupal* (Cfr. I.6 y nota 1). Estos medios se definen como “aquellos recursos y/o instrumentos que por su *naturaleza y modo de utilización* permiten la comunicación, expresión y creatividad de un grupo” (III). Sigue una detallada interpretación de lo que se entiende por medios, comunicación y grupo (Cfr. III.1-3). El grupo no es un fin en sí mismo, sino un **núcleo generador de cambio**, en la perspectiva de la evangelización (Cfr. III.1-2).

Seguidamente el informe desarrolla las características destacadas en el empleo de estos medios. Se resalta que parten “de una realidad, la examina y la transforma a la luz de la fe” (IV.4). En este proceso se acentúa además el **rol del animador, el grupo humano y el medio** (Cfr. IV. 1-2) y el medio “utilizado como *lenguaje del grupo y no como simple entretenimiento*” (IV.3). Continúa el documento con una concisa y clara justificación del uso de los Medios de

Comunicación Grupal desde motivaciones teológicas y pastorales, pedagógicas y socio-políticas (Cfr. V.1-3).

Pasa a detallar diversas experiencias evangelizadoras de estos medios en distintos niveles culturales, técnicos, organizativos, formativos y productivos (Cfr. VI.1-7). El espíritu del informe es “tal que da la impresión de que en América Latina no sólo se utiliza mucho el medio grupal, sino que ha sido aceptado como un recurso valioso por las fuerzas vivas de la Iglesia latinoamericana. La realidad es que **el medio grupal se ha ido abriendo paso poco a poco desde la base**”.³⁶ El largo proceso de maduración y afianzamiento de estos medios culminará en torno a la Conferencia de Puebla, cuando los obispos los recomienden de un modo expreso y manifiesto en la acción evangelizadora del continente.³⁷

El informe pasa revista a algunos de los problemas que surgen del empleo de los Medios de Comunicación Grupal, en relación con el personal capacitado para estos medios (Cfr. VI.1), también por carencias en materiales autóctonos e instrumentos sencillos para alcanzar a los grupos a los escasos recursos (Cfr. VI.2). Dificultades por la desintegración de una pastoral de coordinación que ubique a estos medios dentro de una pastoral de conjunto (Cfr. VI.3) y obstáculos de orden económico para trabajos de formación, producción, distribución e investigación y evaluación (Cfr. VI.4). Finaliza el informe con las prioridades que deben tomarse en cuenta en una planificación para el futuro, queriendo de este modo responder a las dificultades antes expuestas (Cfr. VII.1-6).

El AV-EV-AL es un documento sereno que **ayuda a superar la falsa polémica entre medios masivos y no masivos**. También es un toma de posición y de **opción por los sectores populares de la comunicación** y sus implicancias en y para la evangelización y el consecuente cambio social en América Latina.

En el Congreso Mundial AV-EV, el informe continental captó “más interés, discusión y análisis y el que fue más mencionado posteriormente, por introducir de una forma tan decidida un elemento nuevo y valioso dentro del mundo audiovisual, como es el **medio grupal**”.³⁸ Sin embargo el Informe latinoamericano tiene algunas limitaciones que podemos particularizar: “no se profundizó suficientemente en la metodología utilizada por los grupos; (...) no se mencionan las deficiencias técnicas de sus producciones grupales, que en ese sentido son inferiores a los Estados Unidos y Europa”.³⁹

3.3. Dos Encuentros Regionales en Buenos Aires y San José de Costa Rica

El DECOS/CELAM en el año 1977 preparó dos Encuentros Regionales que tenían como “objetivo fundamental realizar un análisis de la situación de la comunicación social en el continente y potenciar la labor de los organismos nacionales de comunicación social de las conferencias episcopales”⁴⁰ mediante una planificación pastoral regional y en cuanto posible nacional.

El Encuentro Regional Sur se realizó en Buenos Aires (Argentina) entre el 15 y el 20 de agosto de 1977, resultando del seminario un documento final⁴¹ aprobado en su redacción por los propios participantes antes de concluir la reunión. El Encuentro Regional Norte tuvo lugar en San José de Costa Rica entre el 11 y el 16 de setiembre de 1977, al terminar la reunión los participantes aprueban un documento final.⁴²

Ambos encuentros en sus preámbulos resaltan con las mismas palabras que se han reunido “para tratar en particular el tema de la comunicación social al servicio de la evangelización” (ERS’77 y ERN’77 Introducción). El ERS’77 apunta a “responder a la necesidad de la comunicación interna y externa que tiene la Iglesia para su misión evangelizadora” (2.1) y como tal se propone facilitar todos los recursos humanos y técnicos en orden a la evangelización (Cfr. 2.2). Este objetivo general es luego especificado y detallado a nivel de las Oficinas Nacionales de Comunicación (Cfr. 3) y las Continentales (Cfr. 4).

Finaliza el documento con una serie de recomendaciones (Cfr. 5). De estas últimas hacemos notar una efectuada al CELAM y a las Conferencias Episcopales relacionadas con el derecho que asiste a todo hombre en la participación de la opinión pública, al acceso de una información

fidedigna y a la libre expresión de los comunicadores sociales (Cfr. 5.4). También en el espíritu de ERS'77 se insiste que el DECOS/CELAM organice un sistema de información para la Iglesia continental (Cfr. 5; ERN'77, 5.1).

El ERN'77 constata que “la Iglesia en América Latina no ha logrado actuar eficientemente la comunicación social tanto al interior como al exterior de la misma por razón de una deficiente toma de conciencia del fenómeno”. (1). Esto se refleja de un modo contundente por una **deficiente o inexistente inserción de la comunicación social en la pastoral de conjunto** (Cfr. 1.1.1.), la problemática de la opinión pública (Cfr. 1.2); la carencia en la formación de comunicadores (Cfr. 1.3) y la falta de estrategias en el uso de los medios (Cfr. 1.4). ERN'77 acentúa que la comunicación social debe ser contenida por una pastoral de conjunto a fin de responder a las urgencias evangelizadoras de la Iglesia (Cfr. 2). El documento elaboró una serie de objetivos específicos que irán respondiendo a la organización de una pastoral de la comunicación social (Cfr. 3.1); a la libre expresión de opiniones (Cfr. 3.2); a la formación en comunicación (Cfr. 3.3) y al saneamiento de la publicidad comercial (Cfr. 4).

Los dos encuentros regionales se celebran en vistas a la Conferencia de Puebla. Los temas que abordan hacen más referencia a los **aspectos internos de la comunicación en la Iglesia en su labor evangelizadora**. Los documentos explicitan objetivos en orden a las **estructuras eclesísticas de comunicación** y a la organización que se requiere para cumplir la **tarea pastoral desde la comunicación social**.

3.4. Evangelización y Comunicación Social en América Latina

Con ocasión de la Conferencia de Puebla, los diversos departamentos del CELAM elaboraron documentos de sus respectivas áreas a fin de brindar a los obispos pistas y datos oportunos en orden a las deliberaciones de dicha conferencia. El DECOS/CELAM en julio de 1978 aprueba un documento⁴³ que lleva el título de este apartado. Si bien fue una elaboración del DECOS/CELAM, se contó con significativa colaboración de las Conferencias Episcopales y las Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación. El acento del documento “ha sido puesto sobre el fenómeno global de la comunicación social, más que sobre los medios técnicos que comprende este fenómeno. Se preocupa el documento del **impacto que la comunicación social tiene sobre la cultura** y de la creación en América Latina, de una nueva **cultura audiovisual**”.⁴⁴

En el marco de ser un aporte a la Conferencia de Puebla y siguiendo las consideraciones de Washington Uranga⁴⁵, el texto se estructura en cuatro pilares básicos que sirven de cimiento de la reflexión y que se interrelacionan para organizar el mismo. Su punto de partida es comprender la comunicación social como un **fenómeno social** que va ganando mayor envergadura en la sociedad contemporánea. Un fenómeno relacionado e integrado a lo económico, político y socio-cultural de una **nueva cultura que emerge como audiovisual**. No puede existir una pastoral que no enfrente el reto de la cultura audiovisual que respira y palpita en la sociedad universal y continental.

Un segundo pilar arranca de la misma experiencia pastoral en el área de la comunicación social de la Iglesia latinoamericana. Parte de la realidad del **continente marcado por la injusticia y la marginación** para indicar desde ella acciones pastorales encarnadas y acordes a las situaciones y destinatarios de la acción evangelizadora y comunicacional. El tercer elemento componente de EvCS'78 es la **convergencia de los documentos latinoamericanos en el área**, éstos junto con CP y EN, proponen como una **primera síntesis orgánica de la doctrina de la Iglesia continental en el campo de las comunicaciones**.⁴⁶ Finalmente el documento es una apremiante llamada a incorporar la pastoral de la comunicación social en una **pastoral orgánica y de conjunto**.

EvCS'78 consta de cuatro partes. La primera aborda la *situación* (Cfr. 1-58) de la comunicación social a nivel universal, continental y finalmente en relación con la Iglesia en América Latina. La segunda parte es una *reflexión teológico pastoral* (Cfr. 59-90), que propone iluminar las situaciones antes planteadas (Cfr. 59). La tercera parte son *propuestas pastorales*

(Cfr. 91-120) que sitúan algunos desafíos que emergen de la reflexión teológico-pastoral anterior y tratan de responder a las exigencias de la evangelización (Cfr. 91). La última parte es una *prospectiva* (Cfr. 121-125) que sitúa algunos desafíos futuros que deberá enfrentar la Iglesia latinoamericana en la evangelización y la comunicación social en la adveniente cultura audiovisual.

Como ya lo indicáramos, el documento parte de categorizar **el fenómeno global social y personalizante** de la comunicación creando así una nueva cultura (Cfr. 1-5; 13; 35;68-69;92-93). Un fenómeno **situado en la realidad social, política, económica y pastoral del continente**: la injusticia y el desequilibrio social generalizado (Cfr. 7;12;105-106); el fenómeno del urbanismo (Cfr. 8-11) y sus ofertas de tiempo libre llevados desde los MCS con lo cual se refuerza el aislamiento (Cfr. 20); el poder económico y político como obstáculo para una comunicación más horizontal y dialogal (Cfr. 21), con sus secuelas de manipulación y persecución ocultas (Cfr. 18), publicidad consumista y competitiva (Cfr. 19); manejo de la información (Cfr. 22-23;74-75) y al servicio de valores y sistemas culturales ajenos al continente (Cfr. 24-25;119); **la falta de políticas de comunicación** a nivel nacional y continental (Cfr. 26), de investigaciones que “determinen la incidencia y el aporte que la comunicación puede hacer a nuestro continente” (27).

A partir de la realidad del fenómeno global de la comunicación el documento se **plantea la acción de la Iglesia continental en este proceso**, allí aparece una evaluación de las actitudes pastorales que muchas veces no conciben con las históricas y que han sido superadas por la reflexión y el magisterio eclesial (Cfr. 29). Es una crítica encubierta a todo aquello que continúa viciando con preconceptos de otros tiempos a los MCS como instrumentos del error y del mal y ante lo cual la actitud eclesial fue de alertar sobre la peligrosidad de los contenidos y mensajes (Cfr. 30). Despejados estos preconceptos el documento anuncia que lo anteriormente reflexionado y en especial “cuando no se comprende suficientemente el fenómeno de la comunicación y sus características propias en cada medio” (37), ha perjudicado a la pastoral (Cfr. Idem) y ha llevado a **no comprender el lugar de la comunicación social dentro de la pastoral de conjunto** (Cfr. 38;88;97).

En EvCS’78 la pastoral de la comunicación social (Cfr. 71-73) tiene dos vertientes, por un lado “la acción de la Iglesia que tiende al anuncio eficaz del Evangelio mediante los MCS y segundo toda acción eclesial en orden al desarrollo de la comunicación” (71; Cfr. CP 126). De este modo se anuncia que los **MCS son inseparables de la evangelización**, con lo cual se va superando la dura polémica desatada desde el documento PCS; EvCS ’78 siguiendo la reflexión de EN 45 junto a Bogotá ’75, recuerda y exige la presencia activa y eficaz de la Iglesia en los MCS. También el documento indica que la Iglesia debe “recurrir a los métodos y los medios de comunicación grupal para llegar, simultáneamente, a una relación más personal y profunda con el perceptor” (72, Cfr. 43), a fin de recibir crítica y en conciencia grupal los contenidos de los MCS.

Así se logra superar la antigua polémica de priorizar un medio *masivo o grupal* sobre otro. El fruto de la mutua complementación y articulación tendrá que sustentarse en una **pastoral que sitúe los medios en correspondencia a las necesidades y requerimientos del perceptor** (Cfr. 105-106). La otra vertiente de la pastoral de la comunicación social es la creación de **cuanto favorece la comunicación** y con ello predisponer a actitudes de diálogo, participación y comunión, alentando así la evangelización de la cultura en la cual vive y se desarrolla el hombre y sus comunidades (Cfr. 65-69;114-115).

Las **actitudes pastorales** que se acentúan en EvCS’78 son un mayor cuidado por el **nuevo lenguaje** a fin de que sea comprendido sin dificultades por el perceptor (Cfr. 44;70;111), nuevo lenguaje que lleva en sí mismo símbolos y categorizaciones que deberían ser **asumidos de un modo particular en la liturgia** (Cfr. 47-49; 82;107) a fin de facilitar y “posibilitar a la comunidad cristiana una más plena celebración de su fe” (82). Especiales menciones se hacen de la liturgia en radio y televisión (Cfr. 50; 82-83). No queremos dejar de indicar la interrelación entre lenguaje y la religiosidad popular (Cfr. 108) y las Comunidades Eclesiales de Bases (Cfr. 109-110). En ambos se propone prestar servicios que ayuden a expresar las vivencias más profundas de la religiosidad o a favorecer las relaciones de convivencia.

Otras actitudes pastorales destacan **la presencia de comunicadores cristianos en los medios neutros de comunicación social** (Cfr. 39-42;84-87;94-96). En este punto, el documento recuerda el magisterio anterior y favorece que el servicio de los comunicadores (como agentes pastorales) podría elevarse “a la categoría de ministerio laical o asignarse como función al diácono” (85). Se propone una **revalorización de la misión evangelizadora y pastoral del comunicador social**; rol que debe ser resguardado y defendido por la misma Iglesia, “sobre todo con aquellos que son víctimas de la prepotencia del poder político, económico e ideológico” (112).

Analizadas las actitudes pastorales que se desprenden del fenómeno de la comunicación social, el documento considera algunos **elementos** sobre los que deben fundamentarse las actitudes pastorales antes indicadas. EvCS’78 es recurrente en el tratamiento de **las políticas de comunicación** (Cfr. 26-27;116-118) las cuales deben estar al servicio del “desarrollo integral y a la liberación de cada comunidad nacional o regional” (117). Se interrelacionan con la **promoción humana y la liberación** (Cfr. 66-67), recordando con ello mucho de lo realizado y analizado desde Medellín hasta el presente. Otro fundamento es la **libre expresión de opiniones** dentro de la misma Iglesia (Cfr. 55;76-79;104), lo cual debe permitir y favorecer el rol evangelizador del comunicador social y tendrá que ser estimulado para bien de toda la comunidad eclesial.

Otros puntos son, por un lado el de los **recursos económicos** que se hacen necesarios para sostener una pastoral de la comunicación social (Cfr. 55-56;89;120) y por otro **la formación** (Cfr. 51-54;98;103) de los agentes de pastoral con una **espiritualidad específica** (Cfr. 100), sin descuidar la educación de los perceptores.

El fenómeno de la comunicación social con sus actitudes y fundamentos, tienen como objetivo principal el **hacer presente a la Iglesia en el mundo de la comunicación para llevar a cabo su labor evangelizadora**; “dar a conocer a todo el hombre y a todos los hombres la globalidad y cada una de las partes del Mensaje salvífico que le ha sido revelado por Dios” (65). Este criterio se propone como el hilo conductor en una pastoral de la comunicación social. Esto es continuar el ejemplo de Dios (Cfr. 61-64) quien fue el primero en comunicarnos el don de su Hijo y envía a los seguidores de Jesús a continuar la misión salvífica y liberadora, de allí que **evangelizar es comunicar** (Cfr. 61).

Una comunicación que “ofrece posibilidades para canalizar el ansia de liberación del pueblo latinoamericano” (124), y constituye un acto de fe en la acción pastoral de la Iglesia que, al estar presente en esta área “contribuirá desde allí a la liberación del continente y a la construcción de su futuro, iluminando esta tarea con su visión evangélica de la historia” (125).

El propósito principal de EvCS’78 tal como lo hemos analizado es de **orden pastoral**, reflexionando desde el fenómeno de la comunicación y así revelar pautas de análisis y comportamiento en orden a la evangelización. Asumiendo las posibilidades y obstáculos que este fenómeno y sus medios brindan a la Iglesia latinoamericana.⁴⁷ El documento refleja **el sentir de la comunicación social y sus medios ante el desafío evangelizador** propuesto para la Conferencia de Puebla. Algunas partes de EvCS’78 serán retomadas explícita o implícitamente en el DP. Debemos destacar (entre otros) a Mons. Jorge Hourton (Obispo Auxiliar de Santiago de Chile) por su participación en la elaboración de este documento.

3.5. Documento de Consulta de la Conferencia de Puebla

En camino a la celebración de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano a efectuarse en 1978 en la ciudad de Puebla de los Angeles (México) bajo el tratamiento de *La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina*, el CELAM presenta en diciembre de 1977 el Documento de Consulta en preparación a dicha conferencia.⁴⁸ En nuestro estudio abordaremos el tratamiento particular y explícito al tema de la evangelización y la comunicación social, en el DCP 1041-1049. No pretendemos verlo en otras referencias o citas que reconocemos existentes a lo largo del documento.

El DCP ubica la comunicación social en la Tercera Parte que examina la acción pastoral de la Iglesia, en el capítulo de prioridades evangelizadoras. Podemos constatar que el DCP abarca el fenómeno de la **comunicación social como algo global** que toca a toda la persona y sus relaciones (personalización y socialización). No se restringe al tratamiento de los simples medios.

El tema que estudiamos tiene dos momentos, uno *situacional* (Cfr. 1041-1045) y otro *reflexivo* (Cfr. 1046-1049). El *situacional* aborda la comunicación social como una dimensión propia del hombre (personal y socialmente), que le permite la interrelación con otros hombres y con el mundo (Cfr. 1041). Esta dimensión constitutiva del hombre, se extiende y crece alcanzando nuevas modalidades en los “llamados generalmente ‘medios de comunicación social’ ” (1042). De la faceta humana y personal se pasa a la instrumental o de los recursos (Cfr. Idem). La dimensión personal y los recursos técnicos de la comunicación social al **propiciar las relaciones humanas facilitan las tareas evangelizadoras** de la Iglesia (Cfr. 1043-1044) y **crean grandes desafíos culturales** en la interrelación entre comunicación social y evangelización (Cfr. 1045).

El momento *reflexivo* aborda los retos culturales que afronta la evangelización para perfilar que la pastoral de la comunicación social esté articulada dentro de la **pastoral de conjunto**. Se alienta la presencia de la Iglesia en los medios masivos y el desarrollo de los Medios Grupales de Comunicación; desde un lenguaje adecuado que exprese la fuerza del Mensaje encarnado en la realidad del pueblo sencillo (Cfr. 1046). Para cumplir estas prerrogativas se insiste en el uso idóneo de los medios propios y el aprovechamiento que se brinda en los medios neutros, así como el debido acompañamiento a los profesionales de la comunicación social (Cfr. 1047). Se pone de relieve el derecho a la expresión independiente que facilite la libre circulación de información y el diálogo intereclesial y en el mundo secular (Cfr. 1048). Se cierra el documento con un llamado a la formación de perceptores y de agentes pastorales y a una presencia evangelizadora en la civilización del sonido y de la imagen (Cfr. 1049).

Consideramos que el documento vislumbra y contiene una apretada síntesis que se explicitará mucho más en el DP. El DCP **recoge el fenómeno de la comunicación social** (con sus ambivalencias) como un canal indispensable para la evangelización desde su aspecto personalizante y socializante. Destacamos que incorpora la comunicación social **en relación a los desafíos culturales que genera la evangelización**.

3.6. Documento de Trabajo de la Conferencia de Puebla

Avanzando en la preparación de la Conferencia de Puebla, en agosto de 1978 la presidencia del CELAM aprueba el Documento de Trabajo⁴⁹ para dicha conferencia. Como lo hiciéramos en el DCP, nos restringimos al estudio de la comunicación social y sus medios, donde el DTP aborda el tema de un modo explícito y particular. Sin dejar de conocer otras referencias o citas que existen a lo largo del documento.

En la *primera parte* del DTP hallamos una **situación de la comunicación social abordada como fenómeno sociocultural** que va penetrando en la vida personal y social del hombre latinoamericano (Cfr. 129-136). Este fenómeno es analizado desde *aspectos positivos* tales como la apertura al panorama mundial y las nuevas opciones que presenta al hombre del continente (Cfr. 130) y una cierta libertad de expresión en algunos países (Cfr. 131).

Los *aspectos negativos* son la publicidad que transmite valores culturales ajenos a Latinoamérica, generalmente favorecida desde centros de poder (Cfr. 129). Además, los severos controles en la información que responden a intereses políticos o ideológicos (Cfr. 131;134); la falta de adecuadas políticas de comunicación (Cfr. 134); el indebido uso de la libertad de información que prescinde de toda ética (Cfr. 132-133). Finalmente la ausencia en la mayoría de los países de libertad de expresión que “perjudica especialmente a los más pobres y marginados, que no encuentran canales aptos para expresar sus aspiraciones y necesidades” (131).

La presencia de la Iglesia en este campo es todavía insuficiente de acuerdo con las posibilidades que plantea la comunicación social para la evangelización. Se acentúan además el

trabajo que se viene realizando en el área educativa por medio de la radio y la televisión y las acciones pastorales que incorporan a los Medios de Comunicación Grupal (Cfr. 135). Ante el fenómeno sociocultural de la comunicación social el documento pide que la Iglesia tenga una **mayor visión de futuro en esta área pastoral**, a fin de brindar respuestas acertadas en los próximos años (Cfr. 136).

En la *tercera parte* del documento hallamos la *acción evangelizadora* que propone elementos de respuesta a los grandes problemas del continente. El DTP resalta la evangelización desde la Palabra de Dios como el signo por excelencia de comunicación (Cfr. 627). Para lograr una plena comunión se pide a los ministros de la Palabra que asuman “el sentido profundo de la comunicación y utilizar el lenguaje apropiado para cada comunidad y circunstancia” (632). A los catequistas también se les sugiere una renovación del lenguaje acorde a la cultura audiovisual moderna (Cfr. 637) y la utilización de los Medios de Comunicación Grupal (Cfr. 642).

Otras acciones evangelizadoras que involucran a la comunicación social son las celebraciones litúrgicas (Cfr. 633), la preparación en este campo de los futuros sacerdotes (Cfr. 694); una mayor comprensión y conocimiento del fenómeno sociocultural de la comunicación social en la jerarquía y agentes de pastoral, a fin de fomentar una presencia activa y creadora de la Iglesia en el área (Cfr. 728-729); apoyar una educación popular que fomente la expresión audiovisual de los valores y símbolos de la cultura latinoamericana (Cfr. 736); alentar en el interior de la Iglesia la expresión pública de opiniones (Cfr. 765); educar críticamente a los perceptores (Cfr. 792); favorecer la tarea de los educadores por medio de la radio, la televisión y los Medios Grupales de Comunicación (Cfr. 793); promover la libertad de expresión, con especial énfasis hacia los pobres y marginados (Cfr. 794); “la Iglesia debe también exigir de los comunicadores el cumplimiento de sus deberes de lealtad, objetividad y veracidad” (795); finalmente la comunicación social es un instrumento que debe favorecer la unidad de todos los pueblos y tiene que valerse de todos sus medios para la tarea evangelizadora a nivel masivo (Cfr. 796).

El DTP sigue las grandes líneas de la reflexión ya estudiadas al remarcar que la comunicación social es parte constitutiva del fenómeno socio-cultural del hombre en la nueva **civilización audiovisual**. Una cultura **que reclama mayor presencia de la Iglesia** para iluminar desde la Palabra de Dios los acontecimientos de la humanidad. Si el DCP mantenía una visión más homogénea de la categoría comunicación al hacer un tratamiento más explícito de la misma, el DTP la reflexiona desde un perfil heterogéneo al integrarla permanentemente en las diversas acciones evangelizadoras de la Iglesia. Esta última visión pareciera incluir la integralidad que se trasluce en el DCP, **pero sin acentuar la inclusión de la comunicación social dentro de una pastoral de conjunto y orgánica**. Esto puede reflejar (entre otras) una de las causas de la ausencia notoria de la Iglesia en este campo de la sociedad humana.

3.7. Conclusión

El período del post-Medellín y la preparación a Puebla es reiterativo en algunas ideas núcleos que van marcando la reflexión y la praxis pastoral en la Iglesia continental. Se mantiene e incrementa la categorización de la comunicación social como un **acontecimiento integrante e inseparable de la realidad global del mundo contemporáneo**. La comunicación está sustentada en un **profundo diálogo con la realidad**. Mutuamente están implicadas. Por un lado la sostiene “y le da vida a través de sus valores y sus contenidos culturales, pero a la vez es producto de una compleja trama económica-política y socio-cultural”.⁵⁰ Ninguna manifestación de comunicación es ajena a la realidad global, ni al fenómeno socio-cultural-comunicativo en su totalidad. Por lo mismo los diversos documentos de este período vuelven a recordar la importancia del perceptor como sujeto-destinatario y responsable de la comunicación y del adecuado lenguaje que debe asumir el medio para responder a la realidad histórico-social del mismo. La comunicación se entiende como un **proceso permanente y dinámico**, a través del cual el emisor y perceptor emprenden un **diálogo mutuo en un contexto determinado**.

Desde el punto de vista de una **pastoral de la comunicación** se entiende que ésta debe **crear condiciones para que las personas se relacionen** con su comunidad, con la historia, los acontecimientos; facilitándole las posibilidades para una mayor y mejor realización por medio de la común-únion con otros semejantes. Esta concepción pastoral de la comunicación social no puede sustentarse si no es dentro de una planificación de conjunto y orgánica de todos en la tarea evangelizadora, a fin de responder convenientemente a los desafíos de la cultura audiovisual.

A nivel de documentos esta concepción está clara, la praxis sigue otros caminos. Bien se comprende al medio como un puro instrumento que permite llegar a muchos, pero como meros recipientes de algo ya elaborado que se transmite, o bien se utiliza el medio como una herramienta metodológica-pedagógica al servicio de un fin preestablecido. Las praxis escuetamente delineadas indican la oposición con la teoría antes desarrollada.

Así recaemos en la reflexión de este período: **la escasa importancia de la comunicación social como vehiculación de todas las áreas de la pastoral** en los variados niveles de la realidad. La falta de conciencia clara del fenómeno global de la comunicación social la ha desplazado de una pastoral de conjunto y orgánica. Sin esta percepción será imposible abordar una evangelización que llegue al hombre y su realidad (cultura). El tema es reclamado con vehemencia en los documentos del período.

También en el área pastoral se promueve una renovada aptitud de los MCS como idóneos para la tarea evangelizadora de la Iglesia. En sí mismos son considerados como instrumentos que Dios pone al alcance del hombre para facilitar el acceso a las gentes con la Buena Nueva de Cristo. Al **rescatar la dimensión relacional** de la comunicación social y sus diversos medios, **el comunicar la Buena Nueva se convierte en evangelización y viceversa**. Evangelizar es comunicar, es crear lazos que permitan a los hombres relaciones libres y comunitarias. Estas son reflejo de la misma vida de Dios Trinidad. Si bien los MCS no agotan los medios de evangelización, son una parte importante en su desarrollo. Queda **superada una larga polémica** que se iniciara en el post-Medellín.⁵¹

Además a la luz de la reflexión aportada por el AV-EV-AL y EvCS'78 se propone que la pastoral de la comunicación social, dentro de una planificación orgánica incluya a los MCS y a los Medios de Comunicación Grupal. **Ambos medios no distanciados sino mutuamente imbricados en la misma tarea evangelizadora**. Las teorías y praxis desde la comunicación grupal que rescatan de un modo peculiar al grupo como emisor y receptor de su propia comunicación, deben ser incluidas, sostenidas y alentadas como una herramienta dentro de una pastoral de la comunicación. Su articulación en la planificación, junto con la comunicación interpersonal y masiva vislumbra frutos importantes en el futuro cercano.

Finalmente los documentos estudiados hacen una prospectiva. Ven que **la comunicación tiene un futuro** que si bien no es sencillo de definir, no por ello es menos cierto y real. La influencia del NOMIC y del NOEI están implícitas en los escritos. Se requieren renovados resortes que apunten al futuro con serenidad y valentía. Consideramos que el tema de las políticas de comunicación es uno de esos resortes. El período estudiado así lo enuncia, pero el tema será reflexionado en el post-Puebla.

4. LA CONFERENCIA DE PUEBLA. DOCUMENTO DE PUEBLA. TERCERA PARTE. CAPÍTULO III. PUNTO 5. COMUNICACIÓN SOCIAL

4.1. Ubicación de la comunicación social en Puebla

Tal como ocurriera en otros períodos, los eventos comunicacionales celebrados por la Iglesia latinoamericana reflexionados en el punto anterior convergen en la III Conferencia del Episcopado Latinoamericano efectuada del 27 de enero al 12 de febrero de 1979 en la ciudad de Puebla de los Angeles (México). Este encuentro episcopal latinoamericano elaboró el *Documento de Puebla* (DP) sobre el tema *La evangelización en el presente y en el futuro de América Latina*.⁵²

Después de la convocatoria lanzada en 1976 comienza con motivo de esta conferencia “la preparación y un etapa de consultas como nunca antes se habían hecho en la Iglesia latinoamericana”.⁵³ La preparación primordial para Puebla la constituyó la manifestación de las diversas diócesis del continente con sus parroquias, movimientos de toda índole espiritual y pastoral y las Comunidades Eclesiales de Bases todos colaborando con un amplio sentido eclesial. “Rara vez en la historia de la Iglesia universal se había realizado un **acto tan participado**.”⁵⁴

La Conferencia de Puebla fue un acontecimiento⁵⁵ eclesial, signado por la presencia de Juan Pablo II entregando en ella las primicias de su pontificado; en su Discurso Inaugural marcó “hondamente la estructura y espíritu del Documento de los obispos”.⁵⁶ Con la peregrinación apostólica del Papa a México se plantea para la Iglesia la pastoral de una presencia, a fin de entablar un diálogo con la cultura y el mundo moderno.⁵⁷ Otro signo de Puebla es la presencia de los obispos reunidos que concurrieron en la redacción de “un Documento que tiene una unidad pastoral, una convergencia pastoral”.⁵⁸

La edición oficial y definitiva del DP contiene diversos textos, cada uno de ellos pertenece de algún modo al mismo. Aparece en primer lugar la carta de aprobación remitida por Juan Pablo II a los obispos del continente (págs. 5-6) y tres discursos del Papa “que más directa e intencionalmente estaban en relación con la III Conferencia (...) ubicados no según un orden cronológico, sino al parecer, conforme a su grado de importancia o de referencia más directa a la Conferencia Episcopal”⁵⁹ (págs. 9;27 y 33). El texto episcopal de Puebla comprende además la Presentación (págs. 39-41) y el Mensaje a los pueblos de América Latina (págs. 43-53), que recoge las grandes directrices de la Conferencia.

Finalmente lo que se puede llamar el cuerpo del Documento, dividido en cinco partes. “El DP tiene la riqueza y los límites propios de aquello que se elabora en un tiempo muy corto (...) a la vez deja notar desconexiones entre los temas, articulaciones imperfectas, diversidad de estilos y modos de expresarse, apresuramiento en la redacción, repeticiones. (...) Pero el DP deja traslucir el mérito de una Iglesia, recogida de entre veinte países, cuyos obispos han podido conversar, discutir, expresar sus propias diferencias y tensiones, llevándolas a una **convergencia y unidad pastoral**”.⁶⁰

Antes de introducirnos en nuestro punto específico, haremos una breve visión de conjunto en el contenido del cuerpo del DP. *La Primera Parte: Visión pastoral de la realidad latinoamericana*, es un encuadre del **destinatario de la evangelización**; el hombre y la cultura del continente. Se parte de la realidad temporal, enfrentando la historia como un proceso, un movimiento, desde una óptica pastoral. Se analiza hacia dónde va la historia. *La Segunda Parte: Designio de Dios sobre la realidad de América Latina*; si el capítulo anterior aborda la evangelización desde la óptica histórica, ahora lo hace desde el punto de **vista doctrinal**. “Se trata de los principios y criterios que rigen toda evangelización y que han de regir por consiguiente la evangelización de América Latina”.⁶¹

Desde esta parte doctrinal que dice relación con la situación histórica del continente se iluminan las otras partes pastorales del DP. *En la Tercera Parte: la evangelización en la Iglesia de América Latina. Comunión y Participación*; corresponde el aterrizaje en la práctica de la evangelización en las **áreas claves de centros, agentes y medios**. *La Cuarta Parte: Iglesia misionera al servicio de la evangelización en América Latina*; expresa las **opciones concretas** de la Conferencia. Son muchas las opciones diseminadas en todo el DP. En esta parte se destacan cuatro, con un cierto valor desigual. *La Quinta Parte: Bajo el dinamismo del Espíritu: opciones pastorales*, presenta **el espíritu** que debe a enmarcar la evangelización del continente latinoamericano.

La lectura del DP no resulta fácil. A lo largo de los diversos capítulos se van sumando y repitiendo temas y reflexiones. “Como toda construcción literaria, Puebla tiene ideas maestras o principios rectores, que determinan la fisonomía del conjunto”.⁶² Brevemente trataremos de brindar una síntesis que nos ayude a **percibir la unidad de todo el documento**.

Consideramos que a partir de su tema específico y en cierto sentido único, la evangelización⁶³ aparecen como tres líneas de lectura latinoamericana del DP, “que no se excluyen mutuamente, sobre todo si no se las absolutiza o uniteraliza. Ellas son: 1. la que ve como hilo conductor, idea matriz y pensamiento clave del Documento al de *la comunión y participación*; 2. la que pone como su núcleo fundamental y principio de interpretación a *la opción preferencial por los pobres*; 3. la que encuentra en el tema de la evangelización de la cultura y, en general, en *la Segunda Parte del Documento*, su gozne articulador, aquello que constituye el ápice, la novedad y la fuerza de Puebla”.⁶⁴

La idea de *comunión y participación* aparece en el DP cerca de 60 veces y la palabra *participación* y sus derivados todavía más, quizás 100 veces.⁶⁵ Desde los DCP y DTP este binomio aparece como la línea teológico-pastoral de la Conferencia de Puebla. Penetra todo el conjunto, lo organiza y le concede unidad total. “Podemos recordar aquí que la intención de Puebla fue la de dar un fuerte impulso a una *evangelización liberadora, hacia la comunión y participación en la Iglesia y en el mundo*”.⁶⁶

La *opción preferencial por los pobres* aparece no sólo como un desafío humano y pastoral en un continente marcado por la injusticia y la opresión de los marginados sociales, económicos y políticos, sino también como “la otra o segunda cara del núcleo constituido por el binomio prioritario ‘comunión y participación’, en cuanto es visto en contraste con la realidad latinoamericana, que en gran medida está signado por la anti-comunión y anti-participación”.⁶⁷ Según la opinión de Scannone⁶⁸ estos dos núcleos generadores son los fundamentales del DP, pero para comprender más acabadamente su mutua correspondencia, se debe valorar acertadamente el papel estructurador que tiene la Segunda Parte del Documento.

La perspectiva centrada en la Segunda Parte del DP, la considera desde la *función mediadora* que esta sección juega en relación al movimiento global del documento.⁶⁹ Por lo tanto no se excluye lo dicho anteriormente sobre los núcleos. La Segunda Parte organiza a las demás, “porque ocupa como el corazón mediador entre la visión pastoral de la realidad latinoamericana (Primera Parte) y la respuesta pastoral hacia dentro y hacia afuera de la Iglesia (predominantemente la Tercera y Cuarta Parte)”.⁷⁰

Dentro de esta misma parte se pueden distinguir dos movimientos⁷¹ uno *ad intra* que estaría dado en el trípode doctrinal (Cristo, Iglesia y Hombre) y otro *ad ex tra* que sería la evangelización de la cultura que desemboca en las otras partes del documento. “Entonces la *clave de articulación* entre doctrina y pastoral, *punto neurálgico* dentro del clímax de Puebla, es la evangelización de la cultura, aporte decisivo de la *Evangelii Nuntiandi*”.⁷² No se trata de una acción o tarea más, **es la praxis global de la cual se despliegan las otras**. El tema de la cultura es central, “porque Puebla quiso —expresamente— convertirlo en la clave que articula y da su sentido más profundo al paso que va de los contenidos de la evangelización, a la reflexión sobre el proceso evangelizador concreto”.⁷³

A la luz de lo esbozado el DP “no es sólo un texto escrito (...) El texto leído fuera del acontecimiento, se empobrece. Puebla es un acontecimiento que desborda al texto”.⁷⁴ Como evento es una clara identidad y autoconciencia de la Iglesia latinoamericana. “Puebla es antes que nada la reafirmación serena y tranquila de la mayoría de edad de la Iglesia Latinoamericana”.⁷⁵

Como ya lo indicáramos Puebla a diferencia de Medellín elaboró un único documento. De la comunicación social se ocupa de un modo explícito en la Tercera Parte, en el Capítulo III (Medios para la Comunión y Participación), punto quinto. De este modo la comunicación social junto con los otros medios: la liturgia, oración personal y piedad popular, el testimonio, la catequesis y la educación, son considerados como los “medios principales de evangelización, con los cuales la Iglesia crea comunión e invita a los hombres al servicio de sus hermanos” (893).

El DP al elaborarse en forma unitaria impone una lectura lo más integral posible de cada una de las partes en relación a todo el documento y al eje conductor que enhebra todas las partes

entre sí. Aun cuando no siempre hagamos referencias explícitas a lo indicado no por ello dejamos de tenerlo presente.

El DP dedica 33 párrafos (1063-1095) que transcribiremos en los momentos de nuestro estudio pormenorizado, al tema que abordamos, pero también lo nombra en otros espacios a lo largo del documento (v.g. 59; 62; 128; 158; 367; 419; 573; 790; 892; 894; 900; 908; 949; 1014; 1018; 1172; 1197; 1235; 1241; 1264; Men 8, etcétera). Nos detendremos en la sección que aborda la comunicación social de un modo explícito, sin por eso ignorar cuando lo veamos conveniente las otras referencias a lo largo del documento. En los párrafos sobre comunicación social, Puebla referencia cuatro veces a CP y dos veces a EN.

El texto de la comunicación social se configura en dos partes: **análisis de la situación** (1065-1079) y **opciones pastorales** (1080-1095), con una **breve declaración inicial** (1063-1064).

4.2. Prólogo

La evangelización, anuncio del Reino, es comunicación: por tanto, la comunicación social debe ser tenida en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva.

La Comunicación como acto social vital nace con el hombre mismo y ha sido potenciada en la época moderna mediante poderosos recursos tecnológicos. Por consiguiente, la evangelización no puede prescindir, hoy en día, de los medios de comunicación (Cfr. EN 45; CP 1).

El proemio a modo de una declaración de principios expresa “la evangelización, anuncio del Reino, es comunicación...” (1063). El DP recoge la **preocupación por el tema de la comunicación en sí**. “De entrada este texto sitúa la comunicación social a su verdadero nivel, en el lugar que le corresponde en la vida y la actividad de la Iglesia”.⁷⁶ Este documento del magisterio episcopal latinoamericano **asume la comunicación social** (y no solamente los medios de comunicación social), como una categoría que **penetra y permea la actividad evangelizadora de la Iglesia**.

Desde Puebla la comunicación social pasa a ocupar un lugar considerable en la reflexión y la praxis evangelizadora de la comunidad eclesial. El cambio de óptica se produce al percibir que ella es un acto social vital que nace con el hombre mismo (Cfr. 1064). Mediante la comunicación social se entablan relaciones interpersonales e intergrupales que enriquecen a las personas integrándolas en una comunidad, estimulando a la personalización y la participación socializante.⁷⁷ Es comprensible que el concepto de comunicación social es más abarcativo y rico que hablar de medios de comunicación, aún cuando reconocemos con EN 45 que no podemos prescindir de ellos para las tareas evangelizadoras. Se trata de un nuevo concepto. **De un novedoso fenómeno cultural**.⁷⁸ El proemio abre las perspectivas sobre las cuales se reflexiona la situación y las opciones pastorales de la comunicación social en América Latina y la Iglesia.

4.3. Situación

Visión de la realidad en América Latina

La comunicación social surge como una dimensión amplia y profunda de las relaciones humanas, mediante la cual el hombre, individual y colectivamente, al paso que se

interrelaciona en el mundo, se expone al influjo de la civilización audio-visual y a la contaminación de la “polución vibrante” (Cfr. CP 8).

Por la diversidad de medios existentes (radio, televisión, cine, prensa, teatro, etc.), que actúan en forma simultánea y masiva, la comunicación social incide en toda la vida del hombre y ejerce sobre él de manera consciente o subliminal, una influencia decisiva (Cfr. CP 6).

La comunicación social se encuentra condicionada por la realidad socio-cultural de nuestros países y a su vez ella constituye uno de los factores determinantes que sostiene dicha realidad.

Reconocemos que los Medios de Comunicación Social son factores de comunión y contribuyen a la integración latinoamericana, así como a la expansión y democratización de la cultura; contribuyen, también al esparcimiento de las gentes que viven especialmente fuera de los centros urbanos; aumentan las capacidades perceptivas por el estímulo visual-auditivo, de penetración sensorial.

No obstante los aspectos positivos señalados, debemos denunciar el control de estos Medios de Comunicación Social y la manipulación ideológica que ejercen los poderes políticos y económicos que se empeñan en mantener el “statu quo” y aun en crear un orden nuevo de dependencia-dominación o, al contrario, en subvertir este orden para crear otro de signo opuesto. La explotación de las pasiones, los sentimientos, la violencia y el sexo, con fines consumistas, constituyen una flagrante violación de los derechos individuales. Igual violación se presenta con la indiscriminación de los mensajes, repetitivos o subliminales, con poco respeto a la persona y principalmente a la familia.

Los periodistas no siempre se muestran objetivos y honestos en la transmisión de noticias, de manera que son ellos mismos los que a veces manipulan la información, callando, alterando o inventando el contenido de la misma, con gran desorientación para la opinión pública.

El monopolio de la información, tanto de parte de los gobiernos como de parte de intereses privados, permite el uso arbitrario de los medios de información y da lugar a la manipulación de mensajes de acuerdo con intereses sectoriales. Es particularmente grave el manejo de la información que sobre nuestros países o con destino a los mismos, hacen empresas e intereses transnacionales.

La programación, en gran parte extranjera, produce transculturación no participativa e incluso destructora de valores autóctonos; el sistema publicitario tal como se presenta y el uso abusivo del deporte, en cuanto elemento de evasión, los hace factores de alienación; su impacto masivo y compulsivo puede llevar al aislamiento y hasta la desintegración de la comunidad familiar.

Los Medios de Comunicación Social se han convertido muchas veces en vehículo de propaganda del materialismo reinante pragmático y consumista y crean en nuestro pueblo falsas expectativas, necesidades ficticias, graves frustraciones y un afán competitivo malsano.

Visión de la realidad en la Iglesia de América Latina

Existe en la Iglesia de América Latina una cierta percepción de la importancia de la comunicación social, pero no como hecho global, que afecta todas las relaciones humanas y a la misma pastoral y del lenguaje específico de los medios.

La Iglesia ha sido explícita en la doctrina referente a los Medios de Comunicación Social publicando numerosos documentos sobre la materia, aunque se ha tardado en llevar a la práctica estas enseñanzas.

Hay insuficiente aprovechamiento de las ocasiones de comunicación que se dan a la Iglesia en los medios ajenos y utilización incompleta de sus propios medios o de los influenciados por ella; además, los medios propios no están integrados entre sí ni en la pastoral de conjunto.

Salvo contadas excepciones, no existe todavía en la Iglesia de América latina una verdadera preocupación para formar al pueblo de Dios en la comunicación social; capacitarlo para tener una actitud crítica ante el bombardeo de los “Mass Media” y para contrarrestar el impacto de sus mensajes alienantes, ideológicos, culturales y publicitarios. Situación que se agrava por el poco uso que se hace de los cursos organizados en este área, escaso presupuesto asignado a los Medios de Comunicación Social en función evangelizadora y descuido de la atención que se debe a propietarios y técnicos de dichos Medios.

Es preciso mencionar aquí como fenómeno altamente positivo, el rápido desarrollo de los Medios de Comunicación Grupal (MCG) y de los pequeños medios con una producción siempre creciente de material para la evangelización y con un empleo cada día mayor de este medio por los agentes de pastoral, propiciando, así, un acertado crecimiento de la capacidad de diálogo y de contacto.

La Iglesia de América Latina ha hecho en los últimos años muchos esfuerzos en favor de una mayor comunicación en su interior. Sin embargo, en muchos casos, lo realizado hasta ahora no responde plenamente a las exigencias del momento. El flujo de experiencias y opiniones legítimas, como expresión pública de pareceres en el interior de la Iglesia se reduce a manifestaciones esporádicas y por tanto insuficientes, que tienen poca influencia en la totalidad de la comunidad eclesial.

El documento trata primero una visión de la realidad en el continente (Cfr. 1065-1073) y luego una visión de la realidad en la Iglesia latinoamericana (Cfr. 1074-1079).

En la *primera visión* dedicada a lo secular y continental aparecen como tres momentos. En el primero los textos hacen referencia a la dimensión relacional de la comunicación social que por diversos medios influye en las personas y la sociedad, influjo que crea y a la vez condiciona la realidad socio-cultural del continente (Cfr. 1065-1067). Un segundo momento reconoce los aspectos positivos de los medios de comunicación social en cuanto que son factores de comunión y contribuyen a la integración latinoamericana (Cfr. 1068). Finalmente se denuncian los aspectos negativos por el uso indebido de los MCS por los poderes políticos, económicos e ideológicos que maniobran detrás de ellos (Cfr. 1069-1074).

La primera visión (que retoma particularmente a CP 6-8) expone la comunicación social como una dimensión que facilita y promueve las relaciones humanas, con lo cual va interrelacionando a los hombres entre sí y a éstos con el mundo. El DP vuelve a insistir en que la comunicación social es una **categoría creadora de cultura/s** (Cfr. 1068-1073) que van creando los diversos “medios existentes (radio, televisión, cine, prensa, teatro, etc.), que actúan en forma simultánea y masiva” (1066) exponiendo a los hombres y a la cultura “al influjo de la civilización audiovisual y la contaminación de la ‘polución vibrante’ (Cfr. CP 8)” (1065).

Puebla al comprender la cultura como realidad histórica y social (Cfr. 392 y GS 53c) entiende que la comunicación social también está imbuida de las mutaciones y cambios que conlleva todo proceso cultural. Por lo tanto la comunicación social a la vez que se encuentra condicionada, también es un factor determinante de la realidad socio-cultural del continente (Cfr. 1067). Al concebirse “como un hecho cultural interesa sobre manera a la evangelización que debe tener en cuenta las diversas culturas y respetar los valores propios de cada cultura salvándolos, purificándolos y coronándolos con los valores del Evangelio”.⁷⁹

La *segunda visión* de la situación dirige una mirada al interior de la Iglesia continental en su realidad comunicacional. A partir de una constatación empírica de alguna manera deficiente frente a la doctrina desarrollada anteriormente (Cfr. 1063-1067), los obispos reconocen que el **rol práctico y pastoral** de la comunicación social en la Iglesia latinoamericana **es débil**. El

documento habla de una “cierta percepción de la importancia de la comunicación social” (1074), pero el hecho cultural como realidad englobante no “afecta todas las relaciones humanas y a la misma pastoral y del lenguaje específico de los medios” (Idem).

A partir de esta constatación el documento (Cfr. 1075-1079) describe que hay pocos progresos en temas ya explicitados en otros anteriores. En un análisis un tanto crítico el DP denuncia una serie de deficiencias que todavía no están suficientemente asumidas en la praxis pastoral de la Iglesia. En estos números se destaca uno dedicado a **rescatar el progreso que tienen los Medios de Comunicación Grupal** como protagonistas de un acelerado crecimiento en la evangelización, la catequesis y la educación (Cfr. 1078).

Al concebir que la comunicación social es un hecho total, un acto social vital, un fenómeno que influye decididamente en la realidad socio-cultural afectando las relaciones humanas y como una manifestación de las diversas dimensiones de la vida humana, el DP **examina y evalúa los efectos de la comunicación** en la vida y en la acción pastoral de la Iglesia. Así Puebla **determina los criterios y las opciones pastorales** que la situación requiere.

4.4. Opciones

Criterios

- a) Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto.
- b) Dentro de las tareas para realizar en este campo, dar prioridad a la formación en la comunicación social, tanto del público en general como de los agentes de pastoral a todos los niveles.
- c) Respetar y favorecer la libertad de expresión y la correlativa de información, presupuestos esenciales de la comunicación social y de su función en la sociedad, dentro de la ética profesional, conforme a la exhortación “Communio et Progressio”.

Propuestas Pastorales

A la luz de la problemática latinoamericana y teniendo en cuenta el fenómeno de la Comunicación Social y sus implicaciones en la evangelización, cabe formular las siguientes propuestas pastorales.

- a) Urge que la Jerarquía y los agentes pastorales en general conozcamos, comprendamos y experimentemos más profundamente el fenómeno de la comunicación social, a fin de que se adapten las respuestas pastorales a esta nueva realidad e integremos la comunicación en la Pastoral de Conjunto.
- b) Para ser efectiva la articulación de la Pastoral de la Comunicación con la Pastoral Orgánica, es necesario crear donde no existe y potenciar donde lo hay, un Departamento u organismo específico (Nacional y Diocesano) para la comunicación social e incorporarlo en las actividades de todas las áreas pastorales.
- c) La tarea de formación en el campo de la comunicación social es una acción prioritaria. Por tanto, urge formar en este campo a todos los agentes de la evangelización:

Para los aspirantes al sacerdocio y a la vida religiosa es necesario que esta formación se integre en los planes de estudio y de formación pastoral.

Para los sacerdotes, religiosos, religiosas, agentes de pastoral y para los mismos responsables de los organismos nacionales y diocesanos de Pastoral de Comunicación Social, es necesario programar sistemas de formación permanente.

Especial atención merecen los profesionales de la comunicación y la formación más adecuada de los que cubren la información religiosa.

- d) Cada Iglesia particular dentro de las normas litúrgicas, disponga la forma más adecuada para introducir en la liturgia, que es en sí misma comunicación, los recursos de sonido e imagen, los símbolos y formas de expresión más aptos para representar la relación con Dios, de forma que se facilite una mayor y más adecuada participación en los actos litúrgicos.

Recomiéndase un esmerado manejo del sonido en los lugares del culto.

- e) Educar al público receptor para que tenga una actitud crítica ante el impacto de los mensajes ideológicos, culturales y publicitarios que nos bombardean continuamente con el fin de contrarrestar los efectos negativos de la manipulación y de la masificación.

Se recomienda a los organismos eclesiales que operan a escala continental (UNDA, OCIC, UCLAP) dedicar una especial atención a la formación del público receptor así como de las personas antes mencionadas.

- f) Sin descuidar la necesaria y urgente presencia de los medios masivos, urge intensificar el uso de los Medios de Comunicación Grupal (MCG) que, además de ser menos costosos y de más fácil manejo, ofrecen la posibilidad del diálogo y son más aptos para una evangelización de persona a persona que suscite adhesión y compromiso verdaderamente personales (Cfr. EN 45, 46).

- g) La Iglesia, para una mayor eficacia en la transmisión del Mensaje, debe utilizar un lenguaje actualizado, concreto, directo, claro y a la vez cuidadoso. Este lenguaje debe ser cercano a la realidad que afronte el pueblo, a su mentalidad y a su religiosidad de modo que pueda ser fácilmente captado para lo cual es necesario tener en cuenta los sistemas y recursos del lenguaje audio-visual propio del hombre de hoy.

- h) La Iglesia, a fin de iluminar por el Evangelio el acontecer cotidiano y acompañar al hombre latinoamericano sobre la base del conocimiento de su quehacer diario y de los acontecimientos que influyen sobre él, debe preocuparse por tener canales propios de información y de noticias que aseguren la intercomunicación y el diálogo con el mundo. Esto es tanto más urgente cuanto que la experiencia muestra las continuas distorsiones del pensamiento y de los hechos de Iglesia, por parte de las agencias.

La presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación social exige importantes recursos económicos que deben ser provistos por la comunidad cristiana.

- i) Conocida la situación de pobreza, marginalidad e injusticia en que están sumidas grandes masas latinoamericanas y de violación de los derechos humanos, la Iglesia, en el uso de sus Medios propios, debe ser cada día más la voz de los desposeídos, aún, con el riesgo que ello implica.
- j) Las limitaciones que hemos tenido en el continente nos fuerzan a ratificar el derecho social a la información con sus correlativas obligaciones dentro de los marcos éticos que impone el respeto a la privacidad de las personas y a la verdad. Estos principios tienen todavía mayor validez al interior de la Iglesia.

La segunda sección del capítulo destaca algunos *criterios pastorales* (Cfr. 1080-1082) y presenta a continuación *las propuestas de acción* (Cfr. 1083-1095) que se desprenden de la realidad latinoamericana y sus implicancias para la evangelización. Consideramos que a partir de los criterios se articulan las propuestas pastorales y de este modo lo analizaremos.

4.4.1. Pastoral de conjunto

El primer criterio “Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto” (1080, Cfr. 1306-1307), de alguna manera enlaza lo que sigue y descuello como una tarea englobante y totalizante del tema en cuestión. No basta que la comunicación social tenga algún espacio en la acción pastoral, ella deberá estar presente en todo el ámbito de la misma. De acuerdo con lo reflexionado (Cfr. 1063-1067) la comunicación es una categoría evangelizadora que **conduce y fortalece la comunión y participación, comprometiendo a toda la acción pastoral** (Cfr. 1074). La comunicación se convierte así en una perspectiva que penetra el conjunto de la praxis pastoral. Es una dimensión constitutiva que **afecta toda la acción evangelizadora** (profética, litúrgica, caritativa y comunitaria) de la Iglesia. La comunicación se introduce en la organización de la evangelización (pastoral de conjunto, orgánica o planificada⁸⁰) para adecuar los signos y símbolos y las palabras propicias a las diversas culturas y comunidades humanas para que la Iglesia participe a los hombres del mensaje salvador de Jesús y del Reino que vino a proclamar.

Habitualmente la reflexión de la Iglesia se había ocupado de los medios o instrumentos de comunicación social, Puebla al privilegiar el acto vital de la comunicación social en cuanto medio de evangelización propone una revisión y renovación de la acción pastoral de la Iglesia en tanto que ella misma es **creadora de comunión** (o comunicación). Junto a los medios de comunicación social, la comunidad eclesial como organización visible (pastoral de conjunto) ha de ser un ambiente que signado por las enseñanzas de Jesús, fomente la interrelación de sus miembros, en libre opinión, diálogo, comprensión, solidaridad y **promoviendo al máximo la participación y responsabilidad**.⁸¹

De este criterio integrador consideramos que se derivan las siguientes propuestas pastorales. El énfasis de empalmar la comunicación social en la pastoral de conjunto, trasciende lo meramente organizativo, por eso antes que nada ella es un **fenómeno que debe ser conocido, comprendido y experimentado** por la misma jerarquía y los agentes de pastoral para que la **integren en la pastoral de conjunto** (Cfr. 1083). De esta primera experiencia más empírica el documento pasa a “una efectiva articulación de la pastoral de comunicación con la Pastoral de Conjunto exigiendo un organismo específico y este organismo hay que ‘incorporarlo en las actividades de todas las áreas pastorales’ (N 1084)”.⁸²

Si las organizaciones internacionales, nacionales y diocesanas que planifican las actividades pastorales saben llevar adelante las propuestas de Puebla en comunicación social y pastoral de conjunto, se ayudará a que la Iglesia continental pase de una *cierta percepción* sobre el fenómeno de la comunicación, a la comprensión de ésta como *hecho global* (Cfr. 1074). Una pastoral orgánica nacida desde esta perspectiva será un paso hacia adelante en una más pródiga evangelización del continente.

Ubicada la comunicación social dentro de la pastoral de conjunto, observamos que el DP ilumina algunos tópicos que responden a la situación latinoamericana con sus implicancias en la evangelización. Así **destacamos el lenguaje** que constituye una forma y perspectiva totalizante de los valores y desvalores culturales del hombre y de los pueblos (Cfr. 387)⁸³ y siendo uno de los medios transmisores de la cultura en cuanto realidad histórica y social (Cfr. 392)⁸⁴, debe ser actualizado, concreto, directo, claro y a la vez cuidadoso, cercano a la realidad, la mentalidad y la religiosidad del hombre y los pueblos, tomando a mano los recursos (*medios*) que brinda la misma civilización audiovisual (Cfr. 1091) y su polución vibrante (Cfr. 1065). Se solicita lenguajes y recursos que sean similares y cercanos a los que están acostumbrados a recibir y percibir a diario los hombres y pueblos por los mismos MCS, a fin de **hacer accesible y eficaz el mensaje del Evangelio**.

Un procedimiento en la obtención de un lenguaje adecuado, lo brindan los medios de comunicación grupal que **facilitan el diálogo y las relaciones interpersonales más comprometidas** (Cfr. 1090). Anteriormente se había mencionado su rápido desarrollo (Cfr. 1078) en la praxis pastoral del continente. Frente a los medios masivos que están necesariamente vinculados a tecnologías altamente desarrolladas (exigidos por los mismos

medios) y generalmente ligados a manipulaciones ideológicas ejercidas desde los poderes políticos y económicos (Cfr. 1069-1073), Puebla reivindica el uso popular de técnicas grupales que son menos costosas y de fácil manejo (Cfr. 1090; 1235).

El DP es el primer documento oficial de la Iglesia latinoamericana que **pondera de modo decidido el trabajo evangelizador desde los pequeños medios**. Defender la utilización de los medios de comunicación grupal implica proponer un modo de **comunicación más popular y alternativa**.

La preponderancia del documento por los medios grupales, deja un tanto en la **sombra a los masivos**. La Iglesia no puede descuidar la necesaria y urgente presencia en los mismos (Cfr. 1090), pero luego de haber descripto las diversas falencias de los mismos (Cfr. 1069-1073), reconociendo algunas de sus ventajas (Cfr. 1068) y de haber observado que la Iglesia no los aprovecha debidamente (Cfr. 1076), en verdad los MCS son nombrados dentro de las propuestas pastorales **sin el suficiente énfasis que merecen** (Cfr. 1090). Los medios masivos no son simples canales, marcan directrices y conductas por medio de su mensaje, influyen decididamente en la cultura del hombre. Si bien Puebla privilegia a los medios grupales, esto no parece ser la única propuesta.

En efecto su empleo en los años en torno a Puebla tuvo un gran desarrollo pero su uso “no suple la ausencia de los macro-medios cuya presencia continua, masiva y globalizante ejerce un influjo poderoso en un aspecto que no pueden cubrir los medios grupales. Es la formación del hombre al ritmo histórico que lo enfrenta al acontecer sucesivo. La interpretación cristiana del continuo sucesivo es un aspecto fundamental de la evangelización del ‘hombre en comunicación’”.⁸⁵

Otra de las grandes áreas de la pastoral la constituye **la liturgia** “que es en sí misma comunicación” (1086). Ella **no puede sustraerse de la nueva civilización audiovisual** (Cfr. 1065) y desde el lenguaje específico de los medios (Cfr. 1074) tendrá que disponer de la forma más adecuada para incluir “los recursos de sonido e imagen, los símbolos y las formas de expresión más aptos para representar la relación con Dios” (1086). No se trata únicamente de las transmisiones por radio o televisión de celebraciones litúrgicas (Cfr. 900; 949); es la **valorización de la liturgia como lenguaje y comunicación** que expresa la relación de la comunidad eclesial por medio de Cristo al Padre en el Espíritu Santo que santifica a la Iglesia. Los signos, tan importantes en toda acción litúrgica deberán estar en consonancia con la nueva civilización audiovisual, propia del hombre contemporáneo, a fin de que captándolos “se facilite una mayor y más adecuada participación en los actos litúrgicos” (1086). También el documento recomienda “un esmerado manejo del sonido en los lugares destinados para el culto” (1087).

4.4.2. Formación para la comunicación social

El segundo criterio que presenta el DP se refiere a la formación. “Dentro de las tareas para realizar en este campo, dar prioridad a la formación en la comunicación social, tanto del público en general como de los agentes de pastoral a todos los niveles” (1081).

El documento opta por algo **fundamental y previo a toda acción pastoral**, la formación de los agentes evangelizadores. El tema no es nuevo, ha sido presentado y analizado en varios documentos previos (Cfr. 1075). “Nueva es la motivación que ha impulsado a los redactores a urgirla como *acción prioritaria* para poder realizar en este sector una labor pastoral eficiente”.⁸⁶ Se formula este criterio a la luz de la situación (Cfr. 1077) y de la importancia que el fenómeno comunicacional reviste en el hombre de hoy, penetrando cada día más en todos los ámbitos de la actividad humana y por ende en la cultura (1065-1067).

La acción formativa tiene por destinatarios el público en general (Cfr. 1088-1089) y a los agentes de pastoral en todos los niveles (Cfr. 1085). Pasamos así al análisis de las propuestas pastorales que consideramos desprenderse de este criterio. En cuanto a los agentes de pastoral

en un *primer nivel* se propone que la formación responda a las **nuevas realidades que genera la civilización audiovisual** (Cfr. 1083), se integre dentro de los planes de estudio y de formación pastoral de los aspirantes al sacerdocio y a la vida religiosa (Cfr. 1085). Hoy las iniciativas aisladas o los cursos esporádicos no responden de un modo pleno a las necesidades de una formación sistemática y ordenada en el tema, por eso se auspicia que se incluya la comunicación social como tema teórico (curricular) y práctico-pastoral de seminaristas y candidatos/as a la vida religiosa.

En un *segundo nivel* (consecuente con el anterior) urge a la **formación permanente** acorde a los cambios y a la evolución que vive la comunicación contemporánea, para los sacerdotes, religiosos/as, agentes de pastoral y responsables de organismos de pastoral de comunicación social (Cfr. 1085). Consideramos que esta formación debe responder a las **necesidades que emanan de la misma praxis pastoral**. Los cursos de *aggiornamento* en áreas como catequesis, liturgia, pastoral urbana, pastoral rural, etcétera, deberían merecer la presencia de la comunicación social y sus implicancias.

En un *tercer nivel* se destacan los profesionales de la comunicación y los que cubren la información religiosa (Cfr. Idem). El documento señala una especial atención para los primeros y una formación más adecuada para los segundos (Cfr. Idem). Superando una visión utilitarista de los MCS, el DP propone atender adecuadamente a los profesionales (directivos, productos, creadores, auxiliares, actores, periodistas, etc.), ya que forman parte del Pueblo de Dios no solamente **como destinatarios sino como agentes de la evangelización**.

En cuanto a la formación del público receptor (Cfr. 1088-1089) se propicia una **educación en el sentido crítico** ante el impacto de los mensajes ideológicos, culturales y publicitarios (Cfr. 1069-1073), manipuladores y masificantes (Cfr. 1088). Se privilegia al receptor como punto de partida para los procesos de educación del sentido crítico. Al **poner el acento en el sujeto** no se parte de principios pre-establecidos para juzgar a los medios, sino del modo como los diversos grupos humanos y culturales elaboran los productos que emanan de los grandes medios. Se propone una educación inductiva. La actitud crítica refiere a que el **receptor adquiera protagonismo y participación**. Es una acción que se diferencia de la simple actitud pasiva y consumista por analizar, discernir, evaluar, juzgar y distinguir con libertad y responsabilidad en lo personal y en la corresponsabilidad social, frente a los antivalores evangélicos que transmiten los MCS (Cfr. 1088; 62; 128; 419; 573; 790; 908; 1014; 1172; 1197).

La formación y el desarrollo del sentido crítico “busca una intervención activa a fin de que la comunicación social no sólo no deteriore o degrade sino que promueva el desarrollo integral de las personas y sus comunidades”.⁸⁷ El documento “recomienda a los organismos eclesiales que operan a escala continental (UNDA, OCIC, UCLAP) dedicar una especial atención a la formación del público receptor así como a las personas antes mencionadas” (1089). Los obispos invitan a que las Organizaciones Católicas de Comunicación Continental **asuman el rol de agentes facilitadores para la capacitación y formación en comunicación**. Históricamente éstas han desarrollado un rol protagónico en este campo.⁸⁸

4.4.3. Libertad de expresión y de información

El tercer (y último) de los criterios pastorales del DP hace referencia a respetar y favorecer por una parte la libertad de expresión (Cfr. 1079; 1076; 1092-1093) y por otra la libertad de información (Cfr. 1069-1071; 1094-1095). Este **binomio es considerado como presupuesto esencial** para la comunicación social “y de su función en la sociedad dentro de la ética profesional” (1082). A nuestro entender el criterio enunciado está sustentado desde la reflexión de CP 24-47; 115-125. La libertad de expresión y de información son bases indispensables para la creación de la opinión pública y en general la comunicación libre y pública en la sociedad humana.

Ambas libertades son como las dos caras de una misma moneda, ya que incluyen en su objeto las informaciones, las ideas, pensamientos y las opiniones. “La diferencia existe; pero no en razón del objeto, sino del medio. La libertad de expresión se vehicula a través de un medio determinado, la palabra, el libro, el disco, la película, ... La libertad de información lo hace a través de otro medio singular, estructuralmente diferenciado, el medio informativo (prensa, radio o televisión), definido como ‘aquel soporte que vehicula mensajes para su difusión con las características de perioricidad, accesibilidad, continuidad y aptitud difusora’”.⁸⁹ Una nota más que distingue a la libertad de información de la otra es el interés público, “refiérese a asuntos y sujetos públicos, de interés general”.⁹⁰ Estas dos libertades son **bases y fuentes de la comunicación social y favorecen el desarrollo y robustecen la opinión pública.**

Para el fomento de la opinión pública “es necesario que haya un juicio, que haya una reflexión; y para que éstos se den, es necesario que exista una información suficiente y lo más objetiva para que el receptor pueda pronunciar su creencia en orden a los datos escuetos y no condicionantes de su propia animidad”.⁹¹ En apretada síntesis, la opinión pública requiere de una reflexión que conlleve al juicio crítico, que haya evidencia de un acontecimiento y que no registre necesariamente una homogeneidad en todos los sectores de la sociedad.⁹²

Las libertades de información y expresión, presupuestos de la opinión pública, **exigen una perspectiva ética** (Cfr. 1082) como sustrato indispensable de un análisis y praxis a la luz de la fe cristiana. Los problemas éticos y morales de la comunicación se incluyen dentro de los conflictos sociales, económicos, políticos y culturales de los hombres y su/s cultura/s. La comunicación social como hecho global y vital de la humanidad debe afrontar desde la ética de la comunicación todo aquello que fundamente la acción-reflexión que propugne la convivencia y el desarrollo integral de las personas y la sociedad (bien común).⁹³

Observamos que de este criterio se desprenden algunas propuestas pastorales. Una de ellas se enmarca en un continente signado por las manipulaciones que limitan la comunicación social, por tanto se **ratifica el derecho social a la información** dentro de las pertinentes normas éticas (Cfr. 1095). Ante las diversas y graves limitaciones al derecho indicado “la Iglesia considera como un deber proclamarlo, hacerlo conocer, apoyarlo”.⁹⁴ Es un servicio que la Iglesia se compromete brindar a los hombres y la sociedad, ya que el derecho ratificado es una **condición relevante para construir la vida democrática.**

También se inscribe una **esmerada atención de los profesionales de la comunicación social y la formación de aquellos que cubren la información religiosa** (Cfr. 1085; 1077). Puebla recuerda que ambos destinatarios son miembros plenos de la comunidad eclesial y es necesario una acción pastoral que los acompañe en el cumplimiento de su importante y difícil trabajo, a fin de que éste promueva eficazmente a la justicia, la paz, la libertad y el progreso humano.

“Estos principios tienen todavía mayor validez al interior de la Iglesia” (1095; Cfr. 1079). Se invita a que se multipliquen los esfuerzos que **favorezcan el diálogo intra-eclesial de opiniones legítimas**, como un modo de acrecentar la expresión pública de pareceres en el seno de la Iglesia que al momento “se reducen a manifestaciones esporádicas y por tanto insuficientes que tienen poca influencia en la totalidad de la comunidad eclesial” (1079). La Iglesia como otras sociedades apuesta a ser un organismo vivo. El desarrollo de una comunicación dentro de ella no es sólo una manifestación de la misma, sino además una garantía de su conservación, lo contrario lleva a la muerte.

La comunidad eclesial puede concebirse como un **eco permanente de opiniones y posiciones en continuo movimiento.** No en caótica anarquía, sino como la manifestación de concepciones diferentes dentro de la unidad. “Como cuerpo vivo, la opinión pública es un exigencia de la vida misma, la manera como puede ir haciendo progresar su pensamiento y su acción. (...) Tener que admitir oposiciones y correcciones obliga a reveer la propia y encontrar caminos para superar las dificultades propuestas”.⁹⁵

Ratificado el derecho social a la información, el DP reclama que la Iglesia debe preocuparse “por tener canales propios de información y de noticias que aseguren la intercomunicación y el diálogo con el mundo” (1092; Cfr. 1076). A estos **medios propios** se le especifican *fin*es, por un lado “iluminar por el Evangelio el acontecimiento cotidiano y acompañar al hombre latinoamericano sobre la base del conocimiento de su quehacer diario y de los acontecimientos que influyen sobre él (y por otro), evitar las continuas distorsiones del pensamiento y de los hechos de Iglesia, por parte de las agencias” (Idem).

El primer fin parece proponer una mayor **encarnación de la Palabra de Dios** en las vidas cotidianas de los fieles cristianos. Aquí remitimos a lo explicitado en relación al tema del lenguaje (Cfr. 1091).⁹⁶ Con respecto a las distorsiones del pensamiento y los hechos de la Iglesia, el DP propone suplir las deficiencias de las empresas informativas por medio de sus propios canales informativos y de noticias a fin de **asegurar un servicio veraz y eficiente** en el dominio de la información religiosa. Es obvio que la tarea con los medios propios tropieza con serias dificultades. Dado que el DP recomienda los medios propios (confesionales), ¿la comunidad cristiana podrá obtener siempre los recursos adecuados para llevar adelante la obra o deberá modificar la tendencia? La competencia con las empresas internacionales requiere inversiones económicas nada despreciables.

El documento fomenta que los **recursos materiales** sean provistos por la misma comunidad cristiana (Cfr. 1093; 1077). En este tema como en otros semejantes encontraremos posiciones opuestas. La eficacia de los medios propios supone adecuados recursos financieros y técnicos; en cambio otros esgrimen que la Palabra de Dios pide una vida más desprendida y no atada a las grandes estructuras. Esta tensión persiste y se hace sentir más en una época que en otras.

Un **sujeto-destinatario privilegiado** en los medios propios **son los pobres** (Cfr. 1094; 1134-1165). En un continente signado por la pobreza, la marginalidad e injusticia que subsume a la población en general y ante las violaciones de los derechos humanos, la Iglesia “debe ser cada día más la voz de los desposeídos, aún, con el riesgo que ello implica” (1094). En esa sociedad los que no poseen no cuentan. Nunca será noticia la pobreza, la marginación, la violencia contra la dignidad del hombre, ... por eso en Puebla la Iglesia latinoamericana **asume ser voz de los desposeídos** en el anuncio y la denuncia. La comunidad eclesial al constituirse en voz de los sin voz, no puede esperar reconocimientos de aquellos a quienes reclama por acciones contrarias a la justicia del hombre y su dignidad. En el continente son múltiples los mártires que pagaron con su vida el haber hablado en defensa de los pobres y marginados.

La comunicación social no fue el tema principal de la III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, por lo mismo no ocupa un espacio destacado en el DP. Sin embargo el documento asume y profundiza el **cambio fundamental** al categorizar el fenómeno vital y global de la comunicación social y no sólo sus múltiples medios e instrumentos. Finalmente al proclamar que la **evangelización es comunicación**, plantea el reto que ésta tiene dentro de la acción evangelizadora de la comunidad eclesial (Cfr. IM 13; CP 126-134; EN 45).

4.5. Conclusión

Una vez más recordemos que la intención global de Puebla fue evangelizar, liberando para la participación y la comunión. A partir de Puebla dentro de la Iglesia, “con sus propias comunidades visibles, se ha producido ciertamente un desarrollo vigoroso de muchos movimientos y comunidades de vida espiritual y apostólica, y una amplia gama y desarrollo y diversificación de ministerios, a la par con un aumento en las vocaciones para los ministerios laicos, para el sacerdocio y para la vida religiosa. En los muchos millones de personas afectadas por estos movimientos de renovación en la Iglesia, el impacto de Puebla o pos-Puebla es fuerte”.⁹⁷ Una renovación que no queda reducida al ámbito eclesial ya que el DP recomienda insistentemente **la evangelización liberadora**, destinada a suscitar comunión y participación, también en el ámbito temporal/secular.

“Si el contenido de Medellín era la inmediata riqueza conciliar y el análisis de América Latina era predominantemente sociológico, a la hora de la III Conferencia, el contenido es el Concilio en el prisma de la Evangelii Nuntiandi (hay 19 citas textuales de este documento en Puebla y 73 referencias). **Y el análisis es centralmente cultural.** En él se incluyen los datos de la sociología, pero desde el prisma más amplio que proporcionan los diagnósticos de la historia y su decantación que es la cultura”.⁹⁸

La comunicación social en el DP está incluida dentro del **devenir de la cultura audiovisual** afectando como hecho global y vital al hombre y a los pueblos del continente. Por tanto la comunicación social no puede estar ausente “en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva” (1063). Puebla representa **la asunción**, en el magisterio eclesial latinoamericano, **de una categoría intrínseca a la evangelización.**

Así se recoge lo más afinado de las consideraciones del pre-Puebla⁹⁹ y se lo relaciona dentro de la reflexión mayor de Puebla, **la evangelización de la cultura.** En una evangelización de la cultura que se va encarnando en diversos procesos históricos, Puebla reflexiona no solamente los medios o instrumentos, sino el fenómeno peculiar de la comunicación social como **acontecer e impacto cultural.** Consideramos que esta visión es la **intuición más lograda** en la reflexión de la III Conferencia. Constatamos la influencia de CP en la exposición desarrollada en el DP.

La categorización de la comunicación como evangelización, conlleva otras exigencias ya analizadas, que ahora recogemos en orden a una síntesis. Puebla al integrar la comunicación social en la **pastoral de conjunto**, articula un recurso que abre los horizontes de la praxis pastoral en la nueva cultura audiovisual. Una manifestación clara de esta preocupación es el énfasis en el **lenguaje actualizado y adecuado** dentro de la evangelización, acorde con los códigos sonoros e imaginativos del hombre de hoy.

Esta emergente cultura audiovisual en Puebla adquiere un medio privilegiado al **favorecer el uso de los Medios de Comunicación Grupal** en la praxis pastoral. En el DP estos medios adquieren notoriedad central. Venían avalados por diversas praxis y desde el Congreso AV-EV de Múnich, obtuvieron un lugar destacado en la pastoral de la comunicación dentro de la Iglesia. En el post-Puebla adquieren un rápido incremento en cantidad y calidad técnica; ayudó a ello (entre otros) la organización OCIC-AL con sus cursos de capacitación y formación.

Consideramos que en Puebla la comunicación social inserida en la pastoral de conjunto (espíritu), con un adecuado lenguaje (medio) y desde los medios de comunicación social (agente) (ciertamente priorizando los grupales), la Iglesia provoca el fenómeno de la evangelización desde la comunión y participación. La comunicación ad intra y ad extra de la Iglesia, tiene como finalidad el consolidar y fortalecer los lazos de comunión que existen en los hombres o facilitarlos allí donde no existen, a fin de iluminar el proceso desde la Buena Nueva de Jesús. Entonces la evangelización es comunión, es comunicación.

Como hemos analizado no faltan en el texto de Puebla aspectos positivos y novedosos, que se convirtieron en semillas fértiles para la reflexión y praxis posteriores a la Conferencia. También hemos de notar algunos aspectos que nos parecen incompletos en la redacción del texto. Por un lado la **omisión de criterios doctrinales.** La Tercera Parte del DP con sus cuatro capítulos y once secciones reiteran el mismo esquema: *situación, criterios doctrinales y propuestas pastorales.* No se comprende por qué es la única sección que los omite.

Esta ausencia no es fácil de cubrir. La Conferencia de Medellín había recomendado la elaboración de una teología de la comunicación (Cfr. DM-MCS 17) y el EvCS’78 le había dedicado al tema, aquí omitido, su segunda parte (Cfr. 59-90). El DP que en rasgos generales sigue y cita textualmente este último documento, en el momento doctrinal lo olvida totalmente. “Son muchos los que atribuyen la actitud de rechazo, de sospecha o de descuido de los medios de comunicación en la tarea evangelizadora, al hecho de que ha faltado ‘una visión global de su grandeza y de su función’”.¹⁰⁰

La **falta de una reflexión doctrinal** impide que se sustente el pensamiento, la orientación y la evaluación de los comunicadores en sus actividades en y con los medios de comunicación.¹⁰¹ Podemos también decir que es una omisión explícita, ya que implícitamente los criterios doctrinales los podemos extraer particularmente en DP 1063-1067 y 342-443.

Otro aspecto que estimamos lamentable es el **escaso lugar que ocupan los medios masivos en los proyectos pastorales**. Si Puebla fue la lectura del Concilio con el prisma de EN y en comunicación social de CP, notamos que no recoge valientemente y decididamente el desafío de EN 45 y CP 126, a fin de que la Iglesia asuma el reto que los MCS lanzan a la evangelización de hoy. “Es decir que la Iglesia para interpelar, en la actualidad, a las masas, tendrá que recurrir a la ‘predicación *instrumental*’, llamada así porque se realiza con los instrumentos tecnológicos de difusión”¹⁰² para ser fiel al magisterio de la Iglesia.

¿Por qué el DP luego de reconocer el rol de los MCS en la evangelización (Cfr. 1063-1067) únicamente los nombra al pasar en las propuestas pastorales (Cfr. 1090)? Generalmente la Iglesia le ha atribuido muchos males a los medios masivos (Cfr. 1069-1073), pero una pastoral de conjunto y de la comunicación social (Cfr. 1080; 1083-1084) no puede sustentarse únicamente en la denuncia. ¿Al rechazar los medios masivos, no se estará dejando abierto el campo para que otros lo ocupen y los utilicen desde sus criterios y opciones? “¿No se estará encubriendo una posición resignada y conformista, ante la incompetencia profesional de los sectores eclesásticos para usar esos medios con poder de decisión?”.¹⁰³

La visión sesgada ante los medios masivos consideramos que se mantiene al **recomendar unívocamente los medios propios de la Iglesia** (Cfr. 1092). Se diluye la insistencia de la presencia de los comunicadores cristianos en los medios neutros o no confesionales, un tema ausente a lo largo del documento. Pareciera que la visión un tanto negativa de los medios masivos lleva a cuidar las espaldas y a favorecer medios confesionales que resguarden los intereses de la Iglesia sin ideologías y manipulaciones espúreas.

Se **quiebra una línea de reflexión** iniciada en SSI’66 (Cfr. IV.2.5) que favorecería los medios neutros a los propios, ya que el profesional católico para ayudar a las transformaciones de la sociedad debe encarnarse en ella, con actitudes de diálogo y colaboración al modo de la levadura en la masa para fermentarla. Igualmente estimamos escaso el espacio dedicado a los profesionales de la comunicación (Cfr. 1085; 1077).

En el tema de la libertad de expresión y de información, que lo evaluamos como un logro de la Conferencia, consideramos necesario destacar las omisiones explícitas por un lado del **NOMIC** y por otro de las propuestas del EvCS’78 **sobre las políticas de comunicación**. Pareciera que no había conciencia expresa de la Iglesia en dos temas que empezaban a inquietar a la sociedad internacional y que hubieran requerido el pronunciamiento iluminador de la comunidad eclesial en el DP.¹⁰⁴

Junto a la redacción de un documento que presenta saltos redaccionales (v.gr. se abarca la formación en los números 1085 y 1088, en medio de ellos se incluyen temas de liturgia, Cfr. 1086 y 1087) e inclusiones que restan rigor y seriedad al tema (Cfr. 1087), destacamos la **desproporción de las partes**. Sobre un total de 33 párrafos, 15 describen y analizan la situación del continente y de la Iglesia en éste (Cfr. 1065-1079), pareciera que lo consignado en estos números “podría haberse dicho en forma más sintética, apelando al largo y oportuno diagnóstico inicial sobre la realidad latinoamericana (Cfr. 1-161)”.¹⁰⁵

Un dato más, al contrario de lo acontecido en la votación de IM¹⁰⁶, el documento de comunicación social en Puebla **recibió una alta votación favorable**, sobre un total de 184 votantes obtuvo 163 placet, 16 placet juxta modum y 5 en blanco. También podemos preguntarnos, “¿Cómo escapar a una sensación de sospecha? ¿Prisa para salirse de una materia en la que no se cree mucho? ¿Se le dio poca importancia? ¿Incompetencia e insensibilidad?”.¹⁰⁷

El desafío de una evangelización liberadora para la comunión y participación por medio de la comunicación social en Puebla queda reafirmado y a la vez se abre como un programa a

realizar, ya que permanece un largo camino por recorrer y muchos esfuerzos para alcanzar la comunión (comunicación) y participación. **Que no es sólo un fin, sino un camino metodológico a seguir.**

5. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL POSTERIOR A PUEBLA

América Latina (entre 1979 y 1988) afronta nuevos cambios y transformaciones, pasaremos a delinear algunos hechos que resultan significativos y, en ciertos casos, determinantes para la tarea que nos proponemos.

5.1. Contexto secular

En el *campo social y económico* la década de los ochenta en América latina ha sido denominada la década perdida. Fueron tiempos de claro retroceso. La economía de las naciones latinoamericanas se fue hundiendo y el continente se vio oscurecido por un estado de precariedad escandalosa. América Latina, una región con sostenido crecimiento demográfico, sin embargo fue perdiendo influencia económica en el mundo. “Cada vez cuenta menos en el comercio internacional, que va prescindiendo de los productos que tradicionalmente ha ofrecido América Latina: las materias primas y la mano de obra barata”.¹⁰⁸

La acumulación tecnológica ha favorecido la concentración de capitales en pocos países del mundo. Algo similar ocurría a principios de la década de los ochenta en el continente, según informes de la Comisión Económica para la América Latina (CEPAL), “el 5% de la población más rica controla el 29% de los recursos de la región, mientras el 20% más pobre sólo tiene el 2,5% de los recursos totales”.¹⁰⁹

Junto con estas problemáticas aparece otro flagelo generalizado que condiciona todo e impide todo proceso en el continente, es la deuda externa y el problema ocasionado por su pago. “El mero servicio de la deuda externa fue el 80% superior a los montos de la inversión extranjera. Se disminuyó la participación en el mercado internacional del 7% al 4% y la inversión extranjera directa del 12,3% en 1980 al 5% en 1989”.¹¹⁰ Es evidente que el problema de la deuda externa del continente se transformó en el elemento recesivo más importante en la economía de la región latinoamericana.

Otro fenómeno es la urbanización con el desarrollo desproporcionado de las urbes del continente (el 70% de la población reside en las grandes ciudades), provocando grandes cinturones de pobreza y marginación, fruto de las masivas migraciones del campo a las ciudades.

En el *campo político* se produce la vuelta a la democracia de algunos países con las esperanzas que éstas contienen, aunque en la mayoría de los casos presenta aspectos más bien de tipo formal. También destacamos la violencia que “alcanzó niveles inusitados creando la llamada ‘cultura de la muerte’. Aparecieron causas y expresiones nuevas de la misma: violencia del narcotráfico, grupos terroristas, guerrillas con una fuerza destructora impresionante, banda de paramilitares, el fenómeno del sicariato y la delincuencia común”.¹¹¹ Los diversos problemas en el campo social y económico llevó a la confrontación entre los países del norte y del sur del hemisferio mundial. De modo tal que “el diálogo entre países desarrollados y países en vías de desarrollo no ha surtido efectivos resultados: el surco entre ricos y pobres se ahonda cada vez más”.¹¹²

En el *campo cultural y religioso* se puede vislumbrar un lento atardecer en la creatividad en duro contraste con el entusiasmo creador de las dos décadas previas. “Circulan los mismos nombres de siempre en los ámbitos culturales, sociales y políticos... ¡y esto es grave en un continente joven y pujante!”.¹¹³

América Latina es un continente en mutación, en búsqueda de su identidad cultural. Esta década se caracteriza por el redescubrimiento de la diversidad cultural de cada país (y de regionalismos dentro de cada uno de ellos) en el contexto continental. Esta realidad además se ve invadida por la sociedad de consumo. Nuevos modelos culturales penetran en el continente. El fenómeno acelerado de industrialización y urbanización tiene aquí un rol preponderante. Las nuevas tecnologías irrumpen y crean nuevos modelos culturales: en la comunidad de trabajo, en las comunicaciones sociales, en la familia, en lo económico y político y en la vida religiosa y en sus expresiones. Toda la cultura de América Latina se ve de alguna manera amenazada por las tecnologías que no responden a ninguna norma, transformándose de medio en fin de la existencia humana.¹¹⁴

Es un momento de proliferación de las sectas y de los nuevos movimientos religiosos fundamentalistas que manipulan la fe y minan los valores propios de la cultura latinoamericana.

El *área de la comunicación social* se ve desbordada por nuevas tecnologías. “Las distancias y las fronteras tienden a abolirse: el hombre moderno vive la misma hora mundial”.¹¹⁵ Son los tiempos de las transmisiones vía satélite, de la informática, de las fibras ópticas, de la telemática, del video, etcétera. Destacamos el impacto televisivo y entre sus capacidades resaltamos la información y por ende la creación de opinión pública (lastimosamente generalmente manipulada desde sectores económicos o políticos) y el fomentar el consumismo de una sociedad que utiliza la televisión para desarrollar apetencias de múltiples ofertas entre millones de potenciales demandantes.

La influencia de las novedosas tecnologías fomenta una nueva relación con los medios masivos. Ya no son considerados como la causa de todos los males. Se incrementa la conciencia crítica frente a los mensajes masificantes de los MCS. Además se consolida y proyecta en la doctrina y la praxis, la comunicación popular y alternativa, con la finalidad de que los perceptores (personas y pueblos) sean los responsables de sus propios mensajes y por lo mismo de valores culturales autóctonos.¹¹⁶

La comunicación social se ve enriquecida por nuevos desafíos. “En el campo de la investigación se privilegia el tema de la ‘comunicación’; se nota un retorno a los ‘contenidos’ —valores evangélicos y problemas situacionales—; se emprende fuertemente la defensa de la identidad cultural; se advierte cada vez más la urgencia de una ‘ética’ de la información y de la comunicación; y, a su vez, la necesidad de garantizar a la comunicación ese indispensable espacio de libertad, sin el cual no hay auténtica comunicación”.¹¹⁷

5.2. Contexto eclesial

El *campo eclesial* latinoamericano recoge y vive los grandes cambios que desafían al continente y que hemos resumido anteriormente. En términos generales la Iglesia del post-Puebla desarrolla “un proceso de mayor madurez originado en una pastoral más serena, fruto de lo aportado por el documento de Puebla”.¹¹⁸ En diversas Iglesias locales se van extendiendo procesos de organicidad pastoral, se reafirman y consolidan las experiencias de las CEBs y “la opción por los pobres es algo sobre lo que ya no hay discusión, a la vez que se ha clarificado, enriquecido y ampliado más este concepto en relación a la estrechez del mismo en la década anterior”.¹¹⁹ También el área de la cultura sigue ganando espacios como tema de reflexión y de empeño pastoral.

En este período también encontraremos algunas deficiencias en la vida eclesial. Indicaremos entre las más notables como “los agentes de pastoral acusan cansancio y desánimo, las fuerzas pastorales se van dispersando, la intensidad de debates y luchas de la década anterior agotó a bastantes agentes de pastoral, muchos cristianos han abandonado su práctica religiosa cayendo en la indiferencia y la apatía. Además de la ya señalada proliferación de las sectas, los medios de comunicación han introyectado en la vida de nuestro pueblo todo un estilo de vida ajeno a la enseñanza eclesial”.¹²⁰

En 1983 el Papa Juan Pablo II desde Puerto Príncipe, Haití, invitó a emprender desde América Latina y para toda la Iglesia universal, el desafío de una nueva evangelización. El tiempo y diversas intervenciones pontificias fueron precisando y profundizando este reto.

En el *área de la comunicación social* destacamos que la Iglesia continental del post-Puebla retoma, no sin un cierto retraso, el tema de NOMIC, a partir de un seminario latinoamericano realizado en octubre de 1982 en la ciudad de Embú (Brasil). Además el DECOS/CELAM publica (entre otras) dos obras que debemos destacar. Una en 1983 denominada *Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina*; fruto de varios años de esfuerzos y reflexiones continentales en el área de la teología y la pastoral. Otra en 1986 titulada *Comunión, Misión y Desafío. Manual de Pastoral de Comunicación Social*; la obra se propone como un modelo para la formación de agentes en comunicación.

Tropiezos y logros se van dando en el caminar, por un lado desaparece SERPAL (Servicio Radiofónico para América Latina), institución que por muchos años animó la reflexión y evangelización en nuestro continente haciendo uso de la técnica del radiodrama, ayudando a implantar una evangelización y catequesis situacional y contextualizada en el pueblo latinoamericano. Entre sus series radiofónicas destacamos: Jurado 13, El Padre Vicente, Granja Latina, etcétera. Por otro lado nace SERTAL (Servicio Radiotelevisivo de la Iglesia para América Latina).

En 1983 el SAL-OCIC (Secretariado para América Latina de la Organización Católica Internacional del Cine y del Audiovisual) pasa a una flamante estructura denominada OCIC-AL. Entre 1960 y 1983 en la acción del SAL-OCIC debemos destacar a la *Sra. América Penichet*, cubana nacida en 1916 y fallecida en 1988, a quien podemos considerar como una de las personalidades sobresalientes en nuestra Iglesia continental en los sectores del cine y del audiovisual.

A nivel de la Iglesia universal, subrayamos entre otros, en 1985 el Sínodo Extraordinario de Obispos en el XX aniversario de la conclusión del Concilio Vaticano II y en 1987 el Sínodo de Obispos sobre la vocación y misión de los laicos en la Iglesia y en el mundo a los veinte años del Concilio Vaticano II. Posterior a esta asamblea es la Exhortación Apostólica *Christifideles laici* (ChL) de Juan Pablo II publicada a fines de 1988. Además la Congregación para la Educación Católica en 1986 publica *Orientaciones sobre la formación de los futuros sacerdotes para el uso de los instrumentos de la comunicación social*.

Las transformaciones analizadas nos indican el camino para investigar y enlazar el papel de la comunicación social y sus medios en cuanto agentes y destinatarios de los procesos que vive el continente y la Iglesia en el período de nuestra reflexión.

6. DOCUMENTOS POSTERIORES A LA CONFERENCIA DE PUEBLA

Al momento de iniciar nuestra reflexión sobre la etapa post-Puebla, un período marcado por la inculturación del Evangelio y la evangelización de la cultura (Nueva Evangelización), habrá de tenerse presente lo estudiado anteriormente en este mismo capítulo y las diversas acciones pastorales que Puebla recogió y potenció en orden a la evangelización en Latinoamérica. El área de la comunicación social es permeable a las inspiraciones e intuiciones que el DP congregó y generó en las tareas pastorales conducentes a la comunión y participación.

Para comprender la etapa que vamos a reseñar (sin ninguna pretensión de agotar su extensión, ya que nos ceñiremos a algunos documentos del post-Puebla en comunicación social), es necesario reconocer la labor que la Iglesia continental llevó a Puebla y que ésta redimensionó: la reflexión de la comunicación alternativa; la búsqueda de nuevos modelos de Iglesia; los esfuerzos para responder a los nuevos desafíos que presenta el mundo en la acción

evangelizadora; los talleres de lectura crítica ; la utilización masiva y extensiva de la radio y de la prensa en la evangelización; etcétera.

Sin este riquísimo depósito de teoría-praxis en comunicación, no se puede explicar la cosecha pastoral que se deriva de Puebla y que se convirtió en abundantísima. **Nos introducimos en un período que se ha caracterizado por la creatividad en la reflexión y en la acción.**

Para realizar el estudio de este período observamos la necesidad de adoptar como **marco referencial al DP**, siguiendo una vez más los criterios que presentara en las opciones pastorales de la comunicación social (Cfr. 1080-1082): pastoral de conjunto, formación y libertad de expresión y de información.

En cada uno de los criterios indicados haremos reseña de ciertos acontecimientos y/o documentos significativos y luego nos detendremos en el estudio pormenorizado de dos documentos que consideramos representativos de la teoría y praxis eclesial continental en este sector específico de la comunicación social. Nos apartaremos en esta sección de nuestra investigación de la línea cronológica que nos caracterizó en el estudio de los documentos, reconociendo en todo la **interrelación en los diversos temas que abordaremos.**

6.1. “Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto” (DP 1080)

Bajo este criterio inspirador podemos indicar que el CELAM y la Santa Sede en 1983 dan nacimiento al *Servicio Radiotelevisivo de la Iglesia para América Latina* (SERTAL), con el objetivo de contribuir a la tarea evangelizadora de la Iglesia a través de los MCS. Esto lo debe realizar por medio de la producción en audio y video; promoviendo la capacitación de personal técnico; facilitando el intercambio de materiales y estimulando la divulgación de sus propias realizaciones y otros. Todo ello dentro de una pastoral orgánica.¹²¹

La OCIC-AL en 1984 encara bajo la dirección del Dr. Jeremías O’Sullivan Ryan, una investigación continental sobre el uso pastoral del video, el estudio de la observación sale a luz en marzo de 1985.¹²² Este trabajo fue el primer paso hacia una labor de animación, ayuda y evaluación de las experiencias en la producción y uso pastoral del videocassette en Latinoamérica. La investigación marcó un estímulo en la producción en este campo.

A partir del análisis del referido diagnóstico, la OCIC-AL convocó a un Primer Seminario Latinoamericano sobre *Producción y Uso Pastoral del Videocassette*, que se realizó en La Molina, Lima (Perú) entre el 18 y 23 de agosto de 1985; en éste se elaboró un documento que incluía capítulos de consideraciones y recomendaciones en relación al uso pastoral del video, su producción, distribución y financiamiento.¹²³

El seminario de Lima motivó y movilizó varias iniciativas sobre el video a nivel de la Iglesia continental. Así se vio la necesidad de coordinar los esfuerzos en el tema, de este modo en Buenos Aires (Argentina), se reunieron del 4 al 9 de mayo de 1987, por iniciativa de OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP a representantes de estas instituciones junto a los propios del DECOS/CELAM, SERTAL y otros (incluso integrantes de Iglesias Cristianas) de donde surgió el Anteproyecto de Video Pastoral, que se formalizó en julio de ese mismo año en la sede del CELAM (Bogotá, Colombia) bajo el nombre de *Red de Video Pastoral* (REVIPAL), organismo que debía responder a los objetivos de la capacitación, producción, distribución y uso del video pastoral en la Iglesia continental. Por variados motivos no pudo concretizarse el funcionamiento de REVIPAL.¹²⁴

Otros eventos que también fortalecieron la coordinación pastoral fueron diversas reuniones entre el DECOS/CELAM y los directivos de las Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación¹²⁵ que han tenido una fuerte gravitación en el área de la formación de diversos agentes de pastoral en el continente. Nos referimos entre otras, a las reuniones de Bogotá (1 al 5

de mayo de 1984)¹²⁶, Caracas (Venezuela) (3 de mayo de 1985)¹²⁷, Bogotá (26 de abril de 1986)¹²⁸ y Quito (1 y 2 de noviembre de 1987).¹²⁹

El DECOS/CELAM y el Presidente de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, Mons. John Foley realizaron el 26 de abril de 1986 en Bogotá un encuentro en el cual abordaron temas como la creación de una agencia de noticias para la prensa de América Latina; el acceso a un satélite para las informaciones de prensa y el facilitar la constitución de un banco de datos con sede en Roma y con posibilidades de acceso a cada Conferencia Episcopal.¹³⁰

Los temas anteriormente señalados serán retomados con mayor dedicación en el *Encuentro Comunicación-Evangelización: Un reto para América Latina*, efectuado en Bogotá (1987), el cual analizaremos con detenimiento más adelante (Cfr. ut infra 6.1.1.) Al último encuentro indicado, siguió una reunión de coordinación: la Regional de los Países Bolivarianos realizada entre el 28 y el 30 de octubre de 1987 en Lima (Perú), con el objetivo de apoyar el trabajo de las Comisiones Episcopales de Comunicación Social de esos países, buscando en un espíritu de pastoral de conjunto, la coordinación y animación recíprocas.¹³¹

También en 1987 destacamos dos acontecimientos, por un lado la celebración entre el 13 y 18 de junio de las Asambleas Continentales de OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP, en Cumbaya (Ecuador), reunión que puso especial énfasis en la integración, coordinación, intercambio de experiencias y participación de las organizaciones continentales. Fruto de estas asambleas fue la creación de un Secretariado Conjunto en Quito (Ecuador) para las tres instituciones, el cual comenzó a funcionar a fines del mismo año.¹³²

Por el otro la ciudad de Quito fue sede entre el 19 y 29 de junio del Congreso Mundial de OCIC y UNDA.¹³³ En este congreso se celebraron unas Jornadas de Estudio sobre el tema *Cultura, Medios de Comunicación y Valores Evangélicos*, en las cuales se elaboró un documento síntesis de los diversos tratamientos que mereció la cuestión en áreas como: planificadores, administradores y directores de centros de comunicación; formación; productores; usuarios y distribuidores de medios; etcétera. Otros grupos trataron sobre la educación, los jóvenes y la comunicación grupal.¹³⁴ Como preparación a estas Jornadas de Estudio, OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP habían realizado una reunión en Lima (Perú) del 8 al 13 de noviembre de 1986 para abordar una reflexión continental sobre el mismo tema, elaborando allí un documento.¹³⁵

En 1988 sobresale el encuentro *Carisma y Comunicación Social*, sobre el cual nos detendremos más adelante para estudiarlo con detenimiento (Cfr. ut infra 6.1.2.). También indicamos que en la ciudad de Tijuana (México) del 22 al 25 de febrero de 1988 el DECOS/CELAM organizó un encuentro de pastores y delegados procedentes de América Latina y de los Estados Unidos de Norteamérica bajo el título *Anuncio del Evangelio por televisión: un reto para la Iglesia*. El contenido básico fue el análisis del avasallador avance de los tele-evangelistas en el continente; el estudio de posibilidades que brinda la televisión para la evangelización y las experiencias realizadas por las iglesias en el campo del video.¹³⁶

El DECOS/CELAM con referencia a este seminario publicó un título de un destacado panelista del encuentro.¹³⁷ Material que brinda lúcidas intuiciones y valiosas sugerencias para los que ejercen su misión evangelizadora en el ámbito de los medios electrónicos.

A continuación nos introducimos en el análisis particular de dos encuentros significativos en lo reseñado sobre el criterio en torno a la coordinación pastoral.

6.1.1. Comunicación-Evangelización: un reto para América Latina

Bajo el lema *Comunicación-Evangelización: un reto para América Latina*, tuvo lugar un encuentro en Bogotá del 26 al 30 de enero de 1987. La reunión fue convocada por la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, patrocinada por la Pontificia Comisión para América Latina y organizada por el DECOS/CELAM, congregando a un número representativo

de comunicadores de la Iglesia universal y continental. Se contó con el aporte de expertos y la participación de representantes de MCS neutros que colaboraban con actividades de la pastoral de la comunicación.

La reunión tuvo por objetivo estudiar el funcionamiento de las Comisiones Episcopales de Comunicación Social y los desafíos actuales de su misión para promoverlas en su trabajo evangelizador, y determinar líneas de colaboración entre ellas, la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales, el CELAM y las Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación a fin de **coordinar la pastoral de la comunicación en el continente**. Del encuentro se publicó la homilía inaugural, las diversas ponencias que iluminaron el tema, la síntesis de los trabajos grupales y una relación de trabajo.¹³⁸

El trabajo realizado en CEV'87 puede resumirse en tres grandes aspectos: **intercambio de experiencias, ponencias y coordinación pastoral**. El primero de los aspectos, *un intercambio de experiencias* (Cfr. 133-134) observa de un modo particular la escasa conciencia de la importancia de la comunicación social por parte de la Iglesia, la incompleta organización y coordinación intraeclesial y la invasión radio-televisiva de las sectas en el continente. Se enumeran los trabajos efectuados en torno a la formación del sentido crítico, en el cual se reconoce el aporte del manual publicado por el CELAM.¹³⁹ Finalmente la contribución de OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP mediante un trabajo conjunto en orden a la capacitación en comunicación y la difusión de contenidos evangelizadores.

El segundo aspecto de CEV'87 son las *ponencias* que brindaron elementos a la reflexión de los participantes en el encuentro. Mons. John Foley (Presidente de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales) abrió los debates con el tópico *Tarea de las comunicaciones en la familia de la Iglesia* (Cfr. 17-23), en la cual esboza el desafío que presenta el avance tecnológico a la pastoral de la comunicación. El reto exige mayor eficacia y tempestividad a la misma. Recalcó la necesidad de que la Iglesia continental cuente con una agencia de noticias y producciones para la radio y televisión. Ello exige la cooperación intraeclesial a fin de responder a los requerimientos profesionales y financieros que estas producciones demanden.

Además indicó los desafíos principales a los que debe responder cualquier estrategia pastoral de la comunicación: el urbanismo, el comunismo, el egoísmo humano, la violencia, el cambio y los mismos medios de comunicación. Sus conclusiones apuntan a fortalecer la formación y capacitación que genere “consumidores inteligentes de los medios de comunicación” (22).

El Dr. Jeremías O'Sullivan Ryan presentó el tema *Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea* (Cfr. 27-54), allí indicó el reto que representa el desarrollo tecnológico para la acción evangelizadora de la Iglesia, al incidir profundamente en el estilo de vida de los hombres transforma categorías y valores, y modifica la misma vivencia cultural de los pueblos latinoamericanos. La Iglesia no puede sustraerse de los cambios que producen las nuevas tecnologías, debe tomar conciencia de los mismos y valerse de estos adelantos para ponerlos al servicio de la evangelización.

El Dr. Elio Cerini abordó el rubro *Las nuevas tecnologías al servicio de la información* (Cfr. 57-71). La información ocupa cada vez más un punto central en la evolución de la vida social, espiritual, económica y cultural del hombre y la sociedad. Progresivamente se va constituyendo en un nuevo motor energético y vital en todos los niveles de la vida, “se está imponiendo una nueva clasificación de los países en función no tanto de producir bienes industriales sino en su capacidad de gestión de las informaciones, y por consiguiente de su nivel de informatización” (57-58). Se subraya que la Iglesia no puede quedar al margen de este proceso, ello limitaría enormemente su presencia evangelizadora en el mundo. El expositor termina trazando algunas líneas directrices de un proyecto de informatización para la Iglesia de Latinoamérica (Cfr. 68-71).

El Ing. José Ríos expuso sobre la *Disponibilidad de la empresa privada de comunicación ante el mensaje evangélico* (Cfr. 75-77), presentando a la Organización Diego Cisneros (Venezuela) que se ofrece como intermediaria en el diálogo con otros empresarios de la

comunicación latinoamericana, dispuestos a colaborar con la Iglesia en la producción y distribución de programas para el medio televisivo.

Otra ponencia versó sobre *Posibles modelos para una agencia católica latinoamericana de noticias y su viabilidad*, a cargo del Dr. Richard Daw (Cfr. 81-89), la cual partió desde la experiencia de algunas agencias católicas ya existentes para formular interrogantes e inquietudes, a fin de que los participantes hallen el modelo adecuado y pertinente de una agencia de noticias católica para el continente. El encuentro propuso que las “preguntas deberían responderse con un estudio de factibilidades que ayude a tomar decisiones, en un futuro no demasiado lejano, sobre la viabilidad del proyecto” (136).

El tercer aspecto de CEV’87 fue lo relacionado con *una mayor coordinación pastoral* entre las diversas estructuras y organizaciones eclesásticas en el continente. Este aspecto fue introducido por la exposición de Mons. Ramón Pérez Morales (Presidente del DECOS/CELAM) al tratar la *Identidad y funciones de la Comisión Episcopal de Comunicación Social* (Cfr. 103-117), analizándolo desde el magisterio de IM, CP, DM-MCS y DP.

Desde el marco orientador de la ponencia, los debates en grupo de los participantes (Cfr. 122-129), destacan algunos aspectos que pueden iluminar una mayor coordinación pastoral de la comunicación. Se subraya la necesidad de **integrar la comunicación en una pastoral orgánica** y se recoge que las funciones de la Comisión Episcopal de Comunicación Social son: informarse, informar, formar y transformar (Cfr. 114-116); junto a ello, elaborar y promover un plan nacional de pastoral de la comunicación social, asumiendo las políticas de comunicación de la respectiva Conferencia Episcopal, coordinando, animando y en casos especiales ejecutando las actividades comunicacionales de la Iglesia y entablando relaciones con organismos internacionales (Cfr. 122-124; 138).

Otro aspecto dentro de la coordinación fue señalar las tareas concretas de colaboración entre el CELAM y las Conferencias Episcopales (Cfr. 125-126; 138-139); se indican tres actividades fundamentales: **la coordinación, la formación y la información, a fin de perfeccionar la línea de Puebla, comunión y participación.**

Finalmente CEV’87 analiza los **criterios** que deben vincular las acciones entre la Pontificia Comisión, DECOS/CELAM, Conferencias Episcopales y Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación (Cfr. 127-129). Estos son: conocimiento mutuo entre los diversos organismos; continuidad básica de políticas y directivos; evangelizar la cultura, incentivando la presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación social; solidaridad de recursos humanos, técnicos y económicos; fortalecer la comunicación e integrar los organismos en los diversos niveles y promover la participación de los organismos entre sí y en los diversos niveles. Para cada uno de estos criterios se llegó a indicar una lista importante de líneas de acción o sugerencias (Cfr. Idem).

El encuentro propuso y acordó tres resoluciones (Cfr. 139-140), la primera, buscó propiciar que el próximo Sínodo de Obispos (1989) tratase el tema de la comunicación social; la segunda, apoyar el proyecto de extender a los países latinoamericanos los servicios de la Agencia de Prensa National Catholic News Service y la última, apoyar la implementación de una red de informática en la Iglesia continental.

CEV’87 fue un paso significativo en procurar una mayor coordinación pastoral a nivel continental. La necesidad de animar una presencia más efectiva y articulada de la Iglesia en el campo de la comunicación social, merecía el esfuerzo y empeño que fueron manifestos en este encuentro. La propuesta no era de fácil resolución. Fueron variados y distintos los niveles de estructuras y organizaciones que se dieron cita en CEV’87, **sobresaliendo la búsqueda común de una mayor coordinación pastoral** brindando pautas seguras y firmes en el tránsito hacia la Nueva Evangelización que requiere Latinoamérica.

6.1.2. *Carisma y Comunicación Social en América Latina*

Observando la destacada participación de las congregaciones religiosas en la comunicación social de la Iglesia latinoamericana, el DECOS/CELAM organizó un encuentro en Santo Domingo (República Dominicana) denominado *Carisma y Comunicación Social en América Latina*, del 1° al 4 de diciembre de 1988. El mismo tuvo como objetivo **evaluar y fortalecer la participación de la vida religiosa en la pastoral de la comunicación social en el continente**. Se estima que un 75% de los recursos en el campo de las comunicaciones sociales con que cuenta la Iglesia de Latinoamérica están en manos de diversas familias religiosas. La reunión se realizó en el marco festivo de los veinticinco años de IM (1963) y al finalizar la misma se aprobó un documento.¹⁴⁰

CCS'88 está organizado en tres partes: *una introducción; los desafíos futuros de la comunicación social y una serie de propuestas a diversos niveles*. La introducción ubica el contexto y el objetivo del encuentro. Los desafíos que se expresan son: **la inculturación** (Cfr. 2.1) a fin de entablar un diálogo entre el Evangelio y las culturas de América Latina para el mutuo enriquecimiento; para ello hay que convertirse, formarse, conocer adecuadamente los códigos y lenguajes culturales, etcétera; **la formación** (Cfr. 2.2) del religioso tenderá a la humanización relacional y vivencial, “que prepare a comunicar lo que se vive y a vivir lo que se comunica” (Idem). Algunos religiosos estarán invitados a sobresalir en la técnica profesional de la comunicación masiva, pero deberán hacerlo desde el contacto con la realidad y el pueblo a quienes se pretende servir.

La acción pastoral (Cfr. 2.3) apuntará a inscribirse en el proyecto de la Iglesia local sobre comunicación social (Cfr. 2.3.1), procurando la formación de agentes pastorales (Cfr. 2.3.4) y de profesionales (Cfr. 2.3.2), a fin de orientar los MCS al servicio de la Nueva Evangelización (Cfr. 2.3.3); **la pastoral de conjunto** (Cfr. 2.4) en cada Iglesia particular se sustenta en la comunión eclesial y en la colaboración inter-congregacional, así se propone seguir fortaleciendo el diálogo entre Obispo y Religiosos (Cfr. 2.4.1) y crear espacios de reflexión que promuevan criterios comunes a la acción coordinada (Cfr. 2.4.2).

La tercera parte del documento presenta una serie de propuestas, que nacen de una premisa, “que los pastores implementen, junto con los religiosos, una adecuada espiritualidad del evangelizador en el campo de la comunicación” (3.1), a fin de que inspire el **trabajo ministerial en la comunicación**. Las sugerencias se formulan a diversos niveles.

Intra -congregacional (Cfr. 3.2), sensibilizando y concientizando en el proceso de la comunicación ad intra y ad extra de la congregación y promoviendo la profesionalización de algunos religiosos. *Inter-congregacional* (Cfr. 3.3), aunando y coordinando esfuerzos; informándose de experiencias en el área y organizando cursos formativos. *Nivel congregaciones con la Iglesia local* (Cfr. 3.4), se propone establecer espacios de diálogo y acción en común; además incentivando que Obispos y Superiores Mayores se formen en el campo de la comunicación.

Nivel congregaciones con la Iglesia continental (Cfr. 3.5), elaborando criterios, políticas y estrategias en la línea de Medellín, Puebla y otros documentos eclesiales que orienten la pastoral de la comunicación social; impulsando talleres sobre la formación del sentido crítico, creando una red latinoamericana de producción y distribución de materiales; continuando el esfuerzo por elaborar una reflexión teológica sobre la comunicación; incentivando una mayor coordinación entre el DECOS/CELAM y CLAR; etcétera.

CCS'88 junto al objetivo indicado, ayudó y facilitó **al acercamiento entre los obispos y los religiosos** en orden a una coordinación pastoral de la comunicación social en la Iglesia local y continental; también propició un **diálogo intercongregacional** desde el carisma propio de los diversos Institutos que actúan en este sector de la acción evangelizadora. “Aparte de los aspectos circunstanciales, orientados a superar sospechas, desconfianzas, malos entendidos, se realizó una meritoria labor, reflejada en un documento modesto, pero factible”.¹⁴¹ Una

preocupación dominante en el encuentro fue cómo **inculturar el Evangelio en las diversas situaciones**, a fin de llegar con el lenguaje, los contenidos y los medios adecuados a los perceptores. Otro aspecto destacado lo constituyó la necesidad de coordinar en la Iglesia local y latinoamericana las tareas intra e intercongregacionales en favor de la comunicación social. CCS'88 favoreció y promovió el diálogo y la integración de criterios y acciones en la pastoral de conjunto de la Iglesia. También fue un progreso en acercamiento fraterno, sincero y libre de la misma comunicación entre obispos y congregaciones religiosas.

6.2. “Dar prioridad a la formación en la comunicación social” (DP 1081)

Este criterio inspirador de Puebla fue estímulo para que la CLAR reunida en Bogotá del 20 al 29 de setiembre de 1980 elaborara el documento *Propuesta General para la formación de los Religiosos “en y desde” la Comunicación*.¹⁴² El documento se dirigía a las Conferencias Nacionales de Religiosos/as para lograr una formación sólida y eficaz en el área. La Propuesta General se inspira en las líneas directrices del DP.¹⁴³

En 1983 el DECOS/CELAM publica *Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina*, documento largamente esperado y sobre el cual volveremos más adelante (Cfr. ut infra 6.2.1.) con especial atención en su estudio y reflexión.

Dos encuentros continentales abordan el tema de la formación y ambos están relacionados con la edición de un *Manual Pastoral de Comunicación Social*, publicado por el CELAM en 1986.¹⁴⁴ Texto sobre el que nos detendremos para su análisis (Cfr. ut infra 6.2.2.). El primer encuentro tuvo lugar en Caracas (Venezuela) del 30 de abril al 5 de mayo de 1985, del mismo debía salir “un manual que sirva a su vez como elemento base para los cursos que sobre Comunicación se dictarán en diversos niveles (...). Ha de contribuir a la formación de la mente crítica de los perceptores ante los MCS”.¹⁴⁵

El otro encuentro fue en Bogotá (Colombia) del 21 al 26 de abril de 1986, que se propuso la organización y promoción de cursos de formación en comunicación social en estamentos nacionales, regionales y/o continentales y según las necesidades que detecten las Conferencias Episcopales.¹⁴⁶ La reunión fue el lanzamiento del manual indicado, convirtiéndolo en un instrumento base para la tarea formativa en el área. El encuentro propuso así cinco cursos de comunicación social para grupos específicos: obispo y presbíteros; responsables diocesanos; para seminaristas y religiosos en formación; agentes de pastoral y profesionales de la comunicación social.¹⁴⁷

A partir de 1989 el DECOS/CELAM implementa la formación permanente mediante el programa *Cursos de Comunicación para la Pastoral*, a través de un convenio con cuatro universidades en México (abarcando ese país y la zona del Caribe), Colombia (para los países bolivarianos), Brasil y Chile (para el cono sur).

El área de la formación se vió enriquecida por varias publicaciones patrocinadas por el DECOS/CELAM que abarcaron variados tópicos de la comunicación social. En 1987 aparece *Percepción crítica. Manual y Guía Pastoral*, destinado a promover la formación de perceptores críticos.

En 1988 aparecen tres títulos, *Vocabulario de la comunicación social*, dirigido preferentemente a los agentes pastorales como un instrumento que brinda la terminología básica de la comunicación; *El Papa habla a los comunicadores (1967-1988)*, recopila los Mensajes Pontificios para la Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales entre los años indicados y ofrece un minucioso índice temático para acceder a las orientaciones papales sobre el tema; y la tercera publicación es *Teoría y Praxis de la Iglesia latinoamericana en comunicaciones sociales*, editado para conmemorar los veinticinco años de IM abarca diversos aspectos

doctrinales y prácticos del tema en el marco referencial del decreto conciliar y CP. Este libro es un material “indispensable para estudiosos y agentes de pastoral”.¹⁴⁸

Dentro de las publicaciones debemos destacar la colección *Comunicación*, editada entre 1985 y 1988 por la OCIC-AL, UNDA-AL, UCLAP y WACC¹⁴⁹ y patrocinada por Ediciones Paulinas (Buenos Aires, Argentina), abarcando en diez títulos¹⁵⁰ diversos aspectos y temas de comunicación en el mundo y en el continente latinoamericano.

Pasamos al estudio pormenorizado de dos documentos que aportan nuevas luces en el tema de la formación en comunicación social.

6.2.1. *Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina*

A fines de 1983 el DECOS/CELAM publicó un ensayo con el título *Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina*.¹⁵¹ Una teología de la comunicación era una necesidad hondamente sentida y reclamada desde muchos años atrás. A nivel del magisterio eclesial universal, se solicita una instrucción pastoral que debía ser elaborada con la ayuda de peritos de diferentes naciones para llevar a la práctica las normas y principios del Concilio Vaticano II referentes a los medios de comunicación social (Cfr. IM 23).

Cuando se publica CP en 1971, una vez más las orientaciones pastorales estructuran este profundo documento; los pocos números dedicados a la reflexión teológica en la primera parte (Cfr. 6-18), no alcanzan para colmar las expectativas sobre el tema. En el magisterio eclesial latinoamericano a partir de Medellín se promueve un estudio conducente a esclarecer el fenómeno de la comunicación en sus diversos aspectos, incluida la teología de la comunicación (Cfr. DM-MCS 17).

También en el Primer Seminario interdisciplinar en Santa Inés (Lima-Perú) que sesionó en abril de 1974, se había abordado el tema “pero nunca se publicaron las ‘actas’, a pesar de los aportes de teólogos, biblistas, sociólogos y expertos en diferentes disciplinas, allí reunidos”.¹⁵² Además al considerar el DP notamos la ausencia de una reflexión teológica (explícita) sobre la comunicación social.¹⁵³

A la luz de estos antecedentes las autoridades del DECOS/CELAM, elegidas después de Puebla asumen el desafío de responder a **la necesidad de una reflexión teológica sobre la comunicación**, urgidas además por las nuevas situaciones y los nuevos retos que la comunicación exige a la misma Iglesia. “En 1981, se le encargó al teólogo chileno Hernán Alessandri la elaboración de un ‘guión’ que sirviera de base a una más amplia reflexión. Enviado sucesivamente a comunicólogos, teólogos, biblistas, comunicadores y expertos se fue enriqueciendo notablemente, hasta tomar la forma actual que permitió publicarlo como un texto propio del DECOS”.¹⁵⁴

Mons. Luciano Metzinger ¹⁵⁵, por entonces presidente del DECOS/CELAM, quien puso todo su empeño en esta obra indica al presentarla: “nuestro esfuerzo es sólo un primer paso en un camino muy largo ‘hacia una teología de la comunicación’ ”¹⁵⁶, a fin de tentar una respuesta a una necesidad profundamente sentida y reclamada por muchos años. A los autores del HTC no les importa decirlo todo ahora, “sino tan sólo partir desde un núcleo coherente y abierto, que posibilite desarrollos futuros” (4). **Este núcleo es la comunicación desde la perspectiva de la comunión y participación**, y no principalmente sus aspectos técnicos. “Más que ante un simple documento, en realidad, nos hallamos ante un ensayo que, por ser el primero, no deja de tener un gran mérito, aun cuando su reflexión se haya limitado al Documento de Puebla”.¹⁵⁷

HTC sigue un esquema semejante al DP, comienza con una visión amplia y general de la realidad comunicacional mundial y latinoamericana. En la segunda parte ilumina la situación a partir de una reflexión teológica, que seguirá los pasos de Puebla, tratando los aspectos

antropológicos, cristológicos y eclesiológicos del fenómeno de la comunicación. Procurando un mejor entronque con la visión de la realidad, los autores prefieren anteponer los elementos teológico-antropológicos a las consideraciones eclesiológicas, con lo cual se quiere facilitar la conexión de la parte doctrinal con la que sigue, destinada a la acción pastoral de la Iglesia en el mundo de la comunicación.

Esta tercera sección ha sido dividida en dos partes distintas e interrelacionadas. La primera (que se presenta como tercera parte del HTC) comprende algunos aspectos generales válidos para toda pastoral de la comunicación. La segunda (que equivale a la cuarta parte del documento) incluye aspectos más específicos que hacen a Latinoamérica, impregnados del espíritu de Puebla (Cfr. 5). Desde el DP se tratará de recoger en una síntesis teológico-pastoral los diversos elementos que permitan **asentar una base teológica para la acción de la Iglesia continental** en el campo de la comunicación.¹⁵⁸

En la *introducción* (Cfr. 1-8) se puntualizan motivación (Cfr. 1-2), fines (Cfr. 3), límites (Cfr. 4) y contenidos (Cfr. 5-8). La *primera parte: Visión de la realidad latinoamericana, comunicación e incomunicación*, (Cfr. 9-60), analiza a la luz de Puebla la realidad del continente donde se entrecruzan por un lado, manifestaciones positivas en el plano de la comunicación gracias al progreso científico-técnico que **favorecen la intercomunicación humana** (Cfr. 10-17), donde la Iglesia latinoamericana ha contribuido a cuanto pudiera ayudar a una comunicación humanizadora (Cfr. 18-24); y por otro lado **manifestaciones de incomunicación**.

Esto último debido a la situación de pecado social, “que desgarrar todo el tejido de las relaciones sociales de nuestro continente, y dentro de la cual muchas veces los mismos medios de comunicación social se convierten en medios de incomunicación o de confusión provocado (Cfr. DP 1070)” (25). Los campos donde resalta la incomunicación son: el socio-económico y político (Cfr. 26-30), el cultural (Cfr. 31-41), en el seno de la Iglesia y el religioso (Cfr. 42-48). La raíz más profunda de la situación de pecado social es siempre de un modo u otro, la incomunicación de los hombres con Dios, “pues al perderse la fe en el verdadero Dios y en el destino trascendente del ser humano, fatalmente se llena ese vacío absolutizando realidades intramundanas relativas y parciales, como el poder, el saber o el tener” (48).

Este panorama de la incomunicación, se ve decisivamente influenciado por el efecto amplificador de los medios de comunicación social, que debido al pecado y egoísmo humano deforman su sentido propio, convirtiéndolos en instrumentos de manipulación y dominio (Cfr. 49-60). “La consecuencia final de este influjo distorsionador es el surgimiento de un moderno hombre nómada, sin patria cultural y sin auténtica conexión con sus prójimos ni con su ambiente. Todas las relaciones tienden a convertirse en meramente funcionales y pragmáticas, despojando al hombre de alma y sentido” (57).

La *Reflexión teológica sobre la comunicación*, constituye la *segunda parte* del documento (Cfr. 61-184). Luego de abordar algunas consideraciones previas sobre la relación entre la comunicación, la Iglesia y el hombre (Cfr. 61-74), HTC expone una reflexión de fe acerca de la comunicación (Cfr. 103) abarcando distintos aspectos de ella. Una faceta es el sentido de la comunicación para el hombre, la fe ilumina el fenómeno antropológico de la comunicación mostrándolo como una realidad que tiene su **origen, fuente y modelo en el mismo misterio trinitario de Dios**. Desde una antropología teológica y una teología de la creación, se presenta que tanto el hombre como el universo han sido creados para alcanzar **la plena comunión y comunicación con Dios** (Cfr. 75-87), un Dios trinitario que hace pasar su comunicación a través del mundo y de la historia, un Dios que adopta la **pedagogía de la Encarnación** para afirmar su infinita autodonación (Cfr. 88-95).

Otra faceta profundiza como Dios asume el estilo de la comunicación humana, que tiene su punto culminante en el misterio de la Encarnación del Hijo de Dios, momento decisivo de la revelación y comunicación divina (Cfr. 96-100). Aquí se aborda la reflexión desde la perspectiva de la **teología sacramental** (Cfr. 101-107); ésta permite abarcar tanto la **persona de**

Jesucristo, sacramento de comunión, signo e instrumento del Padre, evangelizador y liberador (Cfr. 108-155), cómo **la Iglesia, organismo vivo de comunicación y sacramento de comunión en Cristo** (Cfr. 156-188).

El documento continúa la reflexión del Concilio Vaticano II que aplica la noción de sacramento “a Jesucristo, *Palabra o Imagen, es decir, Signo, eficaz de Dios, hecho carne visible*. Y ‘en Cristo’ (LG 1), también a la Iglesia, que visiblemente prolonga su presencia y su acción eficaz como ‘signo e instrumento de la unión íntima con Dios y del género humano entre sí’ (LG 1)” (106). De este modo toda Cristología y Eclesiología puede formar parte de una teología sacramental, comprendida como “teología de la comunicación mediante lo corpóreo visible” (Idem).

La *tercera parte* (Cfr. 185-282) reflexiona sobre *la pastoral de la comunicación* situando el énfasis en la comunicación como *fenómeno vital*. “En el fondo, se trata de poner fin a aquella visión reductiva que imperaba hasta hace poco, donde la pastoral de comunicación se consideraba limitada al problema de los *medios*, de su uso y sus técnicas” (187). Una pastoral de la comunicación debe proyectarse hacia tres grandes campos: “como un servicio de la Iglesia al mundo de la *comunicación humana* en general; como un esfuerzo tendiente a la elaboración de un *estilo* de comunicación propio de la Iglesia: el de su *comunicación pastoral*; y, finalmente, y en tercer lugar, como una respuesta a los desafíos planteados por el uso de los distintos *medios de comunicación*” (188).

HTC describe en la tercera parte lo que cada uno de estos campos comprenden desde una óptica general, profundizando el análisis de la situación del continente y fijando las causas de algunos problemas prioritarios. Esto resulta indispensable para hacer algunas precisiones y aplicaciones concretas de *la pastoral de la comunicación en América Latina*, lo cual constituye la *cuarta parte* del documento (Cfr. 283-375). Reflexionaremos los tres grandes campos de la pastoral de la comunicación antes indicados, relacionando los dos momentos en que son abordados por HTC.

Al estudiar el servicio pastoral *al mundo de la comunicación humana* se incluyen dos aspectos fundamentales: la capacitación y los ambientes de la comunicación (Cfr. 191-203; 305-333). En general la Iglesia promueve todo lo que favorezca la capacidad comunicativa de los hombres, “su aptitud para el diálogo, para participar y promover participación, para crear comunidad y comunión” (192), en los diversos ambientes donde dicha capacidad de comunicación deba o pueda ejercerse (Cfr. 196).

El nivel más amplio de los contextos es el de la **cultura de cada pueblo**, que constituye la expresión global de su vivir y donde se entablan relaciones o modos de comunicación con la naturaleza, de los hombres entre sí y con Dios (Cfr. DP 386). Un ambiente más íntimo de comunicación lo constituye **la familia**, escuela del más rico humanismo y primer centro donde crece y se despliega el dinamismo evangelizador de la Iglesia entera (Cfr. 200). Entre la familia y la globalidad de la cultura se encuentran **los cuerpos intermedios** de variados tipos (Cfr. 202).

HTC hace un llamado a la formación de profesionales en comunicación para que se extienda su influjo a los diversos ámbitos de la convivencia humana (Cfr. 203). En Latinoamérica la prioridad de la capacitación se concentra en contribuir **al diálogo intercultural desde el lenguaje propio y cultural de la región y el que proviene de la civilización urbano-industrial** (Cfr. 308-310).

“Capacitar para el diálogo intercultural a que nuestro continente está desafiado, significa, (..) ayudar, en primer lugar a *tomar conciencia de que poseemos una identidad cultural propia y un lenguaje que la expresa*” (311). Un lenguaje que brota de la fuente o matriz religiosa y católica, fruto de la primera evangelización del continente (Cfr. 311-321). Se recomienda un diálogo participativo y crítico entre los valores del lenguaje propio y los que provienen de la civilización urbano-industrial (Cfr. 332-333), a fin de favorecer una **nueva síntesis vital**.

El campo de la *comunicación pastoral, propia de la Iglesia* (Cfr. 204-229; 334-350) constituye su expresión como organismo vivo, anunciando y viviendo el mensaje que la inspira (Cfr. 207), encarnándolo en modos concretos de comunicación (Cfr. 204), para crear **un modelo-estilo de comunicación** (Cfr. 205) **sacramental, es decir significativo y operador de la comunión** (Cfr. 209-210).

La reflexión del DP aporta la teología de la comunión y participación (Cfr. 341), desde la visión de la Iglesia como Pueblo de Dios (un pueblo en encarnación permanente en otros pueblos y culturas) y como Familia de Dios (que refuerza la comunión interna del Pueblo de Dios) (Cfr. 342; 337), junto a la reflexión de la evangelización de la cultura, desde la religiosidad popular (ambos unidos desde la opción preferencial por los pobres) (Cfr. 345; 295-297).

La búsqueda de un estilo-modelo de comunicación es tanto con *Dios*, mediante la liturgia (Cfr. 212; 335) y los signos en la historia y los tiempos (Cfr. 213; 335); ambos exigen la **plena participación** de toda la comunidad eclesial (Cfr. 213) y donde los **pobres no sólo sean beneficiarios, sino los grandes protagonistas** (Cfr. 295-297; 214). *Entre la jerarquía y los fieles* juegan un papel importante **las corrientes de opinión pública**, de tal manera que los fieles en general, no sólo sean escuchados, sino además tenidos en cuenta, aún cuando compete a los pastores el derecho y el deber de asumir las decisiones (Cfr. 216-218), acorde a su rol de autoridad (Cfr. 215-216; 343).

De los *fieles entre sí*, fortaleciendo todo lo que une (Cfr. 220) para obtener una **organicidad en la pastoral** (Cfr. 223). Para ello se deben procurar sistemas que posibiliten la acción y participación de todos en la pastoral (Cfr. 347). **Lo específico de la pastoral de comunicación es ayudar a integrar y articular una pastoral orgánica** (Cfr. 348), lo cual debe entenderse “como especial *servicio suyo* el ayudar a hacerla realidad” (Idem). De este modo se concreta la pastoral de la comunicación en el mejorar la comunicación pastoral propia de la Iglesia. Al acentuar la comunión, mediante la participación de todos, se requiere crear una conciencia comunicativa ad intra de la Iglesia (Cfr. 350) para que se asuma el valor real de la comunicación y ad extra para que la comunidad eclesial irradie un estilo comunicativo atrayente a los hombres y las culturas (Cfr. 225).

Finalmente el campo del *uso pastoral de los MCS* (Cfr. 230-282; 351-375). HTC se concentra en el tema de los MCS, sin que ello implique minusvaloración de otros medios de comunicación (Cfr. 236). Se atiende a un criterio importante para seleccionar los principales esfuerzos pastorales, “hay que atender, hacia dónde se dirige el movimiento general de la cultura” (DP 398). El cambio global y cultural exige un diálogo evangelizador con las multitudes, para lo cual prestan un gran servicio los MCS, por su alcance masivo e influencia sobre el público (Cfr. 231; 242); por su impacto antropológico-cultural (por la adveniente cultura universal) (Cfr. 235), **los MCS sobresalen como caminos privilegiados para abrir la cultura de los pueblos modernos a los valores conducentes a la comunión** (Cfr. 242).

Respetando la secularidad de los MCS (Cfr. 253) y atentos a su capacidad de generar comunión, mediante un estilo-modelo de comunicación humanizante y liberadora, no excluyen “de ningún modo la transmisión de mensajes religiosos a través de ellos: pues la dimensión religiosa (en cuanto relación a Dios como Creador y meta última) constituye lo más profundo de lo *humano* y es la inspiradora de todos los restantes órdenes de valores dentro de una cultura (Cfr. DP 389)” (254). El documento reconoce vivamente el derecho eclesial de poseer medios propios (Cfr. 256; 258) e intuye que un actuar en los MCS únicamente silencioso y anónimo por medio de cristianos que se pierden como fermento en la masa, “constituye una sutil forma de contagio secularista” (256).

Desde la realidad continental una pastoral de los MCS debe afrontar los desafíos que la comunicación humana y pastoral le presenta a la Iglesia, con un especial cuidado en relación **al diálogo intercultural**. Para ello se invita a un empleo creador de los MCS para aprovechar su potencial capacidad como constructores de una **nueva cultura** (Cfr. 355). Este campo de la

pastoral plantea una serie de *exigencias morales* para el recto uso de los MCS en sus contenidos, forma de transmisión y condiciones sociales; además el *fin propio* del uso pastoral de los MCS y una adecuada *formación* para la comunicación desde los MCS.

En el *planteo moral* respecto de los *contenidos* se destaca la promoción de los valores que sean **conducentes a la comunión** (Cfr. 264) y en Latinoamérica que refuercen el **mundo cultural propio** (Cfr. 359), por lo cual los MCS no pueden desconocer la fe y la religión matriz cultural del continente (Cfr. 358-363). De este modo se evitaría la mentalidad secularista que “por ser atea deshumaniza, y por ser racionalista (abstracta y niveladora) despersonaliza, arrebatando toda identidad propia” (356).

En lo que toca a la *forma de transmisión*, interesan dos aspectos, el lenguaje y la actitud del comunicador (Cfr. 267). Con respecto al **lenguaje**, para que beneficie al perceptor **debe respetar su propia cultura** (Cfr. 268; 370), sin manipulaciones y ayudándolo a crecer en alguna dimensión de su personalidad (Cfr. 269; 366). Se propugna la búsqueda de un lenguaje adecuado para **compatibilizar el Evangelio y los MCS**, a fin de robustecer la identidad cultural y cristiana de América Latina (Cfr. 365).

La **actitud del comunicador** es destacada mediante su propio testimonio (cfr. 253) y su anuncio evangelizador (Cfr. 254), lo cual explicita su capacidad para **crear opinión pública** (conciencia colectiva) (Cfr. 270) libre de influencias ideológicas. El comunicador social identificado con los valores propios de Latinoamérica juega un rol histórico en cuanto con su actitud creativa favorece el encuentro y la participación intercultural (Cfr. 364). En su actuar debe imitar el estilo del pedagogo que respeta los tiempos personales de conversión y cambio de los hombres y sus culturas (Cfr. 367).

Lo anterior tiene que ir acompañado de determinadas *condiciones sociales*. De hecho los buenos deseos de los comunicadores y de la misma Iglesia, se enfrentan ante **la realidad de poderes políticos y económicos que controlan y manipulan los MCS** (Cfr. 272), se plantea la necesidad de una liberación no sólo social sino **cultural englobante** (Cfr. 368). Así se garantizaría los derechos de información y expresión (Cfr. 273-372) para el cimiento de un sano **pluralismo democrático**. Es necesario el aporte y la activa participación de los cristianos para crear materiales y otros elementos que conduzcan a crear la nueva cultura (Cfr. 369).

“Los MCS de la Iglesia deberían ser el gran espacio de libertad de todos los ‘sin voz’, especialmente de la *fe* y de la *cultura* de nuestro pueblo, amenazadas de progresivo sofocamiento por la mentalidad secularista” (Idem; Cfr. 274). Se fomenta la financiación de los proyectos desde las mismas comunidades eclesiales (Cfr. 370) y se invita a tener presente las propuestas del NOMIC (Cfr. 373).

La evangelización en sentido amplio es el *fin del empleo pastoral de los MCS*. Un anuncio que procura la conversión de los hombres para llegar a la comunión (Cfr. 275; 278). Para ello se requiere la conversión de los agentes de pastoral a la comunión como un valor cultural y evangelizador (Cfr. 279).

Un último tema del campo lo constituye la *formación para la comunicación desde los MCS*, donde se pone un especial énfasis en la dedicación que merecen los profesionales de los MCS (Cfr. 276-277). Para que ellos iluminen la realidad desde un sentido crítico (Cfr. 280) y con la ley de Dios (Cfr. 281; 257), para rescatar los aspectos históricos y culturales de Latinoamérica, brindando elementos pedagógicos-pastorales que **estimulen la creatividad del perceptor** (Cfr. 374). Los perceptores cristianos apreciarán los mensajes culturales propios, para descubrir en ellos el llamado de Dios en la historia (Cfr. 375). Se recomienda la creación o el servicio eficaz de adecuados centros de formación y capacitación profesional (Cfr. 282; 374).

Ante el amplio panorama que presenta una pastoral de la comunicación, el mismo documento le precisa su extensión, pues puede desplegar de tal modo sus horizontes (v.gr. una pastoral de la cultura; de la familia; lo tocante a la promoción humana; etcétera), que corra el “riesgo de terminar confundiéndose con todo y, en el fondo, diluyéndose” (226).

HTC visualiza la labor propia en *tres direcciones*: primeramente mantener e impulsar **contactos fecundantes con y entre otras áreas de la pastoral**, “que permitan aportar riquezas o recibir desafíos en la línea de la perspectiva que les es propia y respecto de la cual sólo ellas poseen una verdadera visión y sistematización general (de carácter teológico-pastoral)” (228). En segundo lugar debe dedicarse a **algunos campos específicos**, identificados en su perspectiva propia (v.gr. los medios de comunicación) y finalmente, **de acuerdo a la situación pastoral concreta**, le corresponde asumir “aquellos ‘campos de cruce’ con otras áreas donde es difícil distinguir entre ‘derechos propios’ y ‘suplencias’ ” (Idem) y que de hecho no están cubiertos por otras áreas de la pastoral.

El documento que abordamos busca entregar ciertas ideas y orientaciones fundamentales a partir de un núcleo coherente y abierto, que facilite desenvolvimientos posteriores (Cfr. 4). Consideramos que las ideas que estructuran a este ensayo, no son otras que los mismos principios rectores que configuran el DP.¹⁵⁹ HTC recoge el *eje temático* del **binomio comunión y participación** que en Puebla aparece como una línea interpretativa destacada y, como *centro articulador o estructurante* a la **Segunda Parte del DP**. En particular la referida a la *Evangelización de la Cultura* es la que **articula las respuestas pastorales** especificando y determinando desde la cultura las acciones creadoras que renueven la identidad cristiana latinoamericana. Una nueva cultura que tiene a los pobres como sus principales protagonistas.

HTC utiliza la **categoría de comunión** para referirse al misterio supremo de la unidad (Cfr. DP 212), la perfecta comunión de vida y amor divinos manifestado entre el Padre, y el Hijo y el Espíritu Santo. También la emplea para designar a partir del acto de fe y amor teologal la unidad entre Dios y sus creaturas o entre los hombres entre sí. En HTC el énfasis y objetivo final de la creación y del hombre no es otro que progresar en la **capacidad de comunión y comunicación** a fin de llegar un día a la plena “comunión y comunicación que constituye la vida misma de Dios” (DP 197).

Dios familia trinitaria, puede sintetizarse como **misterio de comunión en el amor, la autodonación y comunicación** (Cfr. 76). Las tres Personas Divinas en el misterio de amor y autodonación, viven comunicándose eterna y plenamente toda su riqueza personal las unas a las otras. Dios invita al hombre (y al universo) a que viva a su imagen y semejanza: a la comunión y comunicación del amor; así **la comunicación constituye una realidad divina**.

La Trinidad mediante una **pedagogía de la encarnación**, dialoga de muchos modos con los hombres; lo hace definitivamente mediante Jesucristo, Palabra Eterna hecha carne. El “prolonga entre los hombres el mismo *proceso comunitario* que, como Palabra increada, realiza al interior de la Sma. Trinidad” (100). Jesús es la Palabra hecha Imagen del Padre que lo ha enviado y transmite en sus palabras todo lo que conoce del Padre. En su retorno glorioso al Padre, comunica a los hombres con Dios, entre sí y recapitula en Sí mismo toda la creación. “Dicho proceso quedará terminado, cuando todos aquellos a quienes el Padre *comunicó* la existencia por su Palabra, eligiéndolos ‘para ser sus hijos’ (Ef 1,5), haya vuelto hacia El por su Palabra hecha carne, y por el Espíritu de Amor que ella *comunica*. Entonces, la *comunicación* de Dios con lo creado estará completa: se habrá convertido en *comunión plena*” (Idem).

Jesucristo es el **signo e instrumento** (sacramento) mediante el cual el Padre conduce a los hombres a la comunión con El y entre sí. Es el signo que manifiesta visiblemente la intimidad de Dios; es instrumento, signo eficaz porque Cristo viene a realizar (obrar) lo que anuncia, a cumplir el misterio salvífico del Padre (Cfr. 108). Luego del retorno del Hijo al Padre, la Iglesia fundada por El es **el nuevo organismo vivo de presencia y comunicación visible** (sacramento) mediante el cual los hombres pueden ser convocados y conducidos a la unión íntima con Dios y entre sí.

La Iglesia cumple con esta misión, siendo sacramento de comunión en Cristo y organismo vivo de comunicación de la Buena Nueva recibida. Por eso evangelizar es comunicar (Cfr. DP 1063), anunciar a los hombres la Palabra de Dios y ofrecerles la vida abundante que en el Hijo brota para **la comunión plena e integral en la Vida Trinitaria**.

La categoría de comunión vertebrada estas reflexiones de la comunicación Trinitaria ad intra et ad extra. La intervención en este misterio de comunión y comunicación es mediada por la **reflexión teologal-sacramental**, desde la cual el documento aborda el estudio cristológico y eclesiológico. Para ello HTC recurre al otro término del binomio orientador, **la participación**.

Si comunión es empleada para acentuar una significación marcadamente ontológica, en cuanto indica un estado o forma establece de vida, la participación adquiere aquí una **forma dinámica, como una acción capaz de conducir a la comunión**.¹⁶⁰ HTC analiza las acciones orientadoras a la comunión con Dios, el género humano y la naturaleza, desde la teología sacramental, que permite **participar del misterio de comunión divina mediante signos (obras) y palabras**. “La participación resulta ser así un camino de comunión y, por lo mismo, una forma de comunicación: de esa comunicación de vida y de amor que se realiza mediante las obras” (118).

Consideramos que la categoría de participación **estructura, desde la sacramentalidad de Cristo y la Iglesia, la pastoral de la comunicación**. Esta procurará en sus diversos campos (Cfr. 188) y directrices (Cfr. 226) que los hombres puedan participar y desplegar al máximo la capacidad de comunicación con Dios, entre sí y con la naturaleza (Cfr. 79). Cuanto mayor sea la participación (cualitativa y cuantitativa) de los hombres en este emprendimiento, mayor será la comunicación. “Participar es comunicar, y comunicar es participar” (118). La participación será además **un discernimiento valioso** para juzgar a los MCS, según la intervención que produzcan o a la que inviten.¹⁶¹

En HTC la **teología de comunión y participación** ofrece la base para el actuar pastoral de la comunicación, en la perspectiva evangelizadora que promueve Puebla. Si bien el área de la pastoral de la comunicación tiene objetivos y medios propios (Cfr. 188; 226), ella no puede deslindarse de la evangelización de la cultura (Cfr. 284; 298; DP 385-443), en un sentido integral. La perspectiva evangelizadora de la pastoral de la comunicación y de la cultura **se entrecruzan** (Cfr. 195-197) **con un mismo grado de universalidad**.

La cultura enfoca los *valores* que conducen a la comunión con Dios, el prójimo y la naturaleza y las *formas* en que los valores se encarnan para hacer posible la comunión. La comunicación enfrenta “la *transmisión* de dichos valores para que sea posible su encarnación en las mencionadas formas y en la vida de las personas, de modo que la comunión se vuelva realidad y crezca” (198). En la transmisión cultural de valores le toca a la pastoral de la comunicación el desafío de alcanzar **una comunicación intercultural con miras a una nueva síntesis vital**, que partiendo de los valores propios del continente pueda asumir los valores de la nueva civilización urbano-industrial (Cfr. 293; DP 436).

Se promueve que la pastoral de la comunicación genere una **cultura de la comunión**, en cuanto *valor* a lograr y desplegar, y **de la participación**, en cuanto *forma o medio* particular de transmisión (Cfr. 299).

En HTC hallamos una reflexión articulada, didáctica y amplia. Para ese **propósito original** se partió de un núcleo central que es la comunicación como hecho vital y no los medios técnicos. De este núcleo son muchos los aspectos que se abarcan y otros son sólo insinuados o dejados para una reflexión posterior. Como hemos visto se enlaza en un todo con el DP. Lo complementa y amplía con sus análisis. El valor de ser la **primera articulación de una teología de la comunicación en Latinoamérica**, deja también algunos puntos o temas que requerirán posteriores evaluaciones y observaciones.

En esto último advertimos la restrictiva reflexión desde y en el DP, **desconociendo o ignorando el rico y vasto cuerpo doctrinal** de la Iglesia continental en el tema de la comunicación social.¹⁶² En otro orden es lamentable el escaso lugar que ocupan los **medios de comunicación grupal**, en un continente con vasta praxis e investigación en el tema. La **presencia de los profesionales cristianos en los MCS no confesionales** es prácticamente omitida y su tratamiento escaso.

El documento, al partir de un rico estudio doctrinal, elabora una praxis que puede sugerir **un cierto ingenuismo**. Señala correctamente la senda a seguir, pero pareciera que la realidad no es suficientemente evaluada: ¿dónde están los agentes que puedan llevar adelante la magna tarea que propone HTC? Consideramos que se asemeja a la visión optimista de MD-MCS 24, donde se solicitaba a los MCS más de los que ellos podían brindar.

También es notoria la ausencia reflexiva de las **propuestas del NOMIC**, las **políticas de comunicación** ad intra y ad extra de la Iglesia y el rol que juegan las diversas **Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación**. Por algunos de estos motivos el documento no tuvo grandes repercusiones.¹⁶³ El *hacia* del título de este trabajo indica que es solamente un primer paso en el camino de la teología de la comunicación, que habrá que llevar a síntesis ulteriores de **mayor perfección y organicidad**. Gracias a HTC, el tema ya conoce un valioso antecedente.

6.2.2. *Comunicación, Misión y Desafío. Manual Pastoral de Comunicación Social*

La elaboración del manual ¹⁶⁴ tuvo diversas etapas y autores¹⁶⁵ y es fruto del Plan Global del DECOS/CELAM (1983-1986), que considera conveniente “contar con un instrumento de trabajo que, aunque imperfecto y provisorio, a manera de síntesis teórico-práctica pudiera iluminar, animar y guiar la pastoral de la comunicación en América Latina” (9). CMD tiene como fin **colaborar en la formación de agentes pastorales en comunicación**; la organización de seminarios sobre comunicación para obispos, sacerdotes y religiosos y otros programas similares. Siguiendo de este modo el criterio de dar prioridad a la formación en comunicación social (Cfr. DP 1081; 1085; 1088-1089).

El manual penetra en el fenómeno de la comunicación social y sus desafíos a la acción eclesial, desde la realidad continental, en una perspectiva pastoral - evangelizadora, con un sentido didáctico y a partir de una metodología del ver, juzgar y actuar, a fin de presentar un panorama eclesial del tema en **forma sistemática y orgánica** (Cfr. 12). La misión de CMD es robustecer y alcanzar una comunicación que genere comunión con Dios y entre hombres y pueblos del continente.

El texto no intenta agotar todos los temas. Queda abierto a los aportes que nazcan de los cursos, encuentros y acciones afines que él mismo procura iniciar. Es un instrumento pastoral, una guía de trabajo hacia la reflexión - acción evangelizadora que requiere de una adecuada contextualización en la realidad comunicacional donde sea implementado. Esa encarnación (con espíritu de flexibilidad y adaptación), posibilitará los desarrollos ulteriores que CMD requerirá.

También para el animador pastoral, la realidad donde se emplee este manual exigirá “conocer de manera suficiente la documentación eclesial pertinente (magisterial de los diversos niveles y también organizaciones católicas o de inspiración cristiana)” (13).

CMD está organizado en cuatro partes, divididas en capítulos. La Primera Parte (ver), aborda el fenómeno de la comunicación social, proponiendo algunos conceptos sobre la comunicación humana en general (capítulo 1); abordando en la realidad continental los procesos que genera la comunicación y sus medios (capítulo 2); para concluir con una visión panorámica de los documentos eclesiales del continente sobre el tema (capítulo 3).

La Segunda Parte (juzgar) expone algunos elementos para reflexionar la realidad a la luz de la fe (capítulo 4), recogiendo allí los aportes sustanciales de HTC y los aspectos éticos y morales que se desprenden del tema (capítulo 5). La Tercera Parte (actuar) apunta a las perspectivas pastorales de la acción comunicadora, englobando la praxis de la comunicación social en la cultura de la nueva sociedad (capítulo 6) y en las políticas y estrategias que la Iglesia debe asumir para enfrentar sus tareas evangelizadoras (capítulo 9). El tema pastoral

incluye las relaciones de la comunicación social en una pastoral orgánica (capítulo 8) y con la liturgia (capítulo 7). La Cuarta Parte es una bibliografía comentada de comunicación social.

La estructura y los contenidos de CMD están orientados a favorecer la toma de conciencia y una praxis pastoral en los diversos sectores de la Iglesia, ante el protagonismo que debe adquirir la comunicación social en la evangelización de los pueblos latinoamericanos.

Realizaremos un comentario abarcativo de cada capítulo, ya que al ser elaborados por diversos autores mantienen por un lado una cierta autonomía y por otro una interdependencia en el objetivo general del manual. También, debido a que **CMD reafirma** a lo largo de sus partes y capítulos aspectos, temas y conceptos que hemos desarrollado y expuesto en esta investigación sobre la comunicación social en la Iglesia latinoamericana; pasaremos a un *análisis sintético* de los capítulos.

El tópico de la comunicación humana en general es tratado en el primer capítulo. Enmarca el tema en un proceso cultural innato en la naturaleza social del hombre, con un universo cada día más amplio de dimensiones y modalidades, de medios y de áreas o campos por abarcar. Un proceso cultural que se orienta al deber ser de la comunicación: **el de la participación dialógica**, enfatizando los sujetos que intervienen en este proceso (Cfr. 21-22). El diálogo entre las personas como una participación activa y autónoma de los sujetos en interrelación, es lo que constituye **la esencia de la comunicación humana** (Cfr. 23). **Una interacción que haga de la comunicación, una comunión.**

La realidad latinoamericana es el rubro abordado en el segundo capítulo. El tema se introduce desde las reflexiones aportadas por el DP y HTC (Cfr. 45-49); luego el autor se encamina a un análisis exhaustivo y pormenorizado de las comunicaciones de masas como producto de la sociedad industrial, estudio en el que hace algunas referencias a la situación continental, junto a muchos otros tópicos, entre los que figuran las organizaciones eclesiales de comunicación en el continente (Cfr. 103-110).

El capítulo tercero (cierre de la Primera Parte), presenta los planteamientos eclesiales (particularmente latinoamericanos) sobre comunicación social, analizando los principales documentos eclesiales en los diversos contextos históricos y culturales en que se elaboran entre 1955 y 1985.

El capítulo cuarto realiza una reflexión teológica sobre la comunicación desde el DP y HTC; concluye con ejercicios para profundizar la reflexión de la comunicación a la luz de la Palabra de Dios y con la mira puesta en la acción (Cfr. 189-192).

El capítulo siguiente aborda la ética y la moral de la comunicación social **desde una perspectiva integral**, ya que el tema trasciende de un modo obvio los moralismos privatizados y particularistas. “Los problemas éticos y morales de la comunicación social se inscriben en el marco de los conflictos sociales, económicos, políticos y culturales de la historia humana. Por lo tanto, es preciso afrontarlos con una visión totalizante, desde una intencionalidad crítica y transformadora de los sistemas, de las ideologías y de los acontecimientos estructurales, que impiden la realización cabal de la dignidad humana en lo individual y en lo social, en lo material y lo espiritual, en lo inmanente y lo trascendente” (195).

El fin de la comunicación y sus medios es lograr **la plena humanización** y realizar **el valor de la dignidad del hombre**. Todo lo que hace al hombre y su bien común, la Iglesia lo ilumina desde la reflexión de la fe y promueve algunos valores orientadores que favorezcan adecuadamente los medios convenientes al fin. CMD propone valores éticos y morales desde el DP, CP, IM y otros documentos magisteriales de la Iglesia. En el desarrollo del capítulo, se incluye **una aproximación a la deontología profesional de la comunicación social, como parte integrante en la ética de la comunicación social** (Cfr. 212-216). Al igual que el capítulo anterior, éste concluye con algunas ejercitaciones prácticas (Cfr. 216-217).

El capítulo sexto (que abre la parte pastoral del manual), desde los **conceptos englobantes de comunión y participación**, es un análisis de la interdependencia de la cultura y la

comunicación (Cfr. 237-242) y de la comunicación como medio para crear nuevos modelos sociales de convivencia (nueva sociedad) (Cfr. 230-237). Consideramos que este capítulo se relaciona con el noveno que reflexiona sobre políticas y estrategias pastorales conducentes a la comunión y participación que genera la comunicación. Las proposiciones del capítulo pretenden ser una “ayuda a la concreción pastoral de cuanto se ha dicho en el presente trabajo” (279), a fin de facilitar una presencia más dinámica de la Iglesia continental en el área de la comunicación social.

CMD estima como políticas convenientes y necesarias para un trabajo planificado en la comunicación eclesial, las siguientes: ahondar en la comunicación intraeclesial; desarrollar el sentido crítico y la percepción activa frente a los medios; promover la comunicación popular; procurar una presencia activa de la Iglesia en la comunicación grupal y masiva; manejar adecuadamente los medios propios de la Iglesia; comunicar en la perspectiva de la evangelización de la cultura; procurar una participación de la Iglesia en las políticas nacionales de comunicación social; fomentar vocaciones a la comunicación social; ofrecer una formación cristiana a los comunicadores sociales e integrar la comunicación en la pastoral orgánica (Cfr. 280-306). El análisis de cada política está complementado por diversas actividades de estudio y reflexión, en orden a su profundización y puesta en práctica.

El capítulo séptimo aborda la relación entre la comunicación social y la liturgia, y el octavo hace lo propio con la pastoral orgánica, ambos analizan los tópicos desde las perspectivas investigadas en documentos anteriores, particularmente DP y HTC.

Observamos que el manual se basa y explicita a CP, DP y HTC. No se reduce a una reiteración, **los interpreta y contextualiza** frente a los desafíos evangelizadores de la Iglesia latinoamericana en el momento que CMD conoce la luz. El manual continúa la reflexión anterior al priorizar la comunicación humana y no únicamente la instrumental, al relacionarla con la cultura y **por primera vez formula** de un modo explícito (en un documento oficial de la Iglesia latinoamericana) **la necesidad de políticas y estrategias** para enfrentar la urgente evangelización de la cultura.

Destacamos además el capítulo referido a la ética y moral de la comunicación, abordando la rica reflexión desde CP, con la visión humanizante y socializante de la comunicación social, mirando al **bien común** como factor convocante del hombre y su vida en comunidad. El capítulo responde a las solicitudes sobre el tema en cuestión, manifestadas en otros documentos eclesiales sobre comunicación social. CMD sale al paso de la prioridad de la formación en comunicación social indicada en Puebla. En su realización integral es la **primera sistematización teológico-pastoral en orden a la formación** de diversos agentes de pastoral en el área.

Junto con estas valorizaciones, observamos que CMD al ser obra de diversos autores, **posee reiteraciones y superposiciones de temas** (Cfr. v. gr. 30-33 y 237-242). Notamos que los contenidos de los tópicos, si bien responden a la línea emanada de CP, DP y HTC, poseen diversos estilos y modos de expresión. En general el **lenguaje utilizado** en el manual supone una preparación previa para enfrentar la lectura y posterior interpretación en orden a la praxis pastoral. Algunos capítulos (Cfr. el primero y segundo particularmente) abundan en erudiciones, tecnicismos y citas que pueden dificultar el acceso a los agentes de pastoral que empleen este material.

También consideramos que la edición de un manual requiere de una **constante actualización** en sus contenidos, lenguaje, medios, nuevas experiencias, etcétera; lamentablemente CMD no ha tenido el *aggiornamento* que su propósito requiere.

CMD tiene el mérito de haber recogido y expresado reflexiones, pistas diferencias teóricas y prácticas, en convergencia y unidad, en orden a la formación en comunicación social; llenando un vacío evidente en este campo y fue **generador de varios proyectos pastorales** al respecto.¹⁶⁶

6.3. “Respetar y favorecer la libertad de expresión y la correlativa de información” (DP 1082)

El tercer principio orientador de Puebla tuvo su primera realización al año de concluir dicha Conferencia; en 1980 nace el *Servicio Informativo América Latina* (SIAL).¹⁶⁷ Este organismo además de promover la intercomunicación entre las Conferencias Episcopales Nacionales y el CELAM, se propuso brindar información sobre la vida y el pensamiento de la Iglesia latinoamericana a los MCS. “Su servicio pastoral hoy es innegable”.¹⁶⁸ Unida a esta realización, está la implementación a partir de 1988 de la *Red Informática de la Iglesia Latinoamericana*, que procuraba (entre otros objetivos) una interrelación de las Iglesias locales en forma inmediata y la capacitación de agentes de pastoral por medio de un abundante banco de datos.¹⁶⁹

Otros momentos representativos son por un lado el Seminario Latinoamericano sobre la *Iglesia y el Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación* (NOMIC) realizado en Embú (San Pablo, Brasil) en 1982 y por otro, un Seminario llevado a cabo en Quito (Ecuador) en 1985 sobre el tema *Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea*; sobre ambos nos detendremos con dedicación por comprenderlos significativos dentro del criterio que estudiaremos (Cfr. ut infra 6.3.1. y 6.3.2).

En Belo Horizonte (Brasil) tuvo lugar un *Simposio sobre Iglesia y Opinión Pública*, efectuado en octubre de 1989. En esa ocasión se tomó como base el discurso de Pío XII “ante el III Congreso Internacional de la Prensa Católica (18 de febrero de 1950) señalando a la opinión pública como ‘patrimonio de toda sociedad normal’ ”,¹⁷⁰ y los tres encuentros pastorales realizados en el continente en 1972.¹⁷¹ Entre los objetivos del simposio se incluyó el elaborar líneas para una pastoral de la opinión pública en el ámbito de la evangelización de la cultura. “A pesar de los esfuerzos realizados para profundizar este tema tan importante como urgente y necesario, sólo se llegó a un documento ‘provisional’ enviado a los participantes. Se insistió mucho en que la Nueva Evangelización pasa por la inserción en las corrientes de opinión y se invitó al CELAM para que actúe rápidamente en este importante problema”.¹⁷² En relación al tema de la opinión pública, el DECOS/CELAM publicó en 1990 un título sobre el tópico,¹⁷³ por el cual se desea estimular la reflexión tanto al interior de la Iglesia como en el ámbito de la sociedad civil acerca de dicha dimensión. Teniendo en cuenta estas variadas realizaciones en el área de la libertad de expresión y de información, pasamos al análisis de los documentos antes citados.

6.3.1. *Iglesia y Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación*

El Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación (NOMIC),¹⁷⁴ al cual hiciéramos referencia anteriormente¹⁷⁵ es una expresión emergente desde los países del Tercer Mundo para indicar la “convicción y la necesidad de reestructurar de raíz tanto la filosofía de la información como sus instituciones mundiales”.¹⁷⁶ Existe una relación estrecha y cercana entre el NOMIC y la dominación económica internacional sobre los países en desarrollo.

Desde los centros de dominio de los países desarrollados se coloniza económicamente a los países periféricos y pobres, para tal fin se requiere la conducción de los instrumentos que facilitan igualmente una dominación ideológica y cultural. “La emancipación económica exige una emancipación cultural e informativa. Este objetivo lo persiguen aquellos que propugnan el ‘Nomic’ y tienen razones.”¹⁷⁷

El NOMIC resume las ideas centrales discutidas a nivel mundial desde los comienzos de la década del setenta acerca de los **desequilibrios** de la información; sobre las **injusticias** que se cometen a través de la comunicación y de la **dominación** política y cultural de los pueblos. Realizando una apretada síntesis (conscientes de los límites de la misma), **los puntos centrales**

que se tienen en cuenta dentro **del concepto del NOMIC** son: la democratización de la comunicación; la creación de nuevas estructuras de comunicación en los países del Tercer Mundo a fin de terminar con una comunicación colonialista; desarrollar las condiciones que favorezcan un acuerdo amplio entre diversos sectores y ámbitos de la sociedad para sustentar una política democrática de comunicación y la defensa de la identidad cultural de los pueblos.

La Iglesia toma conciencia, un poco tardíamente, de la necesidad de abordar el NOMIC, un tema que Puebla no desarrolló aún cuando ya tenía vigencia en el continente.¹⁷⁸ De allí que un grupo de comunicadores cristianos convocados por la Asociación Católica Latinoamericana para la Radio y la Televisión (UNDA-AL), el Secretariado para América Latina de la Organización Católica Internacional del Cine (SAL-OCIC), Unión Católica Latinoamericana de Prensa (UCLAP), y la Unión Cristiana Brasileña de Comunicación (UCBC), contando con el auspicio entre otros del DECOS/CELAM y la Organización de las Naciones para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), se reúnen del 8 al 12 de octubre de 1982 en Embú (Brasil) en un Seminario Latinoamericano sobre *Iglesia y Nuevo Orden Mundial de la Información y de la Comunicación* (NOMIC).

Este seminario dentro de la Iglesia latinoamericana se propone como un “acontecimiento *profético* porque *denuncia* los mecanismos de injusticia y opresión presentes en el sistema de desorden mundial de la información y de la comunicación y *profético* también porque *anuncia* un nuevo orden, nacido de la conciencia crítica y de la acción organizada de todos los que aman la justicia y la verdad, la fraternidad y la libertad (Cfr. Juan XXIII en la *Pacem in Terris*), que son los ‘pilares de la paz’ ”.¹⁷⁹

Las *Conclusiones y Recomendaciones* del seminario se estructuran en un documento¹⁸⁰ que consta de un proemio y cuatro partes. En la introducción destacamos la firme decisión de los comunicadores cristianos del continente en la activa implementación de los postulados del NOMIC (Cfr. 3). La *primera parte* (Cfr. 5-15) caracteriza la situación comunicacional en Latinoamérica, gravada por **injustas estructuras económicas** que responden a intereses de élites dominantes (Cfr. 5-7); reforzada por la doctrina de la seguridad nacional (Cfr. 9), sistema de represión que trata de desarticular las instituciones representativas y/o democráticas del pueblo (Cfr. 10-11) y las expresiones culturales del pueblo creador (Cfr. 12-13).

En esta situación tanto la información como la comunicación ejercen un papel preponderante en la estrategia de dominación. Los MCS son negocios mercantiles para una minoría y “los flujos internacionales de información son controlados directamente por unos pocos centros de poder mundial, impidiendo que todos tengan oportunidad de hacer oír su voz” (14). La dominación colonialista de la comunicación se ve favorecida por la modernización tecnológica que siempre está en manos de élites transnacionales (Cfr. 15).

La *segunda parte* (Cfr. 16-31) indica al NOMIC como una proposición de transformación y cambio para liberar a los pueblos de toda dominación cultural, a fin de **hacer efectiva su soberanía política y económica** (Cfr. 16-17). “Estos deben ser los pilares de un nuevo orden nacional e internacional” (17).

El NOMIC se concibe como **el emergente** de una propuesta global e integral de las relaciones internacionales que deben favorecer **nuevos modelos económicos** (por eso la oferta del Nuevo Orden Económico Internacional, denominado NOEI); **políticos** (donde el pueblo y los pueblos del mundo sean protagonistas de la democratización y de una mayor cooperación horizontal entre los países Sur-Sur) y **culturales** (como un requisito indispensable para la superación de toda dependencia económica y política) (Cfr. 18-22). Si algo caracteriza el NOMIC es “la lucha por la democratización de la comunicación, como un proceso único” (27).

Este proceso exige que **todos los miembros de la sociedad, especialmente los desposeídos**, obtengan un camino libre en igualdad de oportunidades a los diversos medios de comunicación (Cfr. 29a); también que puedan participar e intervenir en la producción y distribución de los mensajes y en la toma de decisiones inherentes a la política y planificación de la comunicación (Cfr. 29b).

Se fomenta en el pueblo, con particular cuidado en los marginados, la capacidad de comunicación “esto es, la habilidad para producir mensajes con valores propios que atiendan a sus intereses, y no con los valores impuestos por la cultura dominante” (29c). “De lo que se trata es de crear las condiciones profesionales, técnicas, sociales y, en definitiva, políticas para llegar a una *dimensión multidireccional de las comunicaciones*”.¹⁸¹

El concepto de *multidireccionalidad* de Reyes Matta implica el reconocimiento de un mundo diverso en culturas y en modelos de desarrollo y en consecuencia sólo se puede conocer el propio mundo y, de los otros sobre la base de una comprensión sin prejuicios. La perspectiva multidireccional reclama que los flujos de información y noticias den una presencia a los países menos desarrollados siendo consecuentes con sus búsquedas, aspiraciones y realidades. Ello requiere que los grandes medios de influencia internacional brinden **una mirada nueva a la situación de los países periféricos** dejando de lado su etnocentrismo y parcial unilateralidad.¹⁸²

Tales demandas y procesos enunciados hacia un nuevo orden informativo y comunicacional han encontrado serios rechazos a nivel de los grandes medios transnacionales, los mismos que han defendido los principios de libre flujo, brindando así a sus medios gran influencia y poder económico. Ante esta situación, se han creado formas diferentes de comunicación, no verticales, que representan e inter-relacionan a los hombres y comunidades.

Son diversas las denominaciones y una ha tratado de englobarlas, es la *comunicación alternativa*, que por tener un carácter liberador, **representa los intereses de los desposeídos y marginados del colonialismo comunicacional** (Cfr. 30). El documento recuerda que esta comunicación popular liberadora es parte constitutiva del proceso del NOMIC, pero no lo agota, también los MCS deben ser puestos al servicio del pueblo (Cfr. 31).

La *tercera parte* (Cfr. 32-47) puntualiza el compromiso de la Iglesia en la promoción y desarrollo del NOMIC en la misma práctica evangelizadora, ya que la comunidad eclesial “tiene que usar los medios de comunicación en un proceso que sea participativo y dialogal” (37), con una actitud ecuménica que favorezca el trabajo conjunto con otras Iglesias que alientan a los movimientos populares en el proceso de búsqueda de la comunicación liberadora (Cfr. 45).

En el empleo de los medios propios (Cfr. 46) la Iglesia debe promover que “el pueblo exprese directamente sus sentimientos, problemas y pensamientos, siendo no solamente voz de los que no tienen voz, sino aún más dando voz a los que no la tienen” (Idem). Puebla había consagrado el compromiso eclesial de ser voz de los sin voz (Cfr. 1094). Aquí se **da un paso hacia adelante** indicando que no es la Iglesia quien debe hablar en nombre de los que habitualmente viven marginados y sin acceso a los medios, sino que debe ofrecer su espacio y sus medios para que sean los mismos hombres y sus comunidades los que hablen y presenten su situación y realidad.

“Este cambio de actitud es muy importante porque representa **el respeto absoluto a la dignidad de la persona humana**. Hay mucho de paternalismo en eso de hablar en nombre de una clase silenciada, por muy marginada que sea. No se trata de que las mayorías silenciosas se hagan oír por quienes asumen su causa; lo importante es que esas mayorías reviertan el silencio y hablen por su boca y con su palabra”.¹⁸³

La *cuarta parte* (Cfr. 48-66) enumera las recomendaciones que hacen referencia a los diversos estamentos sociales, profesionales, populares e institucionales. Se pretende “involucrar en este proceso al mayor número de instituciones y organismos eclesiales de América Latina y del mundo”.¹⁸⁴ A la comunidad eclesial le corresponde un rol protagónico en el NOMIC, ella está llamada a sensibilizar, promover y participar en la **formulación de políticas culturales** nacionales e internacionales que faciliten la democratización de los bienes culturales del pueblo latinoamericano (Cfr. 48-52).

Le compete también el desarrollo y la movilización **de la conciencia crítica** en los diversos sectores sociales, ante contenidos alienantes y masificadores, a fin de estimular su participación

activa en la creación de nuevos y propios medios de comunicación que respondan a la cultura del continente (Cfr. 53-54). En sus medios propios la Iglesia es invitada a superar una visión instrumental, reemplazándola por una **práctica dialogal y participativa**, acelerando así un **proceso de democratización** en la vida de la misma comunidad y posibilitando la expresión concreta y activa de la voz del pueblo (Cfr. 56-61).

A los profesionales de la comunicación se les solicita que formen comunicadores populares, en base a la experiencia de la comunicación grupal liberadora. Se les recomienda con insistencia participar activamente en la elaboración de políticas editoriales y en la co-gestión de los mismos medios, apoyando a las clases populares, a los sindicatos profesionales y otros estamentos de la sociedad para hacer realidad los objetivos del NOMIC (Cfr. 55).

En NOMIC-AL la Iglesia latinoamericana reclama para sí y para el mundo transformaciones y cambios en las superestructuras de comunicación y con especial énfasis en amplios sectores de la sociedad que deben participar activamente en la promoción y conquista de nuevos modelos comunicacionales y culturales. Entiende que el cambio no pasa únicamente “por transformar las dimensiones de la comunicación e información (flujo de un emisor a un receptor), sino que se debe ir más allá, a la gestión de una relación creativa entre todos los grupos e individuos de la sociedad”.¹⁸⁵

El llamado a la **democratización de la comunicación** es una exigencia a la **formulación de políticas de comunicación**, en las cuales se plasman las verdaderas y representativas necesidades y prioridades del pueblo entero. Estas formulaciones de política comunicacional se deben enriquecer no sólo con los aportes institucionales y/o estatales, sino desde las mismas **experiencias grupales, populares o alternativas**. NOMIC-AL es una propuesta para superar el divorcio y la división entre acciones estatales y grupales-comunitarias.

Es también una invitación a la organización de los sectores alternativos, que al generar nuevos modelos y planes de acción, deben influir con sus ofertas en las políticas nacionales e internacionales. Para que esto sea posible el documento considera imprescindible conectar, desde el nivel nacional, **la problemática de la comunicación e información con los problemas de la economía**.¹⁸⁶

Los postulados de la democratización de la comunicación del NOMIC y del documento reflexionado, encontraron la dura realidad de crecer y desarrollarse en medio de un continente regado de regímenes autoritarios inspirados en la Doctrina de la Seguridad Nacional. Muchos de los impulsores de esas ideas fueron silenciados por el terrorismo de estado o por la represión. No por ello la proposición murió, pero por lo indicado y ante la visión de un mundo sin el rol protagónico en las Naciones Unidas y por ende de la UNESCO¹⁸⁷, la mayoría de los proyectos que debían vehicular los postulados de una comunicación democrática, quedaron en la mayoría de los casos en papeles y buenas intenciones.

Si bien algunas experiencias no llegaron a ver la luz y las alternativas realizadas no alcanzan a ser significativas ante el sistema tecnológico y transnacional de la comunicación; no por ello las propuestas del NOMIC, entendido como **comunicación democrática y democratización de la comunicación**, como justicia e igualdad aplicada en el inalienable derecho a la comunicación, dejan de tener hoy la misma validez que ayer.¹⁸⁸

6.3.2. Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea

Observando un vertiginoso avance de las nuevas tecnologías para la comunicación, se constata que estos cambios han favorecido una fabulosa concentración de poder económico y político que pone en peligro tanto las culturas de los pueblos como sus sistemas políticos. A fin de responder de un modo creativo a los retos planteados y asumir la responsabilidad de desarrollar políticas de comunicación que promuevan una sociedad más democrática, participativa y solidaria, la OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP, con el patrocinio del

DECOS/CELAM, bajo el auspicio de la UNESCO y con la colaboración del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL), organizaron el Seminario *Iglesia y desafíos de la comunicación contemporánea*, celebrado en Quito (Ecuador), entre el 4 y 8 de noviembre de 1985.

El seminario elaboró un *Informe de Trabajo* ¹⁸⁹ deseando ser el inicio de una reflexión a nivel latinoamericano sobre estos temas que tocan en vivo la cultura de nuestros pueblos y convirtiéndose en un desafío para la misión evangelizadora de la Iglesia continental.

El Informe de Trabajo se divide en tres partes: *un preámbulo* (I), *reflexiones* (II) y *recomendaciones* (III). El preámbulo es un balance de la situación (con lo cual iniciábamos este análisis). Las reflexiones detectan los desafíos que enfrenta la Iglesia. *Testimoniar* nuevas formas de comunicación (Cfr. II.1) hacia el interior de ella mediante la **activa participación** de diversos niveles y sectores de la comunidad (Cfr. II.1.b) y hacia fuera de ella con políticas propias de comunicación (Cfr. II.1.a).

Fortalecer la conciencia sobre la necesidad de las políticas de comunicación democráticas y participativas (Cfr. II.2), aún ante la resistencia que tal transformación genere en la sociedad (Cfr. II.2.b), ya que esta tarea es parte del **anuncio profético** de la comunidad eclesial (Cfr. II.2.a).

Identificar e integrarse con los agentes de la sociedad civil que puedan desarrollar y poner en práctica los cambios propuestos (Cfr. II.3). *Desarrollar* con los promotores de la nueva sociedad latinoamericana, la formulación de políticas de comunicación que **estimulen la cultura del continente y propuestas creadoras en lo social, político y económico** (Cfr. II.4.b).

Diseñar estrategias que garanticen la responsabilidad que le cabe a la Iglesia en el moderno desarrollo tecnológico y la nueva cultura (Cfr. II.5), de un modo particular hallando un **lenguaje adecuado** para evangelizar esta cultura que nace desde los grandes cambios tecnológicos (Cfr. II.5. c) y reconociendo “que es tarea prioritaria del laico asumir con una visión cristiana la investigación, producción, manejo y distribución de las nuevas tecnologías” (II.5.b). Continuar como Iglesia el compromiso inherente de defender las mayorías silenciadas y avasalladas en su dignidad humana y cultural (Cfr. II.6), luchando en favor de relaciones sociales más justas e igualitarias (NOEI y NOMIC) (Cfr. II.6.b) y **aportando una reflexión ética** ante los acontecimientos (Cfr. II.6.a).

Encontrar una política de capacitación para comprender, leer y usar las nuevas tecnologías, formando al perceptor en el espíritu crítico frente a ellas (Cfr. II.7).

Las recomendaciones que se formulan promueven una profunda reflexión sobre las **nuevas tecnologías de comunicación** en los diversos estamentos y ambientes de la Iglesia (Cfr. III.1); “*fortalecer* el ejercicio de derecho y del deber de la Iglesia a actuar en el campo de la comunicación masiva, alternativa y la que surge de las nuevas tecnologías, y reafirmar que éste es un campo de acción específico de los laicos, al mismo tiempo que se propicia la capacitación de los agentes pastorales en este tema” (III.2). Finalmente se *propicia* la formulación de planes y políticas de capacitación en comunicación social que desarrollen el sentido crítico ante las nuevas tecnologías (Cfr. III.3).

Consideramos que IDCC’85 propone construir procesos activos de recuperación de los valores culturales latinoamericanos, de la promoción de los mismos y de creación de estrategias para alcanzar y concretar esta necesidad sentida y vivida ante los grandes cambios tecnológicos. En la visión del documento la implementación de políticas de comunicación va más allá de brindar simples normas de manejo de los medios y menos aún sistemas legales para limitar la libertad de expresión e información (censura).

El seminario solicita la existencia **de políticas de comunicación que resguarden la cultura** y para lograr este objetivo, ve conveniente la creación de mecanismos que fortalezcan y difundan las culturas originales de los pueblos. IDCC’85 establece los grandes campos

conceptuales y prácticos a desarrollarse en la implementación de políticas culturales de comunicación, favoreciendo que las nuevas tecnologías puedan ser **asimiladas y adaptadas a las necesidades socio-culturales** del continente. Lo contrario sería negar la realidad, ya que no es posible vivir de espaldas a ésta que se impone por sí misma.¹⁹⁰

6.4. Conclusión

Ya señalamos que el período post-puebla se distingue por la **creatividad** tanto en la reflexión como en la praxis comunicacional. Las breves reseñas efectuadas y los estudios de algunos documentos significativos aportan ciertos datos que confirman la aseveración inicial. Esta productividad lleva a indicar, suscintamente, algunas de las causas, consecuencias y desafíos.¹⁹¹

En el centro vital de las realizaciones y análisis hay un hecho concreto, **la mutua relación e implicación entre comunicación y cultura**; la raíz y fuente de donde emana la apertura de un nuevo período para la comunicación social en la Iglesia latinoamericana. Dos categorías interdependientes que orientan el quehacer en el área, destacándose el **fenómeno de la participación dialógica**, en la cual priman las personas que se comunican y no tanto los medios (masivos, grupales, alternativos,...). A partir de esta concepción la preocupación se centra en que **el mensaje** (y no sólo el medio) sea comprendido entre los interlocutores. A esta meta tienden los esfuerzos para **evangelizar las culturas e inculturar el Evangelio** en los diversos pueblos.

La inquietud para encarnar el mensaje evangélico en una cultura y sus relaciones con la comunicación, reclama de la comunidad eclesial “un ‘estilo modelo’ de comunicación humanizante y liberadora, capaz de generar comunión” (HTC 253), donde el protagonista con propia voz es la masa poblacional pobre y marginada que caracteriza a la mayoría numérica del continente (Cfr. NOMIC-AL 46; HTC 295). En este proceso de inculturación la exigencia es asumir la propia cultura del pueblo, sus códigos y su lenguaje; los valores propios que conforman la identidad cultural (de raíz cristiana) del continente.

A la comunicación le compete en esta encarnación-inserción evangélica **algunos desafíos**, por un lado **traducir el Evangelio respetando las culturas autóctonas**, generalmente segmentadas y específicas; y por otro **enfrentar los riesgos de una emergente cultura nueva**, que tiende al secularismo y por lo mismo reaccionaria a los principios del Evangelio, manifestada frecuentemente como masiva e indeterminada. Observamos que en la inculturación para la comunicación de la Palabra de Dios, **se rompe la falsa dialéctica y polémica entre medios masivos o grupales**; unos u otros están al servicio de la encarnación, purificación y elevación de las culturas. A fin que el Evangelio sea anunciado en lenguajes y contenidos acordes a los códigos del sujeto-pueblo (perceptor).

El estilo-modelo de comunicación-comunión tiene que enfrentar el reto de dialogar integralmente con una cultura masificante, dominante y secularista que se va confrontando a diario con los valores culturales autóctonos del continente (Cfr. HTC 292 ss). Es el desafío de lograr una nueva síntesis vital a partir de la fe de los pueblos latinoamericanos, de modo que éstos puedan incorporar los valores de una nueva **cultura urbano-industrial** (Cfr. HTC 293), que a fines de la década de los ochenta se perfila además como una **cultura tecnológica-informática**.

Este diálogo intercultural requiere de la Iglesia un estilo-modelo comunicacional que **siga el ejemplo de Jesús** “el perfecto comunicador” (CP 11; Cfr. HTC 136 ss), a fin de que en sus palabras y obras (sacramento), continúe comunicando a los pueblos todo lo que ella ha recibido de Cristo (Cfr. HTC 156 ss). **Esta comunicación es evangelización para llevar a todos los hombres y culturas a participar de la comunión de vida nueva en Dios** (Cfr. HTC 185 ss).

La urgencia de un estilo modelo de comunicación encarnado en las diversas culturas tiene en el período reseñado varios **sujetos preferenciales**. Destacamos (entre otros) **a los pobres** (Cfr. DP 1134 ss), **los jóvenes** (Cfr. DP 1166ss) y **los constructores de la sociedad pluralista en América Latina** (Cfr. DP 1206 ss), particularmente los comunicadores sociales. En un continente pobre, explotado, marginado, sumido en la opresión y el hambre, la Iglesia continental se ha puesto en la avanzada de una pastoral decididamente desde los pobres.

El área comunicacional no ha sido ajena a responder a este desafío, por ejemplo: creando y alentando la formación en el sentido crítico; desarrollando la comunicación grupal, favoreciendo la que podemos denominar **popular**, “una comunicación ‘horizontal’ (fraterna y solidaria), alternativa (en cuanto abra a un relacionamiento distinto al que ha acostumbrado una práctica capitalista liberal o socialista marxista), participativa (en cuanto propicie y exprese un protagonismo más amplio)” (CMD 287; Cfr. NOMIC-AL 30); donde los pobres y silenciados de la sociedad asuman con **propia voz** (Cfr. NOMIC-AL 46) el protagonismo de evangelizar la cultura con sus valores y actitudes frente a la naturaleza, el prójimo y a Dios (Cfr. HTC 295-296). Ayudando a crear una **nueva síntesis cultural** en el continente (Cfr. HTC 289 ss).

En un continente pobre y mayoritariamente joven, a lo largo del período post-Puebla emerge una nueva cultura que denominamos tecnológicamente informática. La imagen y el sonido adquieren dimensiones insospechadas gracias al aporte de las **nuevas tecnologías** que avasallan al continente, facilitando la creación de nuevos códigos, lenguajes, comportamientos individuales, familiares, educativos y sociales; etcétera. Notamos que la masa juvenil *de un modo preferencial, pero no exclusivo*, es permeable a estos cambios y transformaciones.

Un fenómeno que puede observarse particularmente, tanto en la música y el canto de las nuevas generaciones, como en la divulgación del manejo de sistemas de computación en áreas recreativas, escolares, artísticas, etcétera. La praxis comunicacional de la Iglesia ha insistido una vez más en la formación del sentido crítico frente a los MCS; en la necesaria formulación de políticas culturales de comunicación (Cfr. IDCC’85; NOMIC-AL 32-47), que liberen de los falsos colonialismos y dependencias ideológicas o estructurales y faciliten el acceso y el protagonismo del pueblo en la comunicación e información.

En cuanto a los constructores de la sociedad pluralista, destacamos (entre otros) la acción de los profesionales de la comunicación por su particular capacidad para **crear opinión pública** (conciencia colectiva) (Cfr. HTC 270). La Iglesia enfrenta el reto de proponer una **ética y moral de la comunicación**, que ayude a ejercer entre los hombres el derecho de informarse y de informar libre de toda ideologización contraria al **bien común** de la sociedad (Cfr. HTC 261 ss; CMD 195 ss). Para la Iglesia es un desafío el desarrollar *ad intra* una intercomunicación más íntima, rápida y eficaz, y *ad extra* un diálogo más fluido, oportuno y tempestivo con el mundo pluralista. Aquí se plantea también la validez y credibilidad de la evangelización.

Los sujetos preferenciales que hemos indicado como privilegiados destinatarios del modelo estilo comunicacional de la Iglesia, requerirán además una acción **pastoral coordinada y orgánica**, para alcanzar los frutos de comunión y participación. Notamos que la tarea evangelizadora de conjunto en la etapa analizada alcanza logros y realizaciones conducentes a aunar los esfuerzos y trabajos de organizaciones y estructuras, en vista a afrontar la magnitud de la obra en las diversas áreas de la comunicación-comunión en el continente. Las propuestas y prácticas en una pastoral coordinada pueden considerarse como el **comienzo auspicioso de nuevos horizontes de frente a la nueva evangelización**.

La comunicación, recuperada como categoría globalizante y su reencuentro con la cultura, plantea **algunos desafíos pendientes** sobre los cuales volvemos la mirada y anunciamos brevemente. Se deberá seguir profundizando y ampliando las categorías (íntimamente relacionadas) de **comunicación y cultura**, dentro de un cambio estructural donde se ha producido una “ruptura entre el Evangelio y la cultura” (EN 20). El ahondar en la **reflexión teológica de la comunicación** en cercana relación con la cultura y la praxis de inculturación del Evangelio, facilitará la concretización de este desafío.

Junto con los logros en el área de la opción preferencial por los pobres, queda por penetrar en el **mundo empresarial de la comunicación**, tarea donde desempeñarán un rol insustituible **los laicos**; también a ellos les compete una seria formación para recuperar en los valores evangélicos a los políticos, empresarios, a los forjadores de la sociedad tecnológica, a fin de alcanzar una nueva síntesis cultural amplia y pluralista. Además los comunicadores católicos laicos tienen un campo de acción en los **medios no confesionales** aún muy poco abarcados por una comunicación evangélica y evangelizadora.

Otra tarea será continuar los esfuerzos tendientes a **coordinar los organismos, congregaciones religiosas y otros**, para afrontar el proyecto de la nueva evangelización, desde las perspectivas de la comunión y participación. Se impone de un modo impetuoso y desafiante **recuperar la cultura de las jóvenes generaciones**, que son los mayores consumidores de los mensajes de los medios; en esto los comunicadores profesionales ayudarán a vencer las reticencias y prejuicios que engendra la nueva cultura juvenil e incorporar sus contenidos, mensajes y códigos para desde ellos alcanzarlos con el mensaje del Evangelio.

Podríamos seguir multiplicando los desafíos y consecuencias que se perfilan para la comunicación y la tarea evangelizadora en las postrimerías de la década del ochenta. Pero lo formulado puede ser un muestreo-síntesis de muchos otros. Observamos que para enfrentarlos es conveniente indicar **algunas propuestas que ayuden a su implementación**. Por un lado reafirmar los **criterios pastorales de Puebla** en el área (Cfr. DP 1080-1082); además el desarrollar **políticas culturales de comunicación** que orienten la praxis pastoral orgánica; también el profundizar la **interdependencia** entre el sistema comunicacional y el cultural de los hombres y pueblos; y finalmente el seguir profundizando una **teología de la comunicación**, desde la inserción del Evangelio en culturas pluralistas y emergentes que dominan el espectro histórico pastoral del continente (y el mundo), para lograr una plena comunión y participación.

Una consideración final, que estimamos inseparable de la encarnación del Evangelio. Es la **presencia de mártires** salidos de las filas de los comunicadores del continente (pastores y laicos). “Ellos han rubricado con la sangre la fidelidad a la comunicación del Evangelio. No se les perdonó que su anuncio y denuncia llegaran muy lejos, a todos, y crearan opinión pública contra la injusticia y la represión y en favor de la ‘civilización del amor’ ”.¹⁹²

Notas al pie del capítulo

1. Cfr. Ut supra páginas 17-18.
2. Cfr. CIOs 1982, 110-111; Departamento de Acción Social del CELAM 1983, 19-42; CELAM, 1978, lo citaremos con la sigla DTP y en el interior del texto. Seguimos la numeración propia del documento. En este caso N° 58.
3. Cfr. CIOs 1982, 116; DTP 83;85.
4. CIOs 1982, 115.
5. Cfr. DTP 77-80.
6. Cfr. DTP 82; 84; 86.
7. DTP 96.
8. Cfr. DTP 100-102.
9. Spoletini 1985, XXVI.
10. Idem, XXV-XXVI.
11. DTP 109.
12. Cfr. DTP 139-141.
13. DTP 142.
14. Cfr. Hamelink 1985, 87; Spoletini 1985, XXVI.
15. Spoletini 1985, XXVI; Cfr. Hamelink 1985, 87 ss.
16. Hamelink 1985, 86.
17. Cfr. MacBride 1992, 16; Hamelink 1985, 76-95.
18. MacBride 1992, 14.
19. Cfr. Hamelink 1985, 88.
20. Cfr. Idem, 115-121.

21. Idem, 114.
22. Spoletini 1985, XXVI.
23. Cfr. Ut supra página 49.
24. Cadavid 1993, 185; Cfr. Mc Grath 1989, 170.
25. Cadavid 1993, 185.
26. Spoletini 1985, XXVII.
27. Spoletini 1979, 6.
28. Cfr. Ut supra página 60.
29. Spoletini 1985, 139-149. Lo citaremos con la sigla Bogotá'75 y en el interior del texto. Seguimos la enumeración y titulación de esta edición.
30. Cfr. Idem, XXVII.
31. Idem, XXVIII. *El subrayado es nuestro.*
32. Martínez Terrero 1986, 146.
33. Idem, 159; Cfr. Idem, 140-141.
34. Spoletini 1985, XXVIII.
35. Cfr. DECOS/CELAM 1979, 92-104. Lo citaremos con la sigla AV-EV-AL y en el interior del texto. La numeración romana es nuestra para facilitar la citación del informe. Los números arábigos corresponden a la numeración que hace esta edición.
36. Martínez Terreno 1986, 148. *El subrayado es nuestro.*
37. Cfr. CELAM 1979. Lo citaremos con la sigla DP y en el interior del texto. Para el Mensaje detallaremos Men con su número. El Discurso Inaugural de Juan Pablo II lo detallamos Dis con la numeración propia que éste posee. Aquí corresponde DP N° 1090.
38. Martínez Terrero 1986, 148. *El subrayado es nuestro.*
39. Ibídem.
40. Spoletini 1985, 161; Cfr. DECOS/CELAM 1979, 81.
41. Cfr. Idem, 161-165. Lo citaremos con la sigla ERS'77 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor.
42. Cfr. Idem, 165-168. Lo citaremos con la sigla ERN'77 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor.
43. Cfr. Idem, 170-191. Lo citaremos con la sigla EvCS'78 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor.
44. DECOS/CELAM 1979, 5. *El subrayado es nuestro.*
45. Cfr. Idem, 5-31, particularmente 9-10.
46. Cfr. Spoletini 1985, XXIX. *El subrayado es nuestro.*
47. Cfr. DECOS/CELAM 1979, 5.
48. Cfr. CELAM 1977. Lo citaremos con la sigla DCP y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor. Para un análisis más pormenorizado en relación a nuestro tema Cfr. Pérez 1978.
49. Cfr. Ut supra cita 2, página 63.
50. DECOS/CELAM 1979, 25.
51. Cfr. Ut supra páginas 58-59.
52. Para visiones del conjunto de Puebla Cfr. Alessandri 1979; Gera 1980; Kloppenburg 1979; Mc Grath 1989; Sánchez Aizcorbe 1979a y 1979b ; Scannone 1990, 39-58. Cfr. Ut Supra cita 37, página 70.
53. Cadavid 1993, 185.
54. Alessandri 1979, 4. *El subrayado es nuestro.*
55. Cfr. Gera 1980, 1.
56. Alessandri 1979, 4.
57. Cfr. Gera 1980, 2.
58. Ibídem.
59. Idem, 6.
60. Idem, 7. *El subrayado es nuestro.*
61. Idem, 21.
62. Sánchez Aizcorbe 1979a, 13.
63. Cfr. Gera 1980, 10-13.

64. Scannone 1990, 41.
65. Cfr. Sánchez Aizcorbe 1979a, 14.
66. Mc Grath 1989, 177.
67. Scannone 1990, 46.
68. Cfr. Ibídem.
69. Cfr. Idem, 52.
70. Idem, 55.
71. Cfr. Ibídem.
72. Ibídem.
73. Alessandri 1979, 8.
74. Ibídem.
75. Cadavid 1993, 186.
76. Metzinger 1981, 235.
77. Cfr. Ibídem.
78. Cfr. Ibídem.
79. Idem, 236.
80. Cfr. Floristán 1991, *particularmente* 229-233.
81. Cfr. CELAM 1986, 270-271.
82. Spoleitini 1979, 530.
83. Cfr. Gera 1980, 47-49.
84. Cfr. Idem, 52-54.
85. Castrillón Hoyos 1977, 833-834.
86. Spoleitini 1979, 529.
87. CELAM 1986, 285.
88. Cfr. CELAM 1988b, 291-293.
89. Del Hierro 1991, 864.
90. Ibídem.
91. Tenorio 1990, 54; Cfr. Muñoz Alonso 1991, 971-993.
92. Cfr. Tenorio 1990, 55.
93. Cfr. CELAM 1986, 195-217; Barroso Asenjo 1991, 560-581.
94. Metzinger 1981, 241.
95. Duhourq 1972, 217.
96. Cfr. Ut supra páginas 87-88.
97. Mc Grath 1989, 178.
98. Alliende Luco 1993, 40-41. *El subrayado es nuestro.*
99. Cfr. Ut supra página 77.
100. Spoleitini 1979, 531.
101. Cfr. Ibídem. *El subrayado es nuestro.*
102. Idem, 532.
103. Pérez 1978, 281.
104. Cfr. DECOS/CELAM 1979, 19-20.
105. Spoleitini 1979, 527.
106. Cfr. Baragli 1980, 44-47.
107. Spoleitini 1979, 527.
108. Cadavid 1993, 188; Cfr. Iriarte 1987, 86-92.
109. Iriarte 1987, 100.

110. Cadavid 1993, 188; Cfr. Departamento de Acción Social del CELAM 1983, 38; Iriarte 1987, 105-122; Spoletini 1985, XXXII.
111. Cadavid 1993, 189.
112. Spoletini 1985, XXXII.
113. Ibídem.
114. Cfr. Departamento de Acción Social del CELAM 1983, 51-66.
115. Idem, 54.
116. Cfr. Festa 1986, *destacamos* 11-20 y 103-119.
117. Spoletini 1985, XXXIII.
118. Cadavid 1993, 189.
119. Ibídem.
120. Idem, 190.
121. Cfr. CELAM 1986, 105-106.
122. Cfr. OCIC-AL 1985.
123. Cfr. OCIC 1985, 141-148; O'Sullivan Ryan 1992, 111-112.
124. Cfr. O'Sullivan Ryan 1992, 113-123.
125. Nos referiremos *particularmente* a OCIC-AL, UNDA-AL y UCLAP.
126. Cfr. Spoletini 1985, 219.
127. Cfr. Boletín CELAM 200, 1985, 19.
128. Cfr. Idem 205, 1986, Separata pág. 10.
129. Cfr. ARANDU 1, 1987, 13.
130. Cfr. Boletín CELAM 205, 1986, Separata pág. 8.
131. Cfr. Idem 217, 1988, Separata pág. 1-10.
132. Cfr. ARANDU 1, 1987, 1-3; OCIC INFO 4, 1987, 12.
133. Cfr. OCIC INFO 4, 1987, 2-9.
134. Cfr. OCIC 1988.
135. Cfr. Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación 1994, 215-233.
136. Cfr. Boletín CELAM 218, 1988, Separata pág. 1.
137. Cfr. Fore 1989.
138. Cfr. CELAM 1987a. Lo citaremos con la sigla CEV'87 y en el interior del texto. Seguiremos la paginación de esta edición.
139. Cfr. CELAM 1986.
140. Cfr. CELAM 1988d. Lo citaremos con la sigla CCS'88 y en el interior del texto. Seguiremos la numeración de esta edición.
141. Spoletini 1991, 378.
142. Cfr. Boletín CLAR 11, 1981, 1-28; Spoletini 1985, XXXV-XXXVI.
143. Cfr. Boletín CLAR 1, 1981, 8-11.
144. Cfr. CELAM 1986.
145. Boletín CELAM 200, 1985, 17.
146. Cfr. Idem 205, 1986, Separata pág. 1-7.
147. Cfr. Idem, Separata 5-7.
148. Spoletini 1991, 377.
149. WACC (World Association for Christian Communication), Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas.
150. Cfr. Festa 1986; Gutiérrez 1987; Hamelink 1985; Martínez Terrero, 1986; Ochosenius 1988; Prieto Castillo 1987; Spoletini 1985; Uranga 1988; Vega 1986 y Zecchetto 1986.
151. Cfr. CELAM 1983, 165-294. Lo citaremos con la sigla HTC y en el interior del texto. Seguimos la numeración indicada en esta edición.

152. Spoletini 1985, 218; Cfr. Ut supra página 61.
153. Cfr. Ut supra página 94.
154. Spoletini 1985, 218.
155. De nacionalidad francesa, miembro de la Congregación de los Sagrados Corazones de Ficus, llegó como sacerdote y misionero a Perú en 1954. Posteriormente fue nombrado Obispo en la Prelatura de Ayavirí (Perú) y asumió en su acción pastoral la preocupación por los medios de comunicación social de un modo constante. Ya en 1959 presidía la Comisión Episcopal de MCS en Perú. Miembro y presidente del DECOS/CELAM (1970-1974 y 1979-1982), fue un luchador apasionado de la comunicación social y su praxis en todo el continente latinoamericano. Con frecuencia fue designado miembro de Organismos Internacionales y Continentales de Comunicación Social y también de la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales. Falleció en Francia en 1992, durante los días de la Conferencia de Santo Domingo.
Lo podemos considerar como el obispo latinoamericano que más se esforzó por la comunicación y sus medios.
156. CELAM 1983, 168.
157. Spoletini 1985, XXXVIII.
158. Cfr. CELAM 1983, 165.
159. Cfr. Ut supra páginas 80-81.
160. Cfr. HTC nota al N° 135.
161. Cfr. Ibídem.
162. Cfr. Spoletini 1985, XXXIX.
163. Cfr. Ibídem.
164. Cfr. CELAM 1986. Lo citaremos con la sigla CMD y en el interior del texto. Seguimos la paginación de esta edición.
165. Cfr. Boletín CELAM 200, 1985, 17-19; CELAM 1986, 9.
166. Cfr. Ut supra página 106.
167. Cfr. Spoletini 1985, 199-203.
168. Spoletini 1991, 377.
169. Cfr. Idem, 380.
170. Tenorio 1990, IX; Cfr. Iannuzzi 1978, *particularmente* 94-103.
171. Cfr. Ut supra páginas 56-58.
172. Spoletini 1991, 379.
173. Cfr. Tenorio 1990.
174. Para visiones de conjunto del NOMIC Cfr. Ciaurriz 1991, 168-169; Hamelink 1985, *particularmente* 76-108; Koiack 1982; MacBride 1992, *particularmente* 207-248; Quirós Fernández 1988; Reyes Matta 1984; Salinas Bascur 1982; Spoletini 1985, XXXVI-XXXVII; Zecchetto 1982.
175. Cfr. Ut supra páginas 64-65.
176. Zecchetto 1982, 4.
177. Ibídem.
178. Cfr. Ciaurriz 1991, 168.
179. Koiack 1982, 21.
180. Cfr. Spoletini 1985, 205-217. Lo citaremos con la sigla NOMIC-AL y en el interior del texto. Seguimos la enumeración de esta edición.
181. Reyes Matta 1984, 27.
182. Cfr. Ibídem.
183. Ciaurriz 1991, 169, *El subrayado es nuestro*.
184. Spoletini 1985, XXXVII.
185. Reyes Matta 1984, 129.
186. Cfr. Salinas Bascur 1982, 32-37.

187. Cfr. Quirós Fernández 1988, 4-11.

188. Cfr. Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación 1994, 305-318.

189. Cfr. Idem, 205-213. Lo citaremos con la sigla IDCC'85 y en el interior del texto. Seguimos la enumeración de esta edición.

190. Cfr. León 1987, 12-21; *particularmente* 19-20.

191. Cfr. Spoletini 1991, 381-387.

192. Idem, 381.

CAPITULO TERCERO

Santo Domingo y la comunicación social en la inculturación del Evangelio para la comunión solidaria de los hombres y los pueblos latinoamericanos (1989-1992)

1. INTRODUCCIÓN

En este capítulo estudiaremos el tema de la comunicación social y sus instrumentos en algunos documentos que expresan la reflexión oficial y oficiosa de la Iglesia latinoamericana en su camino hacia la Conferencia de Santo Domingo. Lo haremos dentro de los años 1989 y 1992. Este período histórico-cultural nos enfrenta a una etapa de la que nos sentimos sujetos y destinatarios, por lo mismo esbozaremos algunas consideraciones y apreciaciones observando los grandes emergentes doctrinales (reflejos de la praxis) de la comunicación social, sin por ello querer agotar el tema.

El progresivo desarrollo en el estudio de los documentos lo trataremos indicando sucintamente el contexto socio-cultural-eclesial del pre-Santo Domingo (2), para pasar al análisis de algunos documentos previos a la Conferencia de Santo Domingo (3) y así abordar las conclusiones de esta Asamblea en el tratamiento particular de la comunicación social y su relación con la cultura (4). En este último punto nos detendremos con atención y dedicación por ser **inspirador de una nueva concepción** de la teoría y pastoral de la comunicación social en la Iglesia continental.

2. EL CONTEXTO SOCIO-CULTURAL-ECLESIAL ANTERIOR A SANTO DOMINGO

América Latina a partir de los últimos años de la década de los ochenta afronta nuevos y profundos cambios y transformaciones socioculturales que emergen como el resultado de una década que podemos caracterizar como perdida en el nivel económico, de prescindencia dentro de la política mundial y de tecnicismo por el avance arrollador de las nuevas tecnologías transformadoras de la vida cultural. El continente latinoamericano junto al mundo en su globalidad vive con rapidez y profundidad el **cambio de una época**.

En el clima de un cambio de época más que una época de cambios¹, interpretando éstos en términos de modernidad y postmodernidad, lo que se está gestando es una nueva concepción de la historia, del sujeto y de la razón que primó desde la modernidad hasta el presente. Esta concepción entiende una profunda discontinuidad de nuestra época y la que pasó. La Iglesia

continental en la preparación y desarrollo de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano en Santo Domingo (1992), ha impulsado una nueva evangelización que facilite un diálogo entre la fe y la cultura en un tiempo de cambios.

Sin pretender agotar el tema en las diversas áreas de este apartado, ubicaremos algunos cambios significativos, comprendiendo que la vivencia de la década de los noventa recién la iniciamos y queda abierta.

2.1. Contexto secular

En el *campo social y económico* se acentúa el retroceso en el poder adquisitivo de la población, con la consecuente degradación en sus niveles de vida. “El peso de la deuda externa, la caída del ingreso medio per cápita en estos últimos trece años, el flagelo de la inflación, la baja de la inversión tanto nacional como extranjera, la intervención de los sistemas financieros para evitar su quiebra, la dramática reducción de los salarios, el aumento real del sub y desempleo, las situaciones de miseria de jubilados y pensionados, y la impotencia del Estado para enfrentar los enormes problemas sociales, constituyen realidades trágicas que justifican el adjetivo aplicado a los ochenta y que implican no tanto cifras estadísticas cuanto situaciones dolorosas que afectan a tantos hombres, mujeres, ancianos, jóvenes y niños de nuestro continente”.²

El valor de la deuda externa en América Latina alcanzó en el año 1991 la suma de 429.174 millones de dólares (Cfr. DTSD 131), lo cual conlleva a un empobrecimiento cada vez mayor e impide el desarrollo y promoción de los países periféricos, postergados por la ausencia de un orden económico mundial más fraterno, justo y solidario.

Así como se ahonda la brecha entre países ricos y pobres (en los años sesenta los ricos percibían treinta veces lo que los pobres; en los noventa, los ricos reciben sesenta veces más que los pobres), preocupa observar el crecimiento acelerado de multimillonarios que desde 1987 a la fecha se incrementó en un 140%. “Según Forbes Magazine 358 personas —no estamos hablando de corporaciones transnacionales— tienen individualmente capitales personales acumulados del orden de 762 mil millones de dólares. En otras palabras, estas personas poseen el equivalente al ingreso per cápita del 45% de la población mundial. Es decir, lo que tienen 2400 millones de pobres”.³ El país récord en el desarrollo de multimillonarios es México, presentado como un prototipo de los alcances logrados por los ajustes estructurales neoliberales.

Una consideración particular merece la reforma en las políticas económicas de los estados. “Hay una economía política que organiza las decisiones estatales mediante la *desregulación*, la *privatización* y la *apertura al mercado internacional*, y esto impacta fuertemente en la organización social”.⁴ Esta reforma del estado puede sintetizarse en los llamados programas de ajuste estructural, dentro de los cuales el mundo de los servicios (turismo, bancos, educación, gimnasia y cuidado corporal, ...) empieza a ser más importante que la producción industrial y/o agropecuaria.

“Preocupa el hecho de que el fracaso del modelo económico basado en la centralización estatal ha producido una exaltación del mercado como único criterio. (...) Las características de las economías de nuestros países son las típicas de las naciones pobres: desigual distribución de bienes, bajos niveles de productividad, bajo consumo de bienes, débiles e insuficientes servicios públicos y una economía basada principalmente en la exportación de materias primas; todo lo cual genera una marginación de grandes sectores de la población que padecen graves problemas de vivienda, vestuario, inseguridad social, enfermedades endémicas, altos índices de mortalidad, creciente emigración del campo a la ciudad, altas tasas de analfabetismo y desempleo, y salarios

que hacen imposible el mantenimiento digno de una familia con el consiguiente deterioro de la misma” (DTSD 135-136).

Una mención particular merece la realidad del trabajo. El actual proceso económico produce el crecimiento acelerado del trabajo informal o no asalariado, fruto del cual hay mucha gente que trabaja por su cuenta y hay menos gente en relación de dependencia. La inserción en el mercado laboral es mucho más inestable y precaria. Además la informatización y robotización va reduciendo la cantidad de trabajo necesario, de este modo “en las relaciones de trabajo el componente tecnológico del capital es cada vez más importante que la fuerza del trabajo”.⁵

La perspectiva de la economía es la del crecimiento pero sin generar nuevos empleos; se comienza a gestar una especie de población redundante, sin beneficio social alguno para la forma en que se organiza el trabajo. Vivimos de cara a un cambio profundo en la relación capital-trabajo (Cfr. DTSD 137-141).

En el *campo político*, la desaparición del muro de Berlín es un símbolo de la crisis de las ideologías clásicas que predominan en el área (Cfr. DTSD 147), con lo cual la comunidad internacional del Norte ha ido cumpliendo un proceso de integración, en el que América Latina ha estado ausente convirtiéndose en prescindente en la política mundial del futuro (Cfr. DTSD 146).

La década del ochenta a nivel continental produjo el beneficioso paso de regímenes dictatoriales inspirados en la DSN a un sistema de gobierno democrático. Este tiende a afianzarse progresivamente en los años que vivimos, pero aún no ha logrado el pleno funcionamiento autónomo e interrelacionado de sus tres poderes (Ejecutivo, Legislativo y Judicial), también ha demorado la implementación de las demandas sociales de los pueblos y afronta una progresiva pérdida de confianza en los políticos (corrupción, burocracias, luchas partidistas, incumplimiento de promesas electorales, etcétera); lo indicado (entre otros factores) “reduce la puesta en práctica del sistema democrático a una mera formalidad que no beneficia a las grandes mayorías de nuestras sociedades” (DTSD 154).

La desconfianza frente a los partidos políticos y la debilidad de los sindicatos de trabajadores han ido acompañados por el surgimiento de otras organizaciones y movimientos sociales de tinte más específico y particular. Estamos pasando de una sociedad de masas vertebradas por grandes estructuras (sindicales, políticas y hasta eclesásticas) que fundían lo político con lo social, a una sociedad de redes más fragmentadas y diversas, generadora de nuevos movimientos donde el detonante es lo social. Pero de un modo más micro, personalizado y segmentado, son más espontáneos y no están asociados de un modo exclusivo a un partido, sindicato, movimiento, etcétera. “La movilización de masas venía desde el estado; hoy se moviliza por iniciativa propia pero en pequeños grupos que no tienen mucho poder, a menos que se vinculen con los medios de comunicación”⁶ para constituir opinión pública en el sistema político.

Además observamos que muchos derechos humanos siguen pendientes de abordarse en su totalidad, de un modo particular crecen condiciones de extrema pobreza vinculadas a las estructuras políticas y económicas que venimos esbozando y que alargan la lista de los rostros sufrientes presentados en Puebla (Cfr. DTSD 163; DP 31-41). El actual proceso de reforma del estado con programas de ajuste estructural hacen emerger al factor económico como lo determinante en la actuación política, donde el concepto de estado se confunde con el de empresario.

En el *campo cultural y religioso*, podemos hablar de una cultura moderna, “fruto principalmente de la creciente industrialización, la concentración en la ciudad, los avances tecnológicos y los medios masivos de comunicación social” (DTSD 172). Vivimos en un cambio cultural que llega al continente desde afuera, y penetra por los canales económicos, políticos, sociales y culturales del mundo urbano, particularmente de los países del hemisferio Norte.

La modernidad como cualquier otra realidad humana ha traído consecuencias positivas y negativas. Se rescatan valores como la libertad, igualdad y fraternidad; la preocupación ecológica; la búsqueda de formas alternativas ante lo trascendente y misterioso; etcétera. También esta nueva cultura ha generado sus ídolos (entre otros mencionamos): un materialismo consumista y secularizante; una ética fundada en el individualismo subjetivista y solitario, sin solidaridad; la vuelta de un fundamentalismo religioso fanático y mágico; etcétera (Cfr. DTSD 175).

Es el tiempo de una cultura que podemos denominar del presente, donde la acción colectiva ya no está en función de la edificación de una sociedad futura mejor, sino que apunta al hoy, al estar bien cotidiano y al logro individual aquí y ahora. Con respecto al futuro hay indeterminación, los determinismos han entrado en crisis; hoy nadie asegura lo que va a pasar mañana. La nueva cultura desliga a sus miembros del compromiso social y solidario por una sociedad mejor y los relaciona a cómo estar bien en un mundo competitivo y con diferentes ofertas instándolo a convertirse en un consumidor aislado del tejido social.

La identidad se construye en tanto se satisfacen las necesidades subjetivas. Obviamente no todos llegan a colmar estas expectativas, “la marginación económica y social de grandes sectores de nuestros pueblos ha creado una verdadera cultura de los pobres” (DTSD 178), signada por la precariedad y la inseguridad en el mañana. Además dentro de esta nueva época podemos observar que los jóvenes se configuran bajo algunos rasgos específicos: “hablan un lenguaje propio, gustan de la música, de las fiestas, de vestir diferente, de vivir en grupos y están abiertos a lo nuevo” (DTSD 181).

En este nuevo ambiente, el *campo de las comunicaciones* va transformando al mundo en una aldea planetaria y es fuente para la creación de una cultura transnacional de inspiración neoliberal, en desmedro de las culturas originales y locales (Cfr. DTSD 185). “El discurso de la postmodernidad política, que pregona el fin de las ideologías y la desaparición de todo tipo de utopías, se apoya en la funcionalidad de los mass-media antes que en la organicidad de los políticos y otras formas de representación pública. Pero aún más allá de la teoría, la función que los partidos políticos jugaban en la sociedad como mediadores del discurso y correas de circulación para recrear los consensos, se ha ido trasladando poco a poco a los mass-media”.⁷

El sentido de la postmodernidad se une con la realidad de una sociedad de la comunicación generalizada; se han incrementado la producción y la difusión de todo tipo de imágenes y sonidos de una manera vertiginosa, fragmentada y múltiple, y como consecuencia se ha removido en sus cimientos el proyecto iluminista. La comunicación social ha propugnado un horizonte de comprensión y recepción de diversas visiones del mundo (múltiples y dialécticas), quebrando así sistemas monolíticos y rígidos. “Todo ello, es obvio, al lado de fenómenos como la transnacionalización, los fetichismos de la industria cultural y su articulación a los nuevos rumbos de la economía”.⁸ La comunicación como fenómeno cultural no puede sustraerse de los grandes cambios sociales, políticos y económicos que observamos en la sociedad postmoderna.

2.2. Contexto eclesial

El *campo eclesial* latinoamericano vive los nuevos cambios que desafían al continente y que hemos esbozado brevemente. La Iglesia inserta en estas transformaciones trata de concretar con hechos significativos las respuestas a los retos que la conflictiva situación del continente le presenta. Lo que pasamos a señalar a modo de síntesis, será escaso en relación al todo realizado y concretizado.

Observamos que las líneas y criterios pastorales del DP siguen animando y fortaleciendo la acción evangelizadora; con el correr de los años y a la luz de la praxis pastoral se van

despejando las confrontaciones ideológicas-pastorales, dando paso a doctrinas y praxis que en consonancia con el espíritu de Medellín y Puebla, enfrentan novedosas respuestas ante los nuevos desafíos, nuevos problemas y nuevas coyunturas.

En la mayoría de las Iglesias locales del continente observamos la vivencia de la opción preferencial por los pobres expresada con creatividad y riqueza de modelos pastorales. Además destacamos las diversas experiencias de las CEBs sensibilizando a la Iglesia en los valores centrales del Evangelio (Cfr. DTSD 224). Se las comprende como base de una comunidad parroquial, entendida ésta como comunidad de comunidades.

También acentuamos la presencia activa, responsable y comprometida de los laicos, llamados por vocación y misión específica a la transformación del mundo desde los valores del evangelio. Además se les confía las tareas de presidir comunidades cristianas y servir como ministros de la Palabra, la Eucaristía y la caridad (Cfr. DTSD 268-270). “En la hora actual del laicado tiene especial importancia la mujer no sólo por constituir, aproximadamente la mitad de la población sino por su vocación femenina insustituible, por sus especiales cualidades, por su dimensión espiritual y su silencioso liderazgo dentro de la familia, en la Iglesia y en la sociedad” (DTSD 272).

La activa participación de los laicos en la vida eclesial ha promovido el florecimiento de carismas acompañados de “movimientos eclesiales que buscan responder a los anhelos de espiritualidad, participación y compromiso de los laicos” (DTSD 229).

Otro aspecto a resaltar es el centralismo progresivo de la Palabra de Dios; “la reflexión, el estudio y la oración en torno a la Escritura ha sido un elemento sustancial en los procesos evangelizadores del continente” (DTSD 195). La Biblia ha inspirado y fortalecido el testimonio hasta el martirio de muchos cristianos laicos, religiosos/as, sacerdotes y obispos en el continente por ser fieles a los valores del Reino de Dios (Cfr. DTSD 197).

Junto a esta escueta mención de realizaciones, observamos que la Iglesia continental debe seguir profundizando la evangelización (entre otros espacios) mirando las culturas indígenas, afroamericanas y la urbano industrial; las generaciones de jóvenes y el núcleo familiar; el desafío fanático y proselitista de las sectas y los nuevos movimientos religiosos, y ahondando en una pastoral de conjunto y orgánica para hacer frente a las nuevas realidades sociales y eclesiales. En medio de los logros y desafíos esbozados, se fue preparando la Conferencia de Santo Domingo.

A lo largo del período que venimos reflexionando el Magisterio Pontificio de Juan Pablo II publica (entre otros documentos) dos Encíclicas y dos Exhortaciones Apostólicas que tendrán particular resonancia en la **preparación y realización** de la IV Conferencia. Algunos de estos documentos pontificios abordan el tema de la comunicación social; brevemente nos detendremos en ellos.

El 7 de diciembre de 1990 con motivo del XXV aniversario del Decreto conciliar *Ad Gentes*, se da a conocer la Encíclica *Redemptoris missio* (RM), sobre la permanente validez del mandato misionero; el 1º de mayo de 1991 con motivo del centenario de la *Rerum Novarum* aparece la Encíclica *Centesimus Annus* (CA); el 30 de diciembre de 1988 da a luz la Exhortación Apostólica *Christifideles Laici* (ChL) como fruto del Sínodo de Obispos de 1987 sobre la vocación y la misión de los laicos en la Iglesia y el mundo a los veinte años del Concilio Vaticano II; finalmente el 25 de marzo de 1992 se publica la Exhortación Apostólica *Pastores Dabo Vobis* (PDV) fruto del Sínodo de Obispos de 1990 sobre la formación de los sacerdotes en la situación actual.

La RM propone relanzar la actividad misionera de la Iglesia. Dado que el impulso misionero es la naturaleza más profunda e íntima de la vida cristiana, el Papa invita a fortalecer la fe, compartiéndola con los otros hombres. En relación específica a la comunicación social, RM la aborda ligándola a la cultura (Cfr. 37c).

Indica el texto que en la evangelización paulina el aerópago de Atenas era el centro cultural de la ciudad (Cfr. Hech 17,22-31); del mismo modo un primer aerópago de la moderna cultura lo constituye el mundo de la comunicación. Un espacio caracterizado por la capacidad de unificar a la humanidad en una aldea global. Los medios de comunicación social son vistos como nuevos modelos de información y formación; los que orientan e inspiran los comportamientos individuales, familiares y sociales. Bajo su influjo crecen las nuevas generaciones.

El Papa reconoce que este ámbito de la pastoral ha sido un tanto descuidado y propone integrar el mensaje cristiano en la nueva cultura creada por la comunicación moderna. De este modo, el contenido cristiano tendrá que dialogar con nuevos lenguajes, técnicas y comportamientos psicológicos.

RM procura en síntesis un actualizado encuentro entre la comunicación social y la cultura; sin esta premisa la Iglesia no estaría cumpliendo su cometido misionero. “La encíclica de Juan Pablo II aporta una visión de la función social de los medios de comunicación mucho más profunda que cualquier otro documento anterior, a la vez integra la comunicación mucho más directamente en el conjunto de la actividad pastoral de la Iglesia”.⁹

En la CA Juan Pablo II realiza una relectura de la encíclica de León XIII para iluminar el futuro, desde la realidad de hoy. “Lo hace mediante un análisis de los acontecimientos ocurridos en la década de los ochenta del siglo XX, para discernir las exigencias de la evangelización de la vigilia del siglo XXI”.¹⁰

La encíclica trata la comunicación social de modo indirecto al indicar la propiedad del conocimiento, de la técnica y del saber (Cfr. 32-33); también al abordar el fenómeno del consumismo (Cfr. 36) donde es urgente “la educación de los consumidores para un uso responsable de su capacidad de elección, la formación de un profundo sentido de responsabilidad en los productores y sobre todo en los profesionales de los medios de comunicación social” (Idem); finalmente señala que los medios masivos manipulan o alienan la existencia humana “cuando imponen, con la fuerza persuasiva de insistentes campañas, modas y corrientes de opinión, sin que sea posible someter a un examen crítico las premisas sobre las que se fundan” (41).

La ChL se propuso el “suscitar y alimentar una más decidida toma de conciencia del don y de la responsabilidad que todos los fieles laicos —y cada uno de ellos en particular— tienen en la comunión y en la misión de la Iglesia” (2). En este documento el tema de la comunicación social es retomado como un camino privilegiado para la creación y transmisión de la cultura. Reconoce el valor del profesional laico (personal o institucional) y fomenta que sea atendido con recursos materiales, intelectuales y pastorales. Al referir el uso y recepción de los instrumentos de comunicación reafirma la educación en el sentido crítico para defender la libertad y la verdad de la dignidad humana, a fin de rechazar toda forma de monopolio o manipulación. Además convalida el empleo de los MCS para comunicar el Evangelio de un modo explícito (Cfr. 44).

La PDV aborda la formación de los sacerdotes en las circunstancias actuales y cambiantes del mundo y de la Iglesia, desde las directrices y orientaciones del Concilio Vaticano II.

La RM es citada por el Papa diez veces en su Discurso Inaugural de la IV Conferencia y es aprovechada más de quince veces en las Conclusiones de Santo Domingo; la CA es invocada por el Papa cinco veces en el Discurso de apertura y retomada más de diez veces en las Conclusiones; ChL es asumida en las Conclusiones unas diez veces y PDV es citada cinco veces en las Conclusiones.¹¹

A los documentos pontificios brevemente reseñados debemos agregarles la Instrucción Pastoral *Aetatis Novae* (AN) elaborada por la Pontificia Comisión para las Comunicaciones Sociales con ocasión del vigésimo aniversario de la Instrucción Pastoral *Communio et progressio*; fue dada a conocer el 22 de febrero de 1992. Nos detendremos en su análisis y

comentario debido a su importancia en nuestra área de investigación y su influencia en las Conclusiones de Santo Domingo. Este documento consta de una introducción, cinco capítulos, una conclusión y un anexo.

La introducción lleva por título *Una revolución en las comunicaciones* (Cfr. 1-3), señalando el hecho de hallarse ante una nueva era, en la que los MCS ejercen una **profunda influencia en la/s cultura/s del orbe**. “El objetivo del documento, según se destaca en su introducción, es aplicar, al actual contexto, los principios permanentes, establecidos en *Inter Mirifica* y en *Communio et Progressio*. Se ofrece como un instrumento de trabajo y se plantea, a la vez, una meta concreta: profundizar en lo referente a las comunicaciones y traducirlo en proyectos concretos”.¹²

El documento no pretende “pronunciar palabras definitivas sobre una situación compleja, cambiante y en perpetua evolución, sino solamente procurar un instrumento de trabajo y estimular a los que deben afrontar las consecuencias pastorales de estas nuevas realidades” (1).

El capítulo primero analiza el *Contexto de las comunicaciones sociales* (Cfr. 4-5). Desde el punto de vista cultural y social, observa que los MCS pueden **fortalecer o destruir las referencias culturales** de los pueblos (Cfr. 4); y desde lo político y económico advierte que la ausencia de políticas de comunicación en los estados y comunidades tiende a convertir los MCS en **factores de consumismo o manipulación** (Cfr. 5).

El segundo capítulo estudia la *Tarea de la comunicación* (Cfr. 6-11) poniendo su **fundamento y origen** en la comunicación amorosa y gratuita de Dios en Cristo a todos los hombres. Esta sección, al reflexionar el fin de la comunicación, reafirma su valor como medio para la comunión entre los hombres (Cfr. 6). AN presenta la **comunicación como un servicio** a la comunidad humana (Cfr. 7-9), a la Iglesia (Cfr. 10) y a la nueva evangelización (Cfr. 11).

El capítulo tercero afronta los *Retos actuales* (Cfr. 12-15) en el campo de la comunicación social esbozados en cuatro apartados: la necesidad de una evaluación crítica del impacto de los MCS sobre la cultura (Cfr. 12); la promoción de la solidaridad y el desarrollo integral de la persona humana (Cfr. 13); el favorecer políticas y estructuras de comunicación social que garanticen el derecho del hombre a la información, el suscitar el bien común y la búsqueda de la verdad (Cfr. 14) y la defensa del derecho a la comunicación (incluida la religiosa) y a la información (Cfr. 15).

El cuarto capítulo aborda las *Prioridades pastorales y medios de respuesta* (Cfr. 16-19), también lo hace desde cuatro momentos: la defensa de las culturas humanas (Cfr. 16); el desarrollo y promoción de los medios de comunicación de la Iglesia (Cfr. 17); la formación de los comunicadores cristianos (Cfr. 18) y la pastoral de los profesionales de las comunicaciones sociales (Cfr. 19).

El quinto capítulo trata sobre la *Necesidad de una planificación pastoral* (Cfr. 20-21) analizando las responsabilidades que competen a los obispos a fin de responder adecuadamente a los desafíos de los tiempos modernos (Cfr. 20) y afirmando la necesidad de un plan pastoral sobre los MCS (Cfr. 21).

La conclusión (Cfr. 22) invita a ver **los MCS como dones de Dios** que pueden colaborar en su voluntad salvadora, e insiste que los miembros de la Iglesia los empleen en la misión evangelizadora. El anexo titulado *Elementos de un plan pastoral de comunicaciones* (Cfr. 23-33) propone algunas “directrices para ayudar a los que tengan que elaborar estos planes pastorales o se encarguen de actualizar los existentes” (23).

Observamos que AN a lo largo de su exposición destaca (entre otros puntos): la preocupación por **ligar la comunicación y la cultura; la comunión eclesial y la nueva evangelización**.¹³ No son temas novedosos, pero consideramos que la instrucción brinda nuevas ópticas para su iluminación. La preocupación por entrecruzar la comunicación y la cultura aparece destacada en los párrafos 7-9; 13 y 16, de este modo AN abre a la Iglesia, a

través de los medios de comunicación, un amplio campo de servicio donde quiera que está en juego la **identidad cultural** de las personas y de los pueblos.

El documento subraya que “la tarea de los cristianos en este campo no se puede limitar a transmitir noticias eclesísticas, sino que debe hacer oír su voz en el seno de los medios de comunicación y **elaborar una antropología y una verdadera teología de la comunicación** para revelar los valores evangélicos y aplicarlos a las realidades contemporáneas de la condición humana”.¹⁴

La instrucción **promueve el encuentro de la cultura con el Evangelio** a fin de que la primera se beneficie de los criterios del Reino de Dios en el progreso humano, y para que la Buena Nueva encarne y humanice las culturas. Se insiste en el testimonio y la acción de los cristianos insertos en las culturas, a fin de transformarlas desde los valores del Evangelio. Procurando impregnar los medios de comunicación con ideales elevados, temas inspiradores, y criticando los antivalores o pseudovalores que por ser antihumanos, antievangélicos y antiéticos no respetan lo verdaderamente humano de la cultura.

Mirando **al seno de la Iglesia**, AN trata los medios de comunicación al servicio de la comunión eclesial (Cfr. 10), subrayando el derecho al diálogo y a la información en el interior de la comunidad eclesial. Se promueve la transparencia, el diálogo, la actitud de escucha, el compartir, etcétera; todas ellas actitudes de la comunión trinitaria, de la cual la Iglesia es reflejo. En la comunidad eclesial existe una igualdad básica entre todos sus miembros que brota del sacramento del bautismo que promueve la unidad en la diversidad de funciones y tareas.

AN al abordar la comunión y comunicación ad intra de la Iglesia, subraya y proyecta una manera de ser y de actuar como comunidad eclesial, procurando un modelo de Iglesia comunión.¹⁵ “La comunicación social y sus medios puede y debe ser un espacio adecuado para el logro de esta comunión eclesial en un clima de libertad de expresión eclesial, sin sospechas ni censuras. Deberíamos adquirir al interior de la Iglesia un sentido más profundo de lo que es la libertad de expresión, a manifestar, como dice el Canon 212, nuestras opiniones dentro del marco del respeto a la fe y a la moral”.¹⁶

Otro punto destacado por la instrucción es el servicio de los medios a la nueva evangelización (Cfr. 11; RM 37), esta acción no puede reducirse a la mera difusión del mensaje cristiano, sino que debe llegar hasta su integración en la nueva cultura creada por la comunicación social. Para la Iglesia **esta tarea se comprende desde la misma comunicación amorosa del Verbo de Dios** (Cfr. 6;10), la comunicación eclesial es proclamación y vivencia del Evangelio como palabra profética y liberadora a los hombres y culturas de todos los tiempos.

La Buena Nueva se une con la vida, la cultura, la historia de los pueblos; combinando y ligando profundamente la cultura y la evangelización. Todo brota del ejemplo de Cristo (Cfr. 6). La historia humana y el conjunto de relaciones entre los hombres se desarrolla en el marco de la comunicación de Dios en Jesucristo, quien por su encarnación y por medio del diálogo y del encuentro personal y comunitario va suscitando un nuevo modelo de humanidad.

En las actitudes de Cristo la Iglesia se inspira para llevar adelante la nueva evangelización. El es el contenido y la fuente cuando la Iglesia comparte su Buena Noticia. En esta perspectiva se inscribe el pormenorizado anexo del documento que brinda elementos para trazar un plan pastoral de comunicaciones en los tiempos de la nueva evangelización (Cfr. 23-33). La instrucción enfatiza la coordinación y los esfuerzos por mancomunar la comunicación en las diócesis, regiones y Conferencias Episcopales, a fin de asegurar efectividad en las realizaciones.

AN se relaciona desde su subtítulo con CP, la primera no sustituye a la segunda, sino que se **integra** a ella teniendo en cuenta los cambios y los progresos alcanzados en el área de la comunicación social en el período que media entre un documento y otro.

La instrucción incorpora y reafirma en su reflexión lo más significativo de recientes documentos eclesiales, entre otros cita: RM, CA, EN y ChL. Pareciera que AN se propone

despertar un renovado interés por **impulsar la lectura y la aplicación** del magisterio eclesial sobre comunicación social a la luz de las transformaciones detectadas y señaladas a lo largo de su contenido.

Lo analizado hasta el momento ubica la reflexión y señala la manera de ligar el rol de la comunicación social y sus medios como protagonistas de los procesos que vive el continente y la Iglesia en el período que estamos analizando.

3. DOCUMENTOS PREVIOS A LA CONFERENCIA DE SANTO DOMINGO

En el ambiente antes esbozado la Iglesia continental, con la creatividad generada desde Puebla tanto en la reflexión como en la praxis comunicacional, fue preparando progresivamente los documentos que pasaremos a analizar. Bajo la influencia de la nueva evangelización y de la evangelización de la cultura, la comunicación social va encontrando un espacio cada vez más englobante como **integrante y emergente** de la nueva cultura a evangelizar.

La **interrelación** entre sistema cultural y comunicacional comienza a consolidarse con mayor claridad y envergadura; la cultura incluye la comunicación y viceversa, **sin confusión ni apropiación**, cada categoría tiene su estatuto, pero una y otra se interdependen y enlazan. “Pensar el tema de la comunicación en la sociedad latinoamericana de fin de siglo, obliga a considerar al sistema masivo de medios como componente fundacional de una ‘nueva cultura planetaria’ y a entender esta realidad en el marco de los vínculos entre cultura y sociedad”.¹⁷ En esta realidad la Iglesia comunicadora del Evangelio busca el diálogo y el encuentro con los emergentes culturales de los nuevos tiempos.

Para realizar el estudio de este período nos ceñiremos a la reflexión de algunos documentos sobre nuestro tema que fueron preparación mediata o inmediata a la IV Conferencia. Como lo hicimos en otros momentos de la investigación no pretendemos agotar la extensión de los documentos y acciones de la etapa que abordamos. Reconocemos otros eventos y estudios¹⁸ que de alguna manera serán retomados en los que reflexionaremos.

Los documentos que estudiaremos en este período son: Elementos para una reflexión pastoral en preparación de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Instrumento Preparatorio (1990); Reuniones Regionales de Comisiones Episcopales de Comunicación Social de América Latina (1990); Documento de Consulta (1991) y de Trabajo (1992) de la Conferencia de Santo Domingo y La Comunicación en la Iglesia Latinoamericana (1991).

3.1. Elementos para una reflexión pastoral en preparación de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Instrumento Preparatorio.

Camino a la celebración de la IV Conferencia el CELAM presenta a principios de 1990 este instrumento en preparación (en su primera etapa) para dicha conferencia¹⁹. En su análisis abordaremos el tratamiento particular y explícito de nuestro tema, no pretendemos verlo en otras referencias o citas que reconocemos existentes a lo largo del documento.

El IPSD trata la comunicación social en su Segunda Parte, ligándola a la nueva cultura que va signando la realidad del continente. La observa como uno de sus mayores adelantos con amplia capacidad para: relacionar personas, transmitir cultura, crear la aldea planetaria y educar (de un modo virtual) para la nueva evangelización. “Hasta se ha llegado a considerar la

información como una revolución que sucede a la industrial así como ésta sucedió a la agrícola” (426). Junto a los desvalores que promueve o inspira (Cfr. 427), para enfrentar la nueva evangelización se “requiere renovado esfuerzo para inculturar el Evangelio con los nuevos lenguajes empleados en la comunicación social” (Idem).

La Tercera Parte del IPSD en la visión pastoral de la situación del continente, expresa que “sobresale la realidad de la comunicación social” (688), pero escasamente sólo se indican dos temas: los medios propios de la Iglesia y la formación (Cfr. 689-692).

Dentro del documento en su conjunto global la comunicación social es pobremente abordada y queda ensombrecida la rica reflexión y praxis del DP y su posterior desarrollo. Además es notoria su ausencia en la Cuarta Parte del IPSD que brinda la iluminación teológica a la realidad social y eclesial, abriendo caminos de respuesta pastoral. En un encuentro de comunicadores fue duramente **criticado y desestimando** para la preparación del tema en la IV Conferencia.²⁰

3.2. Reuniones Regionales de Comisiones Episcopales de Comunicación Social de América Latina

Marcando otro momento en la preparación hacia la Conferencia de Santo Domingo, el DECOS/CELAM organizó tres reuniones regionales de las Comisiones Episcopales de Comunicación Social en 1990, con los siguientes objetivos fundamentales: hacer una evaluación sumaria del DP; estudiar la comunicación social en el IPSD y elaborar aportes para la IV Conferencia. Las reuniones se efectuaron en Coro (Venezuela) para la Región Bolivariana del 8 al 10 de junio; en Belo Horizonte (Brasil) para la Región del Cono Sur del 18 al 20 de junio y en Managua (Nicaragua) para la Región México-Centroamérica-Panamá, del 26 al 28 del mismo mes.²¹

Las tres reuniones se efectuaron sobre un mismo esquema: 1. Informe de países; 2. Evaluación de Puebla; 3. Hacia la Conferencia de Santo Domingo y 4. Asuntos varios. Nos ceñiremos al tercer momento del esquema por considerarlo el más relevante para nuestro tema, y abarcaremos las tres reuniones al mismo tiempo dada la misma metodología en los informes finales que facilitan su estudio.

El análisis del tema fue iluminado por diversas preguntas, una de éstas interrogaba: ¿Cómo debería ser tratada en Santo Domingo la comunicación social? La mayoría de las respuestas coinciden en que debe ser asumida desde una **antropología y teología que la relacione con la cultura y con la evangelización**, y como uno de los hilos conductores del documento final. Si bien algunos participantes prefieren un tratamiento específico del tema, otros proponen que esté presente como fondo en todo el desarrollo de las conclusiones (Cfr. 6;14;23).

Otro cuestionamiento apuntaba a considerar los temas y argumentos de la comunicación social; las respuestas aportan diversos tópicos (ya vistos en otros momentos): la formación para la percepción crítica, los nuevos lenguajes, la globalización de la información y comunicación (planetización); las políticas de comunicación en la Iglesia y su influjo en las nacionales e internacionales; el rol de los profesionales laicos en el campo específico; promoción de la identidad cultural de los pueblos; ética profesional; la comunicación como expresión fundamental y fuente generadora de cultura; las nuevas tecnologías al servicio de la evangelización; acentuación de los aspectos positivos de la comunicación social y menor detención en los negativos; inculturación de la comunicación; grandes líneas de una teología de la comunicación; dirigir la mirada a la TV y otros medios de carácter masivo; etcétera (Cfr. 6-7; 14-15; 23-24).

Una última pregunta buscaba sintetizar las opciones pastorales en comunicación social que deberían ser asumidas por Santo Domingo. Las constantes en los encuentros son: **formación**

(reclamada por unanimidad en primer lugar); promoción de medios propios (sobre todo radio y televisión); fomentar la producción de programas religiosos para radio y televisión; promover la formulación de políticas de comunicación; impulsar un serio y sistemático desarrollo de la teología de la comunicación; inserir la comunicación en la pastoral de conjunto y la evangelización y acompañar pastoralmente a los comunicadores. (Cfr. 9; 16; 25).

El informe de la regional del Cono Sur comentando estas opciones pastorales vierte la opinión de los participantes al respecto uno de ellos expresa: “lo que habría que hacer es una Eclesiología muy clara de la Comunión. El problema es que ni los teólogos ni los obispos han tomado conciencia de la importancia de la comunicación, la síntesis más clara está en 1 Jn 1, 1ss” (16).

Estas reuniones propusieron variados temas a Santo Domingo. Observamos como relevante la necesidad de **relacionar la cultura y la comunicación**, y que la última debería ser un **eje temático** (y no un tema más) en la IV Conferencia. Así mismo vuelve sobre la adecuada formación de los agentes de pastoral en el tema, caso contrario la comunicación social no podrá ocupar su espacio propio dentro de la teoría y la praxis de la comunidad eclesial.

3.3. Documento de Consulta de la Conferencia de Santo Domingo

Haciendo otro eslabón en la preparación de la IV Conferencia, el CELAM publica el Documento de Consulta²² era en realidad una gran consulta que se abría a las Conferencias Episcopales del continente; fue remitido en abril de 1991. El análisis nuevamente lo restringiremos a los momentos específicos de la comunicación en el DCSD reconociendo otras referencias a lo largo del mismo.

En la Tercera Parte al estudiar la situación del continente desde la globalidad cultural refiere que los medios de comunicación deben promover y conducir a la **participación democrática** de los hombres y de los pueblos (clave para crear la comunidad) (Cfr. 242; 239). Para que la participación sea operante y eficaz debe encarnarse progresivamente desde la información hasta la toma de decisiones tanto en la ejecución como el control de las tareas (Cfr. 243).

El documento observa que generar la participación para crear comunidades democráticas conduce a que se construyan nuevos modelos que favorezcan la descentralización de las estructuras y organizaciones políticas, incluyendo en ello a los medios de comunicación (Cfr. 251). También señala que los MCS son propicios a la desvalorización de la vida y convivencia humana, incitando a la violencia y a la muerte en los contenidos de los diversos medios, particularmente la TV (Cfr. 383).

En la Quinta Parte al abordar las líneas pastorales prioritarias de la nueva evangelización, trata de un modo específico la comunicación social y la simbólica (Cfr. 540-542). Reconociendo su papel relevante en la cultura moderna (Cfr. 540); insistiendo en el fomento de la comunicación alternativa y su acompañamiento pastoral (Cfr. 542; 540) y subrayando el papel de la formación tanto para crear una percepción crítica como para ayudar a los agentes de pastoral a entrar en la cultura de la imagen y de los medios (Cfr. 541-542).

La Iglesia en la nueva cultura de la comunicación está llamada a encarnar el mensaje del Evangelio promoviendo la producción de programas de evangelización y ejerciendo un “liderazgo ético y moral, especialmente defendiendo el derecho a la información que tiene todo hombre y toda comunidad, derecho que se extiende al terreno de la evangelización y de la comunicación religiosa” (542).

El DCSD vehementemente procura subrayar la relación entre cultura y comunicación y señala a la **formación** como el medio imprescindible para alcanzar el propósito de la mutua relación. Subraya la comunicación social dentro del ámbito de la convivencia política y social;

ubica a la comunicación alternativa como complementaria de la masiva y en términos generales tiene una visión optimista frente a los medios de comunicación. Sin embargo el tratamiento del tema es reducido a la acción y praxis pastoral; la Cuarta Parte que contiene la reflexión bíblica y teológica no menciona nuestro tema, faltando así la fundamentación doctrinal de la praxis.

3.4. La Comunicación en la Iglesia Latinoamericana

Este documento²³ del DECOS/CELAM apareció en noviembre de 1991 y tenía por finalidad ser un aporte para la Conferencia de Santo Domingo. “Como se dudaba si en la IV Conferencia se concedería un espacio concreto al tema de la comunicación social y, además, como la comunicación forma parte de muchos otros temas (evangelización, cultura, solidaridad, etcétera) y de la vida misma, se pensó que se debería procurar que los contenidos del documento podían llegar al documento final al tocarse otros temas sin descartar el dejar parte para el tema específico de la comunicación si llegaba a darse esa posibilidad”.²⁴

El CIL’91 tiene una estructura similar al DCSD. La primera parte denominada *Presupuestos sobre evangelización y cultura* (Cfr. 1.1-1.5) expresa lo que entiende por comunicación; la segunda parte aborda la *Promoción y formación de la Comunidad Humana* (Cfr. 2.1-2.6) donde se destacan los procesos de comunicación; la tercera parte es la *Reflexión Bíblico Teológica* (Cfr. 3.1.-3.7) donde resalta la comunicación como don gratuito del amor de Dios y la cuarta parte presenta los *Desafíos y líneas pastorales* (Cfr. 4.1-4.23) más significativas para la nueva evangelización.

El documento define a la comunicación “como un conjunto de procesos de interrelación humana, a través de los cuales el ser humano crea y comparte significados” (1.2). La expresión resalta la **capacidad simbólica del ser humano**, convirtiéndolo en productor de cultura, entrelazando ésta con la comunicación en una **dinámica permanente**. Al subrayar el aspecto procesual de la comunicación humana observa que la misma no es algo espontáneo o mecánico, requiere de la acción consciente del hombre (entre otros elementos y condiciones) para su pleno desarrollo y expansión (Cfr. 2.1).

La comunicación humana es vista como un ejercicio, como un hábito que se consolida en la medida que se repite (Cfr. 1.3) e interacciona a las personas (Cfr. 2.1). El proceso comunicacional es esencial para el crecimiento humano y comunitario (Cfr. 2.2) porque ayuda a descubrir la **dimensión de alteridad**, favoreciendo “la actitud de aceptación y valoración del otro ” (2.3). “La comunidad humana se forma, crece y encuentra su identidad en la comunicación” (2.2).

CIL’91 considera que la comunicación crea cultura y comunión entre los hombres cuando procesualmente se van **reafirmando y robusteciendo los contenidos de los signos (la significación)** que las personas o comunidades generan en las interrelaciones. Frente a la nueva cultura audiovisual los signos y sus significaciones enfatizan un **lenguaje más concreto e icónico, menos conceptual y abstracto** (Cfr. 1.4).

Desde el punto de vista bíblico y teológico, la comunicación humana tiene su **núcleo generador** en Cristo, Imagen y Palabra del Padre (Cfr. 3.3). La revelación del amor gratuito de Dios “se hace hombre en Jesucristo, el Comunicador: Dios mismo se hace uno de nosotros para restablecer la comunicación con el Padre” (3.2). La Iglesia como sacramento de la vida-comunión-misión trinitaria y “del encuentro del ser humano con Cristo está llamada a convertirse en signo de comunión y participación en medio de las culturas” (3.4).

Acceptando la diversidad de culturas la comunidad eclesial debe **inculturarse** para asumir las raíces de los pueblos (Cfr. 3.5) y desde el evangelio convertirse en “presencia transformadora del Verbo en cada cultura: es hacer presente, desde ya, el Reino de Dios que ya ha comenzado”

(3.6). El Reino emerge con mayor vigor cuando ella misma mejora sus procesos de comunicación interna y hacia el resto de la sociedad (Cfr. 3.4). CIL'91 exhorta al diálogo ad intra y a **aceptar la pluralidad** que brota del Espíritu en la misma Iglesia (Cfr. Idem; 4,19).

Para el documento la capacidad humana de la comunicación “está presente en el origen mismo de la Creación, de la Redención y del nacimiento de la Iglesia” (1.5), para la comunidad eclesial esta aptitud será generadora de comunión (Cfr. Idem), dinamizadora de toda la acción evangelizadora (Cfr. 2.1) y categoría englobante de la pastoral (Cfr. 3.7). En esta visión la “interacción entre los sujetos o actores sociales del acto comunicativo y el compartimiento de significados” (2.1) es lo más importante.

Pero no puede olvidarse que la comunicación requiere de canales; los medios de comunicación social son observados como **agentes socializadores** junto a la familia y la escuela (Cfr. 2.5), como instrumentos que posibilitan de un modo nuevo la participación en la sociedad y como promotores de la internacionalización de la comunicación y las industrias culturales (Cfr. 2.4).

La Iglesia va haciendo un proceso de “toma de conciencia sobre la comunicación en sí misma y sobre la importancia de los medios de comunicación como moldeadores de comportamientos y de consumos culturales” (2.6); por eso se le presentan **diversos desafíos** para que la comunicación sea dinamizadora de la pastoral y de la nueva evangelización.

Destacamos algunos de los retos pastorales que CIL'91 presenta a la Iglesia continental para hacer efectiva su tarea evangelizadora: elaborando políticas de comunicación e información, de donde podrá surgir la Planificación Pastoral de la Comunicación (Cfr. 4.2); potenciando las Oficinas de Comunicación en las Conferencias Episcopales (Cfr. 4.4); haciendo efectiva la prioridad de la formación de sus miembros (Cfr. 4.7), con especial énfasis a los laicos (Cfr. 4.8); promoviendo perceptores activos (Cfr. 4.9); empleando el lenguaje audiovisual de la nueva cultura postmoderna (Cfr. 4.10); defendiendo los aspectos éticos y morales de la comunicación social y de la información (Cfr. 4.13) y la democratización de la comunicación (Cfr. 4.15); y produciendo materiales audiovisuales para la pastoral (Cfr. 4.20-4.24).

El documento es un material rico en reflexiones y aportes pastorales para hacer efectiva la nueva evangelización, integrando y relacionando la comunicación y la cultura. La cultura entendida como el mundo de lo **racional-simbólico**; el mundo de las **relaciones intersubjetivas** de las personas; el mundo de los **modos humanos de vivir y convivir**; el mundo de la **expresión de los lenguajes** y de organizar las **relaciones interpersonales y sociales**; etcétera.

En estos ambientes del mundo cultural (frente a los contenidos de los signos) se dan fenómenos de **producción de sentidos**, que emanan de la intercomunicación de los hombres, reconocerlos, reaccionar ante ellos e interpretarlos para elaborar una respuesta es la base de la **creación de una cultura**, que se dinamiza y plenifica en tanto se cumple el proceso de la comunicación humana. Observamos que el texto se inspira en HTC y CMD donde ya se esbozaban algunos contenidos que en CIL'91 adquieren nuevas dimensiones.

3.5. Documento de Trabajo de la Conferencia de Santo Domingo

Este documento²⁵ fue el último eslabón en la preparación inmediata a la Conferencia de Santo Domingo. El CELAM lo publicó después de obtenida la aprobación de Roma a fines de junio de 1992. Se pensó en un texto que no fuese largo y pesado de manera que motivara a todo el Pueblo de Dios en la preparación de la IV Conferencia. En general el DTSD tiene un espíritu sereno, abierto y positivo que llama a la unidad y reconciliación; en su metodología sigue el ver, juzgar y actuar, de particular utilización en la tradición del continente.

El análisis de la comunicación social lo abordaremos en los momentos explícitos del DTSD reconociendo que existen otras citaciones a lo largo del mismo. En la Primera Parte del documento que observa pastoralmente la realidad del continente, mirando la realidad secular del tema, se alude a los medios de comunicación como una de las fuentes creadoras de la **cultura postmoderna** (Cfr. 185; 172) mediante una cultura audiovisual, que aportó valores como la fraternidad, la solidaridad, la superación de prejuicios (Cfr. 110) y de barreras, educación e información y transmisión de valores culturales (Cfr. 185). Además una progresiva configuración de una cultura cada vez más universal, visiones unilaterales o distorsionadas de la realidad, manipulaciones políticas o económicas (Cfr. 185), unificación masificante y reducción del discernimiento; en ésto la generación juvenil es la más afectada y expuesta a los MCS (Cfr. 110).

Observando la realidad eclesial del área, dado que algunas Iglesias locales disponen de excelentes MCS se los entienden como un espacio privilegiado para el ejercicio del ministerio profético de los pastores (Cfr. 213). Sin embargo la utilización de éstos está bloqueada y es ineficiente debido a que muchos en la Iglesia no comprenden cabalmente la cultura audiovisual y sus códigos; no creen en la eficacia de los medios para la evangelización, y a menudo no saben que hacer con ellos (Cfr. 214).

No obstante se destaca que muchos comunicadores cristianos bregan por obtener una mayor presencia en los MCS (Cfr. 213), mientras que miembros de otras confesiones no católicas “los emplean eficazmente, confundiendo la fe del pueblo, ofreciéndole un mensaje espiritualista y fundamentalista” (214).

En la Segunda Parte del DTSD que abarca la iluminación teológica y pastoral, se ve que “Dios es el primer comunicador, el comunicador por excelencia, y su Buena Noticia, así como la inculturación de la fe, son impensables sin la comunicación” (544). La acción evangelizadora es observada como un proceso de comunicación y **la cultura es el fruto de la comunicación entre personas** (Cfr. Idem).

El documento reafirma los **vínculos entre comunicación, evangelización y cultura**; la comunicación nace del amor de Dios por nosotros (Cfr. 540) manifestado en Jesucristo que vino a comunicar (evangelizar) el amor del Padre encarnándose y dialogando entre los hombres y culturas de su tiempo. El es testigo fiel del amor comunicativo de Dios (Cfr. 532).

Jesús con su encarnación y actitud de diálogo con los hombres ha dejado el modelo de la inculturación, la Iglesia reconoce que no puede proseguir una eficaz comunicación de la fe sino se **adecua a los signos de la cultura audiovisual y a sus nuevos códigos y lenguajes**, a fin de llegar al corazón y la vida misma de los interlocutores (Cfr. 465-466).

“Por ello nos urge aprender a hablar, según la mentalidad y las culturas de los oyentes, de acuerdo a sus formas de comunicación y a los medios que están en uso” (465). Además, “en nuestros días necesitamos promover una gran creatividad —signo de nuestro tiempo— para que la nueva evangelización se exprese en lenguajes que cuestionen al mismo tiempo que brinden esperanza” (466).

En la Tercera Parte del documento, al indicar los grandes desafíos pastorales, se insiste que la Iglesia debe fortalecer su conciencia sobre la comunicación social en sí misma como **fenómeno socio-cultural** y como **constructora de hábitos y consumos culturales** (Cfr. 602). También se retoma EN 45 (Cfr. 603) y se reconoce que frente a la creciente pluralidad vivida en el continente, “la Iglesia va pasando a ser una voz entre otras, muchas veces considerada sólo una opinión más” (604; Cfr. CIL’91 4.12).

En esta misma parte del DTSD, nuestro tema tiene un tratamiento más pormenorizado cuando se habla de *Una nueva comunicación para una nueva evangelización* (Cfr. 664-676). En ella luego de un proemio que motiva a la presencia evangelizadora en el mundo de la comunicación, “reconociendo la importancia de la imagen y la palabra en la formación de la

cultura y en la implantación de valores” (640), el punto indicado se divide en dos momentos: objetivos (Cfr. 664-671) y medios (Cfr. 672-676).

Los *objetivos* expresan como la corriente vital de la comunicación relaciona a la evangelización, la promoción humana y la cultura (Cfr. 664), por ello la Iglesia debe asumir como constitutivo evangelizador el mundo de las comunicaciones (Cfr. 667; 640), “pues por medio de ella se manifiesta al mismo tiempo como realidad salvífica comunicada, acontecimiento comunicable y signo comunicante, es decir como don que se recibe, mensaje que se proclama y tarea que se realiza” (667).

La Iglesia **realidad salvífica comunicada**, el don que recibe es la Palabra encarnada y dialogante en la historia por obra del Espíritu, para revelar el amor del Padre (Cfr. 665); el **acontecimiento comunicable**, es el mensaje que proclama, el Reino que exige “procesos de interrelación humana en que se comparten significados, como condición para crear cultura” (666; Cfr. CIL’91 1.2); **el signo comunicante** (sacramento) es la tarea que se realiza, la comunión de los hombres, la convivencia, el diálogo, el intercambio (Cfr. 668).

Comunicar, evangelizar para anunciar el Reino, exige nuevos comunicadores que se tornen expertos en el arte y la ciencia de la comunicación (Cfr. 669) y revisar y actualizar las formas de comunicación (lenguajes, canales, gestos, medios de comunicación, etcétera) (Cfr. 670).

Al tratar los *medios*, el documento retoma grandes desafíos que venimos observando en nuestra reflexión: profundizar la reflexión teologal de la comunicación (Cfr. 672); la formación de los agentes de pastoral y de los profesionales (Cfr. 673); elaborar políticas de comunicación e información a través de la planificación pastoral (Cfr. 674); integrar la comunicación dentro de la pastoral de conjunto (Cfr. Idem); producir materiales audiovisuales para la acción pastoral (Cfr. 675) y subrayar algunas características de la influencia del mundo de la comunicación en la nueva evangelización (Cfr. 676).

El DTSD confirma el espíritu de otros documentos anteriores al ligar la comunicación con el fenómeno cultural de los hombres y los pueblos. En el dinamismo vital de la **comunicación como creadora de cultura y en la significación que los hombres elaboran en las interrelaciones**, se moldea la acción evangelizadora de la Iglesia. Ella se comunica como signo visible del Reino, anunciando e inculturando la Buena Nueva, produciendo significados para los hombres y sus culturas, a fin de promover la convivencia humana y para extender en ella los valores del Evangelio.

El DTSD dedica una atención particular al lenguaje audiovisual de la nueva cultura que la Iglesia no puede ignorar si quiere ser eficaz en su misión de encarnar la Buena Nueva en las culturas. Sólo así la nueva evangelización será nueva en su ardor, método y expresión.

Constatamos que el documento estudiado al **incorporar algunos elementos de la comunicación en la reflexión teologal**, abre un camino orientador y doctrinal para la pastoral de la comunicación social y su gravitación en la nueva evangelización.

3.6. Conclusión

El período mediato e inmediato a Santo Domingo es marcado por la **íntima relación entre la comunicación y la cultura**. Se confirma progresivamente lo indicado en el análisis del post-Puebla. Consideramos que algunos documentos reflexionados (v.gr. RRSD, CIL’91 y DTSD) tienen una línea común al respecto y propugnan que la comunicación no sea sólo entendida como una categoría en sí misma, sino destacándola como un **concepto englobante de la evangelización de la cultura**. También los documentos estudiados van incorporando algunas de las reflexiones que surgen desde RM y AN.

De la encíclica misionera se rescata la expresión **mundo de la comunicación** (Cfr. 37c) integradora de las manifestaciones culturales e instrumentales que conlleva la comunicación. De AN se destacan tanto la expresión **identidad cultural** (Cfr. 7,9,13,16) que tendrá preponderancia a la hora de la inculturación del Evangelio, como la visión de la **Iglesia-comunión** (Cfr. 10) que irá vislumbrando una **eclesiología de comunión**, para incluir en ésta una reflexión teológica de la comunicación.

Del CIL'91 (entre otros temas) se retoma el **concepto de alteridad**, que junto a **la identidad** permite comprender de un modo integral el proceso de la comunicación humana y divina. Del DTSD debemos destacar la incorporación de la comunicación social en su reflexión teológica, sustentando así nuevos caminos para la praxis pastoral desde principios doctrinales orientadores. Finalizando esta apretada síntesis hemos de indicar el espíritu de RRSD presentando variados temas y desafíos pastorales para que la comunicación sea **dinamizadora de la nueva evangelización**.

Los documentos analizados son un reflejo de la praxis pastoral comunicacional en la Iglesia del continente; los procesos que genera la comunicación no se pueden restringir a los estudios esbozados, son antes que palabras, **vivencias culturales** de los hombres y pueblos.

Hemos subrayado elementos que emergen y conducen hacia Santo Domingo, donde se recogerán algunos de los aportes que hemos indicado como más significativos favoreciendo la **comunicación inculturada** de la Buena Nueva de Jesús en y desde la Iglesia, como **don, mensaje y misión de la comunión** (Cfr. DTSD 667).

4. LA CONFERENCIA DE SANTO DOMINGO. CONCLUSIONES DE SANTO DOMINGO. II PARTE. CAPITULO III. PUNTO 3.5. COMUNICACION SOCIAL Y CULTURA

4.1. Ubicación de la comunicación social en Santo Domingo

A semejanza de lo acaecido en otros períodos, los acontecimientos comunicacionales efectuados en la Iglesia continental, analizados en el punto anterior conducen a la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, efectuada del 12 al 28 de octubre de 1992 en la ciudad de Santo Domingo (República Dominicana).²⁶ “En la XXI Asamblea del CELAM en Ypacaraí, Paraguay, en 1987 se cristalizó la iniciativa de una nueva conferencia. Con motivo del V Centenario y como elemento central de dicha conmemoración se pidió oficialmente al Papa, en 1989 la realización de la IV Conferencia del Episcopado, Conferencia que luego él mismo convocaría para el 12 de octubre de 1992 y cuyo tema ya había señalado desde el 12 de diciembre de 1990: *Nueva Evangelización, Promoción Humana y Cultura Cristiana*, con el lema: *Jesucristo, Ayer, Hoy y Siempre*”.²⁷

En los cinco años de preparación se originaron diversos documentos: Instrumento de recolección de aportes (1988); Primera Redacción del Documento de Consulta (sic) (1989); IPSD (1990); DCSD (1991), la Primera Relatio (1991); la Segunda Relatio (1992) y el DTSD (1992).²⁸ “Junto con estos documentos el CELAM publicó once textos auxiliares fruto de investigaciones, reuniones, congresos, aportes y reflexiones que se ofrecían como ayudas a la preparación de dicha conferencia”.²⁹ Esta esmerada organización adquiere una convergencia específica en el documento elaborado por los participantes de la IV Conferencia, denominado Conclusiones de Santo Domingo³⁰ de acuerdo al tema y lema antes indicados.

La Asamblea Episcopal de Santo Domingo configuró un evento eclesial de singular relieve para la Iglesia continental. Medellín (1968) significó una **voz profética** preocupada centralmente en el hombre y la mujer latinoamericana en medio de las transformaciones de la década de los sesenta, desde la lectura audaz y concreta del Concilio Vaticano II; Puebla (1979) se nucleó en la **misión eclesial de evangelizar**, liberando para la participación y la comunión, constituyéndose en un eco y una aplicación de la EN; Santo Domingo (1992) reconoce en la **figura de Cristo Jesús**, el Cristo peregrinante y cercano en la historia de los hombres (Cfr. CSD Men 16) **como el camino que conduce a la auténtica liberación**, con el telón de fondo que le aportan RM, CA, ChL y PDV.³¹

La IV Conferencia estuvo rodeada de expectativas latentes y manifiestas antes y durante su realización, que mostraron las distintas tendencias en los criterios de la Iglesia latinoamericana y, concretamente entre los mismos actores de la asamblea³². En las etapas de preparación a Santo Domingo abundaron los **planteamientos críticos**, entre otros, que se neutralizaría la continuidad de Medellín y Puebla y que se sustituiría u oscurecería la opción preferencial por los pobres con una teorización culturalista.³³ Temores que fueron desvelados a partir del Discurso Inaugural del Papa a la Asamblea (Cfr. 1;16;17;25) y en el cuerpo de las CSD (Cfr. 263; 296; 301).

La Conferencia se convirtió en un acontecimiento eclesial rico y complejo. No se lo puede juzgar únicamente por su documento final. El acontecimiento de Santo Domingo es algo que perdura en el tiempo, no está agotado o concluido; quedan variadas **tareas por implementarse y realizarse**. En el devenir de la historia, como lo hicieron las Asambleas de Medellín y Puebla, ésta enfrenta **nuevos problemas y nuevas situaciones y por lo tanto exige nuevas respuestas**.³⁴

Juan Pablo II visitó Santo Domingo para celebrar el comienzo de la primera evangelización, sin ningún tipo de triunfalismo eclesial, y para inaugurar la IV Conferencia. En su alocución inicial a la Asamblea Episcopal, tal como lo hiciera en Puebla, fue perfilando las que serían las líneas y temas directrices de lo que los obispos irían elaborando en el transcurso de la misma.

La edición oficial y definitiva de las CSD contiene diversos textos, cada uno de ellos pertenece de algún modo a las mismas. En primer lugar aparece la Carta de Juan Pablo II a los Obispos Diocesanos del continente (pág. 3-4); luego continúa el Discurso Inaugural del Santo Padre (pág. 5-31). El texto episcopal de Santo Domingo comprende además la Presentación (pág. 33-34) y el Mensaje a los Pueblos de América Latina y el Caribe (pág. 35-46), texto estructurado en torno al eje de la escena del encuentro de Cristo con los discípulos de Emaús, donde “expresa muy bien lo que podemos llamar el programa sustancial que sostiene todo Santo Domingo: recentrar la pastoral en Cristo y relanzarla desde Cristo en la nueva situación histórica”.³⁵

Lo que podemos denominar el cuerpo del documento, está dividido en tres partes y una plegaria conclusiva. Con el anexo de los mensajes del Papa a los indígenas (pág. 197-202) y a los afroamericanos (pág. 203-206) finaliza la edición del texto. “El Documento Final fue el resultado de una reunión de pastores. Tomar conciencia de la perspectiva pastoral es importante para evitar inútiles discusiones y desencantos. El pastor no pretende decir la última palabra en economía ni en teología y menos tomar partido entre las diferentes tendencias. El desea mirar la realidad con los ojos de Jesús y trata de hacer resonar ahí la palabra de Cristo para anunciar la salvación”.³⁶

Antes de introducirnos en nuestro tema específico haremos una síntesis del conjunto del cuerpo de las CSD. La Primera Parte: *Jesucristo, Evangelio del Padre*, es una profesión de fe en Jesús, su mensaje y su obra; los obispos sitúan la IV Conferencia en el contexto del quinto centenario de la primera evangelización y en continuidad con las conferencias de Medellín y Puebla. La Segunda Parte: *Jesucristo, evangelizador viviente en su Iglesia*, constituye el **cuerpo medular** de las CSD (ocupa el 80% del documento) y se desarrolla en tres capítulos-temas que convocaban a la Asamblea.

Capítulo I: *La Nueva Evangelización*, se define y explicita de forma clara y precisa lo que se entiende por la misma, siguiendo de cerca las enseñanzas del Papa en el tópico. Además se ocupa de la vida de la Iglesia, de la santidad, de las comunidades, de los ministerios y carismas y de la necesidad de enfrentar ciertas misiones. El Capítulo II: *La Promoción Humana*, la aborda como una dimensión privilegiada del tema anterior; el documento responde a hondas expectativas y problemas de la realidad actual del continente como son los derechos humanos, la ecología, la tierra, el empobrecimiento y la solidaridad, el trabajo, la movilidad humana, la democracia, la economía y la integración continental. El capítulo finaliza con una larga sección dedicada a la familia y la vida.

El Capítulo III: *La Nueva Cultura*, insiste en inculturar el Evangelio en el interior de un pueblo, en su modo de pensar, amar y sentir. En los tópicos abordados Jesús es presentado como la medida de nuestra conducta moral, revalorizando las culturas indígenas, afroamericanas y mestizas y afrontando el tema de la inculturación frente a las posibilidades y las amenazas de la nueva cultura. La Tercera Parte: *Jesucristo, vida y esperanza de América Latina y el Caribe* recoge del tramo anterior, las principales líneas pastorales prioritarias, ordenándolas en torno a los tres grandes temas de la Asamblea. El texto concluye con una oración a Jesucristo que sintetiza las líneas pastorales del documento.

La Asamblea de Santo Domingo manifestó una “voluntad consciente y consensuada en los participantes de la IV Conferencia: la voluntad, quizás más intuita y creída que razonada y elaborada, de **explicitar a Jesucristo como punto de partida y eje de todo lo que pudiera brotar de Santo Domingo**”.³⁷ El modelo de Jesucristo se configura como la **piedra angular** del documento episcopal. El conjunto de las CSD tienen su fuente, modelo y culmen en la persona de Cristo, observando el misterio de Cristo, se analiza la realidad y se la considera como un desafío para transformarla y convertirla acorde al plan de Dios.

De este modo el documento final de la IV Conferencia abandonó el método tradicional de ver, juzgar y actuar, “por una trilogía metodológica en torno a los ejes de iluminación doctrinal, desafíos y líneas pastorales. En otras palabras: el método teológico inductivo es sustituido por uno deductivo donde se comienza por una reflexión doctrinal o una declaración de principios éticos y se sigue con una descripción temática de la realidad para terminar con proposiciones pastorales”.³⁸ El uso de esta metodología ha provocado variadas opiniones y puntos de vista.³⁹

Las CSD a partir de la idea fundamental de Jesucristo, ilumina y centraliza el contenido y el método incluyente de la nueva evangelización, la promoción humana y la cultura cristiana. “La plena realización de una de las tres requiere de la implementación correspondiente de las otras dos”.⁴⁰ Santo Domingo invita a la Iglesia latinoamericana a ser creativa e imaginativa para comunicar la fe en Jesucristo con un nuevo ardor, nuevos métodos y nuevas expresiones, en el nuevo contexto cultural del continente. Toda esta novedad tiene su punto de arranque en el ejemplo vivido y asumido por Cristo. Este mismo proceso debe vivir la Iglesia como **conversión pastoral** para hallar los caminos más expeditos a fin de encarnarse en la cultura moderna.⁴¹

Al abordar nuestro tema hallamos que Santo Domingo elabora (como Puebla) un documento único, en el que la comunicación social ocupa un espacio específico y explícito en la II Parte, Capítulo III, punto 3.5 titulado *Comunicación social y cultura*. A simple vista podemos observar que nuestro tópico es **unido a la cultura** y por lo tanto a Cristo que en la encarnación asume y expresa todo lo humano, excepto el pecado, ya que El integra, purifica y eleva la cultura. “Así, Jesucristo es la medida de todo lo humano y por lo tanto también de la cultura” (228).

Las CSD, al elaborarse en forma unitaria proponen una lectura lo más integral posible de cada una de las partes en relación al todo del documento final y al eje fundamental que lo estructura en sus partes. Aún cuando no siempre hagamos referencias explícitas a lo indicado no por ello dejaremos de tenerlo en cuenta.

La Comunicación Social está presente en 8 párrafos de las CSD (Cfr. 279-286); también la menciona en otros momentos del documento (v.gr. 26; 29; 30; 35; 96; 99; 107; 108; 109; 112; 131; 140; 199; 216; 236; 238; 253-255; 257; 267; 277; 300-303; Dis 23 y Men 32). Nos detendremos con un énfasis particular en los párrafos 279-286 de las CSD; que transcribiremos en los momentos de nuestro análisis pormenorizado, sin por ello ignorar cuando lo veamos conveniente las otras referencias en el conjunto del documento. En los apartados sobre comunicación social, se referencia una vez el Discurso Inaugural del Papa y el DP y en dos ocasiones AN.

La comunicación social fue uno de los temas votados para abordarse en la IV Conferencia y una comisión estuvo encargada de confeccionar el tema. “Según las normas que se dieron para la elaboración de los contenidos, cada comisión debería tener los Discursos del Santo Padre, el Documento de Trabajo, las Ponencias de los expositores a quienes se les había encargado previamente un tema y, por supuesto el parecer de los miembros de la Comisión”.⁴²

Entre otros puntos los redactores del tema acordaron no tratar aquellos tópicos que con seguridad habrían de indicarse en otras comisiones, por esto aparece nada o muy poco sobre evangelización, liturgia, predicación, solidaridad, cultura, etcétera. Otro punto que se discutió en la comisión “fue el de si se continuaría haciendo uso del término ‘Medios de Comunicación Social’. Todos estaban de acuerdo en que se tenía que hacer un esfuerzo por hacer que ese término dejara de usarse, ya que no es un término correcto, pero no se veía claro que fuese ese el momento de comenzar, ya que, sin duda, en otras comisiones se utilizaría y no lo podríamos evitar. No obstante se llegó al acuerdo unánime de dejar la expresión tal como esté cuando se citen los documentos, pero que el texto elaborado por la comisión emplee el término ‘sistema masivo de medios’ u otro alguno equivalente (mass media)”.⁴³

El texto de la comunicación social y cultura se configura en tres partes: Iluminación Teológica (Cfr. 279), Desafíos Pastorales (Cfr. 280) y Líneas Pastorales (Cfr. 281-286).

4.2. Iluminación Teológica

- La Evangelización, anuncio del Reino, es comunicación, para que vivamos en comunión (Cfr. DP 1063): “Lo que hemos visto y oído, os lo anunciamos, para que también vosotros estéis en comunión con nosotros. Y nosotros estamos en comunión con el Padre y con el Hijo Jesucristo” (1 Jn 1,3). Cada persona y cada grupo humano desarrolla su identidad en el encuentro con otros (alteridad). Esta comunicación es camino necesario para llegar a la comunión (comunidad). La razón es que el hombre ha sido hecho a la imagen de Dios Uno y Trino, y en el corazón de la Revelación encontramos su misterio trinitario como la comunicación eternamente interpersonal, cuya Palabra se hace diálogo, entra en la historia por obra del Espíritu e inaugura así un mundo de nuevos encuentros, intercambios, comunicación y comunión. Esta comunicación es importante no sólo con el mundo sino en el interior de la Iglesia.
- En el gesto de comunicación del Padre, a través del Verbo hecho carne, “la palabra se hace liberadora y redentora para toda la humanidad en la predicación y en la acción de Jesús. Este acto de amor por el que Dios se revela, asociado a la respuesta de fe de la humanidad, engendra un diálogo profundo” (Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Instrucción pastoral “Aetatis novae”, 6). Cristo así es el modelo del comunicador, en El, Dios, el totalmente Otro, sale al encuentro nuestro y espera nuestra respuesta libre. Este encuentro de comunión con El es siempre crecimiento. Es el camino de la santidad.
- Así se da una relación muy íntima entre evangelización, promoción humana y cultura, fundada en la comunicación, lo que impone a la Iglesia tareas y desafíos concretos en el campo de la comunicación social. Lo dijo el Papa en el discurso inaugural de esta

Conferencia: “Intensificar la presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación ha de ser ciertamente una de vuestras prioridades” (Juan Pablo II, Discurso Inaugural, 23).

- Sabemos que nos encontramos en la nueva cultura de la imagen, y que el Mensaje evangélico debe inculturarse en esta cultura y llegar así a hacerla expresiva de Cristo, la máxima comunicación. Comprendemos la importancia de los innumerables medios electrónicos que ahora están a nuestro alcance para anunciar el Evangelio. Le damos gracias a Dios por este nuevo don que nos ha dado en la cultura actual.

El extenso párrafo dedicado a los principios teológicos está dividido en cuatro momentos. El primero centralizado en la Trinidad y la Comunión; el segundo destacando el modelo comunicacional de Jesucristo; el tercero haciendo de nexo relacional de la comunicación con los temas de la conferencia y el último abriéndose al desafío de la inculturación.

El primer momento retoma una frase acuñada en Puebla: “la evangelización, anuncio del Reino es comunicación” (1063), a la que Santo Domingo ha agregado “para que vivamos en comunión” (279). Desde el punto de vista antropológico sólo es revelable aquello que se hace manifiesto, que tiene **signos y palabras** (relacionados mutuamente). Esta revelación es posible en tanto que libremente una persona obsequia su confianza a otro, quien además muestra expresión de acogida. La comunicación como proceso de revelación y manifestación (por medio de significados) es el movimiento por el cual una persona en un acto libre y amoroso abre con fe su interioridad (misterio) a otro que cree en ella y lo acoge libre y amorosamente en su interior, este movimiento es lo que produce la comunión y la comunicación.

De modo análogo a lo que sucede a nivel antropológico, se manifiesta el anuncio del Reino en el plano teológico. Dios se revela generosamente al hombre; “comunicador es el que se revela y comunicador es el que cree, el cual al manifestar su fe se convierte en revelador, y a su vez, el primer revelador se convierte en creyente de la acogida brindada por el otro”.⁴⁴

El texto para ilustrar esta dinámica retoma el texto de 1 Jn 1,3; lo que el Apóstol ha visto y oído es la revelación de Dios que se ha hecho palpable en Jesucristo y lo proclama para hacer comunicativa y comunitaria la experiencia. Juan se presenta como un testigo de la manifestación de Dios al hombre e invita a entrar en su comunión. La misión evangelizadora que despliega la Iglesia es para **crear la comunión**, al colocar esta meta en el centro de la misión, se acentúa la comunicación social como **categoría humanizadora y medio que predispone adecuadamente para el encuentro con el otro** (alteridad).

El otro es una persona que tiene identidad propia, es sujeto y protagonista diferente, es alteridad cultural, ser único e irrepetible. Para llegar a la plena comunión el proceso comunicacional debe inculturarse en el otro, para **respetarlo, asumirlo, purificarlo y elevarlo desde y en su misma identidad**. El ser humano es relacional y la comunicación social sirve a su plena **personalización y socialización** cuando se convierte en un servicio obsequioso, amoroso y gratuito de la convivencia, la comunidad, la solidaridad, etcétera. La comunicación es vista como un **camino y meta del proyecto de la comunión**.

Para el documento final de Santo Domingo la reflexión anterior queda asumida e integrada porque considera al hombre creado a imagen y semejanza de Dios Uno y Trino. El hombre no se realiza como tal si no es reflejado a su propio Creador, que es **Comunión y Comunidad**, revelado por la Palabra Eterna hecha diálogo con los hombres por medio del Espíritu que inaugura nuevos encuentros, comunicaciones, intercambios y comuniones. Santo Domingo fundamenta la dinámica de la comunicación social desde el **signo de la creación**, (Cfr. 169;171); **la Encarnación-Pascua y Pentecostés** (Cfr. 228). La frase final del primer momento alude a la Iglesia como comunidad que vive de la comunión con Dios y los hombres, y que “tiene como misión establecer un mundo nuevo de relaciones llamando a la humanidad entera a esa comunión”.⁴⁵

El segundo momento del párrafo retomando AN 6 observa el modelo de Cristo, *la plena y acabada comunicación del Padre*, que mediante significados, *hechos y palabras*, trasluce el profundo amor de Dios invitando a restablecer los lazos de comunión y diálogo entre El y los hombres. **Jesucristo** desde su Encarnación-Pascua se manifiesta como el totalmente Otro, con **identidad propia y alteridad**, saliendo al encuentro de los hombres y esperando una **respuesta libre y amorosa**.

Cristo es el **modelo de la inculturación**, plenamente respetuoso de la alteridad de cada persona en su interioridad (misterio). Se convierte así en el espejo donde podemos observar la comunicación humana convocada a su pleno desarrollo; el encuentro con Cristo es **crecimiento y camino para la santidad**. “Solamente la santidad de vida alimenta y orienta una verdadera promoción humana y cultura cristiana” (31).

En el tercer momento del párrafo, hallamos fundamentada **en la comunicación la íntima relación** entre la evangelización, la promoción humana y la cultura. De modo sintético se quiere relacionar la comunicación social con los temas de la IV Conferencia en su conjunto; ello impone a la Iglesia la prioridad de **intensificar la presencia en el mundo de la comunicación social** (Cfr. CSD Dis 23).

No es nuestro objetivo penetrar en un comentario minucioso de cada capítulo de las CSD; si se tiene en cuenta lo que hemos analizado hasta el momento y se lee cada capítulo **en clave de comunicación**, “se verá la insistencia con que se habla de la necesidad de encontrarnos (comunión) como personas en el mundo y como hijos de Dios en la comunión con Dios y con nosotros (Iglesia) para ir transformando el mundo en Reino de Dios. Se verá la insistencia en el respeto a la identidad de cada uno, lo que implica la alteridad para que cada uno crezca como persona libre en el encuentro con los demás (la comunidad) y en fidelidad al Señor (la santidad)”.⁴⁶

La última parte de los principios invita a **encarnar, purificar y elevar la nueva cultura de la imagen** imperante en el mundo moderno, desde los valores del Evangelio. La Iglesia tiene que promover la inculturación de la Buena Nueva en cada nueva cultura a fin de liberarla en sus desvalores y hacerla hábil para facilitar el encuentro con Dios y las relaciones humanizadoras entre los hombres.

Se favorece una actitud similar con las **nuevas tecnologías** al provecho de las comunicaciones, éstas al ser dones de Dios han de ser colocadas al servicio del encuentro con Dios y las personas. Ciertamente que la referencia a los innumerables medios electrónicos es breve, pero su aplicación es una convocatoria a la **creatividad e imaginación positiva**, sin rechazos ni condenas. Observamos que los principios no mencionan a ningún medio masivo o grupal en particular; sólo se indican los electrónicos englobando en ellos las nuevas tecnologías. El párrafo 282 se planteará la puesta en práctica de este principio.

Desde esta iluminación teológica (juzgar) que relaciona la comunicación con la cultura, como instrumento para la comunión, desde su fuente en el modelo Trinitario y desde su signo en la Palabra Encarnada del Padre, Jesucristo, las CSD presentan los Desafíos Pastorales (ver) y luego las Líneas Pastorales (actuar).

4.3. Desafíos Pastorales

- El desarrollo tecnológico en materia de comunicaciones, especialmente en la televisión, ofrece a la evangelización amplias perspectivas de comunicación a los más diversos niveles y facilita a la sociedad en general una interrelación también planetaria. Este es un hecho positivo, pero también en el contexto actual presenta retos muy serios por la orientación secularista de muchas programaciones.

Nos damos cuenta del desarrollo de la industria de la comunicación en América Latina y el Caribe, que muestra el crecimiento de grupos económicos y políticos que concentran cada vez más en pocas manos y con enorme poder la propiedad de los diversos medios y llegan a manipular la comunicación, imponiendo una cultura que estimula el hedonismo y consumismo y atropella nuestras culturas con sus valores e identidades.

- Vemos cómo la publicidad introduce a menudo falsas expectativas y crea necesidades ficticias; vemos también cómo especialmente en la programación televisiva abundan la violencia y la pornografía, que penetran agresivamente en el seno de las familias. También constatamos que las sectas hacen uso cada vez más intensivo y extendido de los medios de comunicación.
- Por otra parte, la presencia de la Iglesia en el sistema de medios es todavía insuficiente y se carece de suficientes agentes con la preparación debida para enfrentar el desafío; además de que falta por parte de los diversos episcopados una adecuada planificación de la pastoral de las comunicaciones.

La telemática y la informática son nuevos desafíos para la integración de la Iglesia en ese mundo.

Este párrafo expresa en cuatro momentos los desafíos pastorales (visión de la realidad) que afronta la Iglesia latinoamericana en el mundo de las comunicaciones. El primero observa lo positivo del desarrollo tecnológico; el segundo y tercero indican algunos de los riesgos emanados del desenvolvimiento de la industria de la comunicación y el cuarto enumera algunas dificultades y desafíos que enfrenta la comunidad eclesial en este campo pastoral.

Los obispos observan que el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación facilitan tanto las **relaciones humanas** (visión secular) como la **acción evangelizadora** de la Iglesia (visión eclesial). Muchas veces las relaciones humanas que promueven los medios de comunicación se ven limitadas (entre otros motivos) por las programaciones de tinte secularista (hedonista y consumista) y por las manipulaciones económicas y políticas de las grandes industrias de la comunicación en el continente. Estas restricciones a la comunión humana **atropellan las culturas** en sus valores e identidades (Cfr. 122; 119; 216; 236; 253; 255; 267).

Para la Iglesia un desafío novedoso en su diálogo con el mundo de las comunicaciones son **la telemática**⁴⁷ y **la informática**.⁴⁸ Se reitera que la acción evangelizadora de la Iglesia en el mundo de las comunicaciones es insuficiente en sus agentes y medios y falta en este campo una adecuada planificación pastoral tanto de la comunicación en sí, como de su inclusión y lugar en la orgánica. Temas que venimos indicando en otros momentos de nuestra reflexión.

Entendemos que la visión de la realidad **mira más a los medios** que a la comunicación en sí misma y entre los medios se remarcan los masivos porque muchas veces no están al servicio de la comunicación humanizadora. Frente a ello, las observaciones del documento son un tanto negativas. Al comparar lo expresado en el marco doctrinal (Cfr. 279) con la visión de la realidad descubrimos los **grandes desafíos** que la Iglesia tiene por delante a fin de que los medios de comunicación sean eficaces y eficientes **en orden al servicio de la comunicación solidaria en la convivencia humana**.

Si bien hubo un esfuerzo de la comisión redactora en no confundir la comunicación social con los medios,⁴⁹ observamos que el número analizado no lo ha logrado; pareciera que Santo Domingo en su conjunto no llegó a distinguir los conceptos y los contenidos de una y otra acepción.

4.4. Líneas Pastorales

- Apoyar e impulsar los esfuerzos de cuantos con el uso de los medios defienden la identidad cultural, asumiendo el desafío del encuentro con realidades nuevas y distintas y procurando se dé lugar a un diálogo auténtico. Articular la comunicación masiva con la comunitaria y grupal. Hacer el esfuerzo para tener medios propios y en lo posible una productora de Video al servicio de América Latina y el Caribe.
 - Ayudar a discernir y orientar las políticas y estrategias de la comunicación, que deben encaminarse a crear condiciones para el encuentro entre las personas, para la vigencia de una auténtica y responsable libertad de expresión, para fomentar los valores culturales propios y para buscar la integración latinoamericana.
 - Dar a los profesionales católicos de la comunicación el apoyo suficiente para cumplir su misión. Procurar una creciente relación de comunión eclesial con las organizaciones internacionales (OCIC-AL, UNDA-AL, UCLAP) “cuyos miembros pueden ser colaboradores valiosos y competentes de las Conferencias Episcopales y de los diferentes obispos” (Pontificio Consejo para las comunicaciones sociales, Instrucción pastoral “Aetatis novae”, 17). Las Comisiones Episcopales de Comunicación de cada país y el propio DECOS-CELAM y el SERTAL han de aumentar y mejorar su presencia en este campo.
 - Se debe poner todo empeño en la formación técnica, doctrinal y moral de todos los agentes de pastoral que trabajan en y con los medios de comunicación social. Al mismo tiempo es necesario un Plan de educación orientado tanto a la percepción crítica, especialmente en los hogares, como a la capacidad de utilizar activa y creativamente los medios y su lenguaje, utilizando los símbolos culturales de nuestro pueblo.
 - Es necesario alentar a las Universidades Católicas para que ofrezcan formación del mejor nivel humano, académico y profesional en comunicación social. En los seminarios y casas de formación religiosa se enseñarán los lenguajes y técnicas correspondientes de comunicación, que garanticen una preparación sistemática suficiente.
- Es hoy imprescindible usar la informática para optimizar nuestros recursos evangelizadores. Se debe avanzar en la instalación de la red informática de la Iglesia en las diferentes Conferencias Episcopales.
- Que las editoriales católicas actúen en forma coordinada dentro de la pastoral orgánica.

Esta sección del documento es la que **propone las acciones pastorales** en la Iglesia continental, luego de discernir la realidad (Cfr. 280) e iluminarla con los principios teológicos (Cfr. 279). En los párrafos se enumeran acciones pastorales que hemos identificado en otros momentos de nuestra investigación. Por lo mismo haremos una breve mención de ellas relacionándolas con otros momentos de las CSD pero sin mayores comentarios.

El punto de las **políticas y estrategias de la comunicación** (Cfr. 282), como ya lo indicamos, se refiere de un modo particular a las acciones consecuentes para poner en práctica los principios rectores y orientadores de la comunicación social en la comunidad eclesial (Cfr. 279). A fin de que las políticas y estrategias cumplan su cometido requieren de la adecuada **formación** en todos los niveles de los agentes de pastoral (Cfr. 284-285; 108; 277) y de la adecuada **planificación pastoral** (Cfr. 280; 286).

Entre los agentes de la comunicación social sobresalen los **profesionales** a quien la Iglesia debe brindar una presencia y apoyo más profundo (Cfr. 283; 99; 254). Partiendo de lo expresado Santo Domingo considera que los medios de comunicación defenderán **la identidad cultural** de los hombres y se convertirán en lugar de **diálogo fecundo entre las culturas** (Cfr. 281; 238).

Frente a las nuevas tecnologías las CSD destacan la posibilidad de que la Iglesia acceda a una productora propia de video para todo el continente (Cfr. 281) y se insiste en la

implementación de la informática para optimizar los recursos evangelizadores (Cfr. 285).⁵⁰ También reafirmando el **diálogo en el interior de la Iglesia**, se promueve incrementar las relaciones entre la Jerarquía y las Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación, “cuyos miembros pueden ser colaboradores valiosos y competentes de las Conferencias Episcopales y de los diferentes obispos” (283; Cfr. AN 17).

Otras líneas pastorales destacadas en las CSD son: inculturación del Evangelio en la manera de comunicar y en los medios (lenguaje) de los oyentes (Cfr. 30;35) y la defensa y promoción de la dignidad de la mujer en los medios de comunicación (Cfr. 107).

4.5. Conclusión

Santo Domingo en sus conclusiones recoge y reafirma el proceso iniciado y desarrollado a partir de Puebla, al comprender sostenida y progresivamente la comunicación social como una expresión y manifestación de la cultura. Para las CSD la comunicación es **una mediación** en orden a la evangelización de la cultura que en su objetivo final busca **la comunión**. Esta es el espacio, el ambiente, el lugar, donde los cristianos al formar la Iglesia viven el don gratuito del amor de Dios.

La IV Conferencia retoma el énfasis subrayado por CP 22 al expresar que el sentido humanizador de la comunicación se sintetiza en la entrega de la misma persona por el amor, que encuentra su fuente y modelo en la comunidad de Dios Uno y Trino (Cfr. CP 8; AN 6). Puebla había enunciado que la comunión es una categoría fundamental de la evangelización (Cfr. DP 1063). El paso que da Santo Domingo es **unir** (de un modo explícito) lo expresado por Puebla, *comunicación - evangelización*, con CP y AN, *comunicación-comunidad*, así **el fin de la comunicación, en tanto camino de evangelización, es la comunión** (Cfr. 279).

La conjunción comunión-comunicación permite comprender **la dinámica de la revelación y de la fe** que aparece en la iluminación teológica (Cfr. Idem). Observamos que en este binomio encontramos una **clave de lectura** para comprender la doctrina y praxis de la pastoral de la comunicación según el espíritu de la IV Conferencia.⁵¹ Por eso los redactores de la comisión insistían en no confundir la comunicación con el uso de los medios, aún cuando en el texto final reconocemos algunas manifestaciones no muy coherentes con lo que acabamos de expresar.

Otro aporte de las CSD es abrir nuevas perspectivas para relacionar la comunión con **la identidad y alteridad**, donde la comunicación es un medio y camino para el reconocimiento y el desarrollo del hombre en cuanto propugna **la personalización y la socialización** y alienta **la santidad** si se lo comprende en el nivel de la fe y de la vida en gracia. Esta visión estima opuesta a la comunicación-comunión todo lo que impide o destruye el protagonismo de la persona y su cultura (v. gr. manipulaciones, alienaciones, violencia, monopolios, consumismo, pornografía, etcétera) (Cfr. 280).

Dicha perspectiva plantea algunas consecuencias para la práctica de la comunicación en los diversos niveles de la sociedad y la Iglesia. Los **laicos** en sus diversos ambientes y espacios de vida y de trabajo tendrán un rol particular mediante su testimonio a fin de que la comunicación y sus instrumentos **favorezcan el encuentro entre las personas y la convivencia solidaria-humanizadora de los pueblos** (Cfr. 279). Se aquilata un papel significativo (entre otros) para los **profesionales de la comunicación** (Cfr. 283) en su esfuerzo por defender la identidad cultural que desafía el diálogo con una nueva cultura (Cfr. 281) y sus novedosas tecnologías (Cfr. 279-280) que requieren de nuevos lenguajes y técnicas (Cfr. 285).

A todos los cristianos compete una **esmerada formación** (Cfr. 284-285) para participar activamente en la elaboración de **políticas y estrategias de comunicación** “que deben encaminarse a crear condiciones para el encuentro entre las personas para la vigencia de una

auténtica y responsable libertad de expresión, para fomentar los valores culturales propios y para buscar la integración latinoamericana” (282).

Las CSD tienen la virtud de **presentar una reflexión teológica de un modo explícito y manifiesto**; lo que no tuvo el DP en este punto lo expone con vigor la IV Conferencia. Es una concisa síntesis teológica, que nace en la Comunidad Trinitaria (con sus significados de Alianza, Encarnación-Pascua y Pentecostés), desde la perspectiva de la comunicación divina (revelación y fe) y su análoga humana (interioridad y acogida), trazando las líneas directrices y orientadoras de la comunicación ad intra y ad extra de la comunidad eclesial (Cfr. 279; 65; 92).

Al relacionar la comunidad divina con la comunidad de bautizados, abre perspectivas para **orientar una reflexión desde la eclesiología de comunión, donde la comunicación sería parte de la misma eclesiología**, como una pastoral instrumental (la Iglesia se sirve de las tecnologías o medios instrumentales, para comunicar-evangelizar y crear comunidad a partir del Evangelio). Esta óptica eclesiológica superaría “la recurrente ilusión de una teología de la comunicación (o de los medios) como algo separado”⁵² de la vida y misión de la comunidad eclesial en sí misma.

La reflexión doctrinal sustenta a la comunicación social como una de las categorías integradoras de la evangelización, la promoción humana y la cultura. Las CSD posibilitan nuevos caminos para una reflexión más profunda.

Observamos en Santo Domingo algunos aspectos novedosos y positivos, también hemos de señalar otros que nos parecen incompletos. Si las CSD son vigorosas en la reflexión teológica, tenemos que reconocerlas **escuetas** en la visión de la realidad y en las opciones pastorales. Notamos que la mirada a la situación secular y eclesial de la comunicación social en América Latina (Cfr. 280) no expresas novedades, sino reiteraciones en relación a lo indicado en otros momentos del documento (Cfr. 96; 112; 140; 199; 216; 236; 253; 255; 267).

En las opciones pastorales notamos la **ausencia de lo reflexionado y realizado a partir de Puebla**, un período que hemos visto como fecundo y rico en doctrina y praxis comunicacional para la Iglesia continental.⁵³ En particular observamos **pobre la mención de la planificación pastoral de la comunicación** y sus incidencias en la orgánica, tema que AN 23-33 destacó con especial solicitud y la ausencia de **los medios neutros** en la acción pastoral de la Iglesia. Además como todo documento que ha tenido variadas redacciones y correcciones, notamos los saltos redaccionales del párrafo 281 que aborda tres temas sin mayor coordinación entre sí.

El documento de la Conferencia de Santo Domingo es para la Iglesia continental un referente prioritario para extraer del mismo los principios y orientaciones que han de guiar la labor pastoral de las Iglesias Locales y de América Latina y el Caribe. Las CSD presentan la comunicación como un instrumento para alcanzar la comunión entre las personas en identidad y alteridad cultural. Queda un largo camino para que la comunicación social sea **conducente a la cultura y no a un mero medio de información, de consumo o manipulación**.

Observamos que insistir en la formación y en la planificación pastoral no es en vano, por el contrario es apostar a que la comunicación lleve al encuentro entre las personas, compartiendo cada una su aporte hacia una convivencia humana más solidaria. Algunos de estos aspectos serán profundizados y redimensionados en la reunión del DECOS/CELAM en enero de 1995 en la ciudad de Caracas (Venezuela).⁵⁴

Notas al pie del capítulo

1. Cfr. Gorostiaga 1995, 88.
2. CELAM 1992a. Lo citaremos con la sigla DTSD y en el interior del texto. Seguimos la numeración propia del documento. En este caso corresponde N° 129.
3. Gorostiaga 1995, 89.
4. García Delgado 1995, 12.
5. Idem, 14.

6. Idem, 16.
7. Uranga 1994, 145.
8. CELAM 1990a. Lo citaremos con la sigla IPSD y en el interior del texto. Seguimos la numeración propia del documento. En este caso el N° 787.
9. Soukup 1993, 1057.
10. Farrel 1991, 172.
11. Melguizo 1993, 156.
12. Pellegrini 1992, 4.
13. Cfr. Moreno 1992.
14. Idem, 7. *El subrayado es nuestro*.
15. Cfr. Ut supra páginas 113-114.
16. Moreno 1992, 10.
17. Uranga 1991, 1.
18. Cfr. CELAM 1990 b.c.e; Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación 1994, 305-318.
19. Cfr. CELAM 1990a. Ver ut supra cita 8, página 134.
20. Cfr. CELAM 1990 d,12.
21. Cfr. Idem. Lo citaremos con la sigla RRSD y en el interior del texto. Seguimos la paginación del redactor.
22. Cfr. CELAM 1991. Lo citaremos con la sigla DCSD y en el interior del texto. Seguimos la numeración del documento.
23. Cfr. Yser 1993, 48-56. Lo citaremos con la sigla CIL'91 y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor del texto.
24. Idem, 48.
25. Cfr. CELAM 1992a. Ver ut supra cita 2, página 131.
26. Para visiones de conjunto de Santo Domingo: Alliende Luco 1993; Cadavid 1993; Colectivo de Teólogos 1993; Codina y Sobrino 1993; Llach 1993; Melguizo 1993; Mifsud 1993; Montes 1993; Rodríguez y Adames 1994 y Tornos 1993.
27. Cadavid 1993, 190.
28. Cfr. Ibídem; DTSD XXIII.
29. Cadavid 1993, 190.
30. Cfr. CELAM 1992b. Lo citaremos con la sigla CSD y en el interior del texto. Seguimos la numeración que hace el editor. El Discurso Inaugural de Juan Pablo II lo detallaremos Dis; el Mensaje a los Pueblos de América Latina y el Caribe lo detallaremos Men, en ambos casos seguimos la numeración propia de cada uno. Otros elementos incorporados en la edición de las CSD lo indicaremos con el número de página.
31. Cfr. Melguizo 1993, 156; Mifsud 1993, 199.
32. Cfr. Colectivo de Teólogos 1993, 13.
33. Cfr. Melguizo 1993, 157; Tornos 1993, 29.
34. Cfr. Melguizo 1993, 157; Colectivo de Teólogos 1993, 14; Montes 1993, 8.
35. Alliende Luco 1993, 145.
36. Montes 1993, 8.
37. Llach 1993, 548. *El subrayado es nuestro*; Cfr. Tornos 1993, 35; Mifsud 1993, 199.
38. Mifsud 1993, 200.
39. Cfr.(entre otros) Aldunate 1993, 34-36; Rodríguez y Adames 1994, 209-212; Codina y Sobrino 1993, 30-33.
40. Mifsud 1993, 201.
41. Cfr. Cadavid 1993, 192-193; Llach 1993, 554.
42. Ysern 1993, 77.

43. Idem, 79-80.
44. Idem, 110.
45. Idem, 126.
46. Idem, 131.
47. “Rama de las nuevas tecnologías que resulta de la unión entre las *telecomunicaciones* y la *informática*. Un sistema telemático hace interactuar ordenadores, televisores, teléfonos, télex, telefax, etc.”. CELAM 1988a, 177.
48. “Conjunto de conocimientos científicos y tecnológicos que hacen posible el tratamiento automático de la información por medio de computadoras”. CELAM 1988a, 104-105.
49. Cfr. Ut supra cita 43, página 152.
50. Para un desarrollo del tema Cfr. Foley 1993.
51. Para un desarrollo del tema Cfr. CELAM 1994.
52. Spoletini 1991, 386.
53. Cfr. Ut supra páginas 125-128.
54. Cfr. CELAM 1995.

CONCLUSIONES FINALES

**Sinopsis del itinerario eclesial latinoamericano (1966-1992)
en la búsqueda de un modelo
y estilo pastoral de comunicación.**

En este apartado nos proponemos **destacar algunas líneas directrices** doctrinales que observamos como **permanentes en los documentos analizados** con influencia **en la acción pastoral de la comunicación social en la Iglesia latinoamericana**. En las conclusiones parciales de los capítulos anteriores indicamos avances y retrocesos, constantes y variables en este momento deseamos realizar una visión y reflexión global considerando algunos elementos significativos de las fuentes.

Nuestro espíritu es subrayar algunos puntos reconociendo que éstos y otros no pormenorizados, quedarán abiertos a estudios y opiniones posteriores. No pretendemos ni podemos agotar la riqueza del tema abordado; el área teológico-pastoral elegida para este estudio requerirá de otros trabajos e investigaciones que aporten diversas facetas y posiciones sobre un tópico relativamente novedoso en su reflexión.

Esta sinopsis tendrá cuatro momentos, en el primero rescataremos algunas de las cuestiones sobresalientes del itinerario histórico de las fuentes, que por su constancia configuran un modelo y estilo pastoral en comunicación social; ésto podríamos indicarlo como el **momento de recuento histórico**.

Luego siguiendo el modelo cristológico analizaremos algunos temas a partir de la fe y de la revelación cristianas para iluminar la praxis comunicacional desde la perspectiva de Dios. La fe se introduce en la historia y en la cultura de la comunicación humana para leerlas desde la dimensión salvífica. También hace responsable al creyente en una inteligencia de la revelación y de la fe cristianas desde sus propias experiencias de comunicación humana. Vemos aquí la doble dimensión descendente y ascendente del método teológico inspirado en la cristología; en base a éste ocuparemos el segundo y tercer momento de esta sección. Este doble movimiento teológico ayudará para enlazar y ligar algunos misterios de la fe y la revelación cristianas con el misterio del hombre que se esclarece (entre otros) por su capacidad comunicacional. Esto podríamos denominarlo como el **momento reflexivo-analítico** (juzgar).

El cuarto momento esbozará algunos elementos para una pastoral de la comunicación social a la luz de lo reflexionado y proyectará el **espacio de acción pastoral concreta** (actuar).

1. UNA NUEVA CONCIENCIA ECLESIAL FRENTE A LA COMUNICACION

Observamos que el itinerario histórico del cuerpo doctrinal sobre comunicación social en la Iglesia de América Latina manifiesta un **progresivo cambio de la conciencia eclesial** en el tema. Medellín (1968) estuvo enmarcado por las transformaciones socio-culturales del continente y señaló a los MCS como instrumentos para la promoción del hombre latinoamericano (Cfr. DM-MCS 24). El período de nuestro primer capítulo **ligaba la comunicación social con los MCS** de un modo más o menos excluyente.

La preparación y la misma Conferencia de Puebla reafirmó y categorizó la comunicación como un acto social vital nacida con el hombre y potenciada por los recursos tecnológicos modernos (Cfr. DP 1064); entrelazada con el anuncio del Evangelio, tiene ingerencia en todos los momentos y aspectos de la evangelización (Cfr. DP 1063). El momento reflexionado en torno al segundo capítulo consolidaba la comunicación como una **capacidad del hombre para relacionarse con la emergente cultura audiovisual**.

El post-Puebla inició un camino convalidado en Santo Domingo (1992); la comunicación social es observada como categoría del hombre para la comunión solidaria con sus semejantes dentro de signos culturales marcados por el desarrollo tecnológico en materia de comunicación (Cfr. CSD 280). Los aspectos analizados en el tercer capítulo **vislumbran un fortalecimiento de las relaciones entre comunicación, cultura, comunión y evangelización**.

El itinerario del cuerpo doctrinal sobre comunicación social entre Medellín y Santo Domingo consolida progresivamente una nueva conciencia eclesial, **observando el fenómeno de la comunicación social a partir de lo antropológico-cultural sin reducirlo a lo instrumental**. Esta visión incluye a los MCS como expresiones del sistema comunicativo-cultural del hombre y las comunidades humanas.

En las conclusiones parciales de los capítulos antecedentes hemos observado **algunos puntos significativos y constantes que gradualmente fueron construyendo la nueva conciencia eclesial** en nuestro tema. Enumeraremos algunas cuestiones (sin pretender ser exhaustivos): la estrategia pastoral; el método; la búsqueda de una fundamentación doctrinal; la relación entre comunicación y cultura; el carácter pastoral de las fuentes y su inserción en la praxis evangelizadora. Además detallaremos algunos de los conflictos en el itinerario del cuerpo doctrinal.

Una primera constante es observar que los documentos analizados tratan de responder a la realidad socio-cultural en la cual se halla ligada la comunidad eclesial. La Iglesia latinoamericana en su itinerario doctrinal sobre la comunicación supera el antagonismo y reduccionismo de otros documentos eclesiales al abordar nuestro tema poniendo el énfasis en una **novedosa estrategia pastoral**.

Observa la comunicación social como una estrategia para llegar a los hombres, favoreciendo su humanización y convivencia comunitaria y no la limita a la adquisición de prosélitos. Apartándose de una actitud moralística presenta a comunicación en **términos de integralidad**, provocando la creación de convicciones y responsabilidades frente al fenómeno de la comunicación social y sus incidencias en la personalización (identidad cultural) y socialización (alteridad social) de los hombres y sus comunidades.

Es conveniente subrayar la **metodología** de la mayoría de los documentos observados, acentuando el estudio de la realidad (ver), para analizar en ellos el acontecimiento comunicacional (juzgar) a fin de encauzar conclusiones o desafíos pastorales (actuar).

Otra constante es la búsqueda de fundamentos doctrinales teológicos para la praxis pastoral; unas veces explícitos o implícitos, otras sustentados desde algunos documentos del magisterio pontificio y en ocasiones desde elaboraciones originales y características del continente.

Es encomiable y persistente el **esfuerzo por una teología de la comunicación que soporte la praxis pastoral** en la Iglesia latinoamericana. Observamos (entre otros) el trabajo arduo y vigoroso de DECOS/CELAM y de las Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación para que el fenómeno de la **comunicación como acontecer cultural** (superando una visión instrumental de la misma), sea asumido como una dimensión **constitutiva de la Iglesia**.

La Iglesia continental (en comunión con la reflexión y praxis de la universal) integra progresivamente la interrelación doctrinal y pastoral de la comunicación como acontecer englobante de una nueva cultura, con una actitud abierta, dinámica y profética. En esta interdependencia subrayamos dos elementos significativos (entre muchos otros), **el lenguaje y el perceptor**. En los documentos observamos que el *lenguaje* es expresión (signo) de la cultura (significados) que viven los hombres. La cultura actual hace que éste sea decididamente más afectivo, emotivo y audio-visual, provocando una comunión interpersonal más vivencial o experimental que racional o conceptual. Las fuentes caracterizan al lenguaje por su **encarnación** y emergencia en y desde la **vivencia cotidiana** del hombre y la cultura.

El *perceptor* es el **sujeto activo y responsable** de la comunicación caracterizado por el respeto y dignidad que merece su identidad cultural y alteridad social. El interlocutor de la nueva cultura audiovisual e informática no es considerado como un receptor pasivo o indiferente de los contenidos y mensajes de la comunicación social y sus medios. El perceptor

es mirado como sujeto creador de nuevos signos culturales y exige ser abordado desde una actitud dialogal con los códigos y canales de su misma cultura.

El diálogo entre la comunicación y la cultura propone a la Iglesia el **desafío de inculturar el mensaje de la Buena Nueva** en lenguajes, códigos y canales que sean perceptibles, actualizados, concretos, directos y claros (Cfr. DP 1091) a fin de reconocer las semillas del Verbo (Cfr. LG 16) latentes en las culturas del mundo. Este reto ad extra se impone al interior de la comunidad eclesial favoreciendo en su seno la **opinión pública**.

Los documentos constatan la necesidad de una mayor comunicación dialogal que supere los verticalismos y autoritarismos. La Iglesia continental al reafirmar que evangelizar es comunicar para crear comunión (Cfr. CSD 279), debe **procurar en su seno interno el diálogo e intercambio de opiniones** (no exentas de tensiones), para crear corrientes que contribuyan a enriquecer la vitalidad de la comunión eclesial. La identidad eclesial se renueva y fecunda con los estímulos y desafíos creadores que provienen de la alteridad personal y cultural de sus miembros.

Además el encuentro entre comunicación y cultura exige a la Iglesia continental una **actitud de conversión** para reconocer a los pobres como sujetos y protagonistas de una nueva metodología evangelizadora. Ellos no son únicamente beneficiarios pasivos de la comunicación sino actores originales, resistiendo y liberándose de las condiciones que impiden oír su propia voz y palabra en su lenguaje, código y medio.

Una última constante que destacamos es el **carácter pastoral** de los documentos consultados. Estos plantean e interrogan, vislumbran y proponen ante los desafíos que brotan de la comunicación, una acción pastoral de la Iglesia continental en el mundo de las comunicaciones humanas y sus medios.

De la acción pastoral propuesta por las fuentes subrayamos los esfuerzos de la Iglesia latinoamericana por: incorporar la comunicación en la **formación** de todos sus agentes pastorales; elaborar **políticas y estrategias culturales y comunicacionales** (influyendo en las nacionales y continentales); apoyar y alentar la **tarea de los profesionales de la comunicación**, particularmente **los laicos**; fomentar la **opinión pública** al interior de la comunidad eclesial; estudiar y proponer una **ética y moral** de la comunicación social; enfrentar una nueva **síntesis vital** ante una cultura secularista y prescindente de los valores evangélicos e incorporar los **Medios de Comunicación Grupal** (con sus desarrollos posteriores) en la praxis evangelizadora.

En este breve recorrido no podemos dejar de mencionar **algunos conflictos y tensiones** que aparecen (unos más explícitos que otros) a lo largo de las fuentes consultadas. Por ejemplo, los debates por la acción evangelizadora de la Iglesia a través de los medios propios o en los neutros; las discusiones emanadas por la preferencia pastoral entre los MCS y los medios grupales; la conveniencia o desestima de los MCS en la evangelización; la dualidad entre anuncio explícito o implícito de la Buena Nueva desde los MCS; la controversia entre comunicación masiva y la alternativa o popular; los diferentes lenguajes que se desprenden entre las fuentes oficiales y las oficiosas, etcétera.

“Se ha dado en los últimos años una considerable reflexión teológico-pastoral sobre la comunicación. Sin embargo, falta hacer todavía más en este aspecto; y lo que es más, falta que se preste la debida atención a la doctrina y a las propuestas pastorales elaboradas hasta el presente” (EvCS’78 36). La Iglesia latinoamericana posee un cuerpo doctrinal con aportes de diverso nivel y validez jurídica, pero todos ellos significativos sobre la teología y la pastoral de la comunicación. Sin embargo, **no se les ha prestado la debida consideración y se han desaprovechado sus aportes**. Lo que urge es concretar una praxis evangelizadora en sintonía con el cuerpo doctrinal (Cfr. DP 1075).

Desde este sintético e indicativo recuento de elementos sobresalientes en la visión de la realidad eclesial latinoamericana sobre la comunicación social, pasaremos a reflexionar (juzgar)

desde el modelo cristológico algunos fundamentos teologales y algunas dimensiones teológicas de la comunicación.

2. ALGUNOS FUNDAMENTOS TEOLOGALES DE LA COMUNICACION

A partir de la fe y de la revelación cristianas proponemos una reflexión teológica de aspectos destacados en los documentos investigados. Los expondremos sumariamente, sabiendo que abordaremos sólo **algunos elementos de la tradición teológica** ligados al fenómeno de la comunicación. Mediante el movimiento descendente del método teológico que ilumina esta sección, subrayaremos la interrelación de la comunicación con la Trinidad, la cristología y la eclesiología.

2.1. Trinidad, comunión y comunicación

La Trinidad es la fuente, el origen, el modelo y el prototipo de toda comunicación en la comunidad creyente.¹ El hombre por sus propios medios no hubiera alcanzado la intimidad profunda de Dios si éste no se hubiera revelado y manifestado en la historia humana. “La historia de salvación ha desvelado de forma progresiva a los creyentes el misterio íntimo de Dios, el misterio intratrinitario”.²

El progresivo diálogo de Dios con los hombres tiene su punto culminante en Jesucristo (Cfr. Jn 1,1-18; HTC 99), por y en El queda expedito el camino para acceder al Padre y al Espíritu Santo. El camino al misterio trinitario queda ligado permanentemente a la revelación histórica y encarnada de Jesús de Nazareth.

Una base doctrinal de la teología de la comunicación se sustenta en **profundizar la revelación del Dios amor-comunión** manifestado en la Palabra Encarnada, para desde la comunión-comunicación intratrinitaria llegar a comprender el valor y la significación teológica de la comunión-comunicación humana. Toda comunicación humana (por imperfecta o deficiente que sea) es camino *hacia* la intratrinitaria; “al hacer el mundo Dios creó a los hombres para que participáramos en esa comunión divina de amor: el Padre con el Hijo Unigénito en el Espíritu Santo” (DP 182; Cfr. Idem 212; 273).

El misterio salvífico del Dios revelado en Jesucristo es el núcleo central y básico de la fe cristiana. Es un Dios Unico pero no está solo, es comunidad de tres personas mutuamente implicadas y relacionadas esencialmente. La **unidad** entre las tres divinas personas **reside en la comunión y comunicación**. La comunión en el amor (Cfr. 1 Jn 4,8) es la relación característica entre las personas; sólo éstas pueden abrir su intimidad y ser acogidas en otras, donarse y recibirse, convivir unos con otros y ser para otros, alcanzar identidad y alteridad. En esto consiste el misterio de la comunión-comunicación amorosa de la Trinidad.

El ser profundo de Dios Uno y Trino se ha revelado en el Hijo, “ ‘Palabra’ encarnada (Cfr. Jn 1,14) e ‘Imagen’ (visible) del Dios invisible (Col 1,15), es el *sacramento*, esto es, el signo e instrumento mediante el cual el Padre conduce a los hombres a la *comunión* con El y entre sí (Cfr. LG 1)” (HTC 108). **La praxis de Jesucristo lo convierte en el perfecto comunicador** (Cfr. CP 11), modelo y ejemplo para la Iglesia y la humanidad. Su proyecto y estilo comunicacional aporta algunas proposiciones para sustentar una teología de la comunión-comunicación desde el modelo trinitario. Lo analizaremos en tres momentos.

El *primer lugar*, la manifestación y revelación de Dios nace de su profundo **amor de autodonación y comunicación** mediante **intervenciones** a lo largo de la historia salvífica y concretada especialmente en la vida de Jesús y en las actuaciones del Espíritu Santo (Cfr. HTC 91).

En *segundo lugar*, Dios asume al hombre haciéndolo partícipe de la comunión intratrinitaria por medio de su Hijo: “antes de la fundación del mundo... eligiéndonos de antemano para ser sus hijos adoptivos por medio de Jesucristo” (Ef 1,14-15). Dios se hace cercano y se identifica con el hombre, convocándolo a **participar de su naturaleza** o modo de ser divino, viviendo en la comunión plena.

La comunión y comunicación humana necesariamente aspira y anhela “la plenitud de comunión y participación que constituye la vida misma de Dios” (DP 197). El esfuerzo por crear condiciones humanizantes y socializantes en y desde la comunicación social, “implica el deseo de anticipar en cuanto sea posible esa meta o plenitud final para la cual fuimos creados” (HTC 80). El Dios-Comunión crea el hombre a su imagen y semejanza (Cfr. Gén 1,26) para que viviendo en sociedad desarrolle la filiación, fraternidad y señorío (Cfr. DP 240-242); planos indivisos entre sí y que corresponden a las tres dimensiones significativas en las que se desenvuelve la cultura humana (Cfr. DP 386; HTC 111).

Dios invita al hombre a la comunión requiriendo su activa participación, ésta es *medio* para alcanzar la meta. El hombre cuando despliega su vocación a la filiación divina, a la fraternidad cristiana y al señorío en Cristo sobre la historia acrecienta su participación en la comunión intratrinitaria.

En *tercer lugar*, la práctica comunicacional de Jesús atendió a proclamar la novedad del Reino de Dios mediante **palabras y signos** (Cfr. Mc 1,15; Mt 3,2). En El, Dios actúa liberando, salvando y justificando. Un Reino que denuncia todo aquello que impide la comunión (Cfr. Mt 25, 31-46) y anuncia todo aquello que la promueve (Cfr. Mt 5,1-12). Dios en Jesucristo revela y da a “conocer el Misterio de su voluntad” (Ef 1,9; Cfr. Rom 16,25) e “instaura en El su Reino en la historia humana creando comunión y comunicación de los hombres con El y entre sí, abriendo a los hombres a la praxis de la comunión”.³

Las actitudes comunicacionales (brevemente indicadas) del Hijo de Dios permiten entrar en el misterio de amor-comunión y comunicación intratrinitario, presentándolo como **fuentes, origen, modelo, prototipo y meta** para toda comunicación humanizante. Reflexionar el modelo trinitario como arquetipo de las comunicaciones y relaciones sociales es definitivo para sustentar una teología de la comunicación.

2.2. Jesucristo perfecto comunicador

La plenitud del encuentro comunión-comunicación de Dios con los hombres ha tenido lugar en la persona de Jesucristo (Cfr. Heb 1,2-3; Gál 4,4). En este párrafo queremos indicar un aspecto de esta plenitud comunicacional de Dios, nos referiremos al **modelo vivencial de Jesucristo como perfecto comunicador**. De este estilo destacaremos dos elementos básicos: **sus palabras y obras**. Analizaremos brevemente estos aspectos que indican la manera en que Jesucristo se comunica; esta forma la consideramos importante para sostener una teología de la comunicación que podemos denominar de **tipo sacramental**.

Observamos fundamental subrayar la cercanía vital y el respeto del Hijo de Dios por el hombre y su cultura (Cfr. CP 11, AN 6). “Por la Encarnación se revistió de la semejanza de aquéllos que después iban a recibir su mensaje, proclamado tanto con palabras como con su vida entera, con fuerza y constancia, desde dentro, es decir, desde en medio de su pueblo. Sin

embargo se acomoda a su forma y modo de hablar y pensar ya que lo hacía desde su misma situación y condición” (CP 11; Cfr. DP 190; CSD 228-229).

En su trato con las personas y sus situaciones observamos su **admirable pedagogía** invitando y provocando a crecer en **libertad integral**. Su mensaje es de radical y absoluta liberación de los elementos desintegradores y alienantes de la condición humana. “Sus palabras y actitudes revelan a alguien liberado de las complicaciones que los hombres y la historia del pecado habían creado. Ve con suma claridad las realidades más complejas y las más simples, y va después a lo esencial de las cosas, que sabe decirlas de un modo breve, conciso y exacto. Jesús manifiesta un extraordinario buen sentido que sorprende a todos los que se hallan a su alrededor”.⁴

Jesucristo **libera ampliando el horizonte del hombre por el amor**, sólo el hombre emancipado puede corresponder a su amor original. La actitud libre del Hijo de Dios se manifiesta en la aceptación de cada persona sin discriminar a nadie, convocando a un nuevo estilo de vida comunitaria en torno a su persona.

Su **lenguaje es simple y directo**, en particular las parábolas que conforman lo más destacado de su predicación se basan en las experiencias tomadas de la vida corriente y de las situaciones reales de sus interlocutores. Además hemos de subrayar su **carácter dialogal** que implica (entre otros) apertura, acogida, críticas, opiniones diversificadas; en síntesis la creación de actitudes comunicacionales (Cfr. Jn 3,2-21; 4,1-38; 6,22-66; 9,1-41). Jesús transforma a los perceptores pasivos en perceptores libres y responsables de sus opciones.

Llama la atención como Jesucristo en su lenguaje y diálogo provoca **afecto y efecto**. Es un profeta lleno de audacia y valentía frente a sus interlocutores, interpelando al pueblo en general o a las personas concretas. Destinatarios preferenciales de su mensaje fueron los **pobres y marginados**; El mismo identificó su vida, naciendo, viviendo y muriendo como uno entre ellos (Cfr. Mt 13,55; Fil 2,6-11).

Jesucristo actuó mediante la palabra y la acción, **no sólo habló sino que también obró**. Sus signos tienen un valor pedagógico y comunitario, **ayudan y conducen hasta la fe en el Hijo de Dios** (Cfr. Jn 20,30-31). No es cuestión de quedarse en lo espectacular o en lo meramente físico; los signos o milagros de Jesucristo tienen su verdadero significado y su eficacia comunitaria en relación a la fe.

“La comunicación de Jesús se caracteriza sobre todo por la estrecha relación entre la palabra y el signo, entre el discurso y la acción, entre la palabra profética y el gesto profético. (...) La escena de los discípulos de Emaús es altamente ilustrativa en ese sentido (Lc 24,13-35). Ni la palabra —relato de la Escritura— ni el gesto —fracción del pan— por separado son capaces de abrir los ojos de los discípulos para reconocer al Resucitado. Sólo la complementación de ambos conduce la comunicación hasta el estadio último, y a los de Emaús hasta el pleno reconocimiento del Resucitado”.⁵

Observamos que el modelo y estilo comunicacional del Hijo de Dios aporta algunas consideraciones para sostener una teología de la comunicación, al modo sacramental obrado por Jesucristo. Nos referiremos a tres de ellas.

En *primer lugar*, destacamos el **lenguaje narrativo e icónico** al que apela el Hijo de Dios para dialogar con sus interlocutores, mediante éste “penetra en la vivencia profunda de la persona, en sus sentimientos (y) en sus actitudes” (CSD Men 16).

En *segundo lugar*, su persona interpela y provoca una opción. Sus palabras y signos implican: interpretar su mensaje, valorar sus signos, responder a sus interrogantes, etcétera. Las palabras y las obras de Jesús no se agotan en sí mismas, llevan a suscitar la **respuesta de la fe desde una comunicación crítica, libre y responsable**.

En *tercer lugar*, el modelo de Jesucristo expresa que nada de lo humano y su cultura puede ser indiferente para Dios, “todos los valores y expresiones culturales que puedan dirigirse

a Cristo promueven lo auténtico humano” (CSD 228). Jesucristo será la medida de todo lo humano; la fe no puede expresarse y comunicarse sino aprende a **encarnarse** en un código de vocablos, valores y temas coherentes con el desarrollo de las culturas y sus modos de comunicación (Cfr. HTC 65). Todo sistema cultural implica un sistema de comunicación y viceversa.

2.3. La Iglesia comunión y comunicación

La naturaleza de la comunidad eclesial es otra base que aporta sustento a una teología de la comunicación. La Iglesia por un lado es el resultado de una convocación, el fruto de una comunicación que surge como un don gratuito del amor de Dios, congregando a los hombres en comunidad de fe, esperanza y caridad, obedientes al llamado y a la interpelación divina. Por otro lado es la comunidad humana que encarna y comunica el misterio redentor de Dios en la realidad histórica del mundo. De alguna manera Dios sigue dialogando con el mundo a través de los hombres reunidos y congregados en su Nombre.

La Iglesia conforme al deseo de Jesús es el instrumento de su presencia que sigue invitando a la comunión y a la comunicación. “ ‘Unida a El, la Iglesia es *sacramento*, esto es, signo e instrumento de la unión íntima (de la comunión) con Dios y de la unidad de todo el género humano’ (LG 1), que ella debe impulsar hasta ‘la unidad completa’ (ibíd) en Jesucristo. Tal misión la cumple la Iglesia evangelizando, es decir, *comunicando* a los hombres todo lo que Ella ha recibido de Cristo” (HTC 156). En la comunidad eclesial la comunión y comunicación en unión inseparable e íntima relación constituyen una dimensión esencial del ser de la Iglesia. Desde el punto de vista de la comunicación podemos destacar un **modelo eclesiológico** que sugiere a la Iglesia como comunidad o comunión.⁶ La vida y misión de la Iglesia es un prolongado **proceso global e integral para vivir y comunicar a los hombres la comunión intratrinitaria** siguiendo el modelo de Jesucristo. La naturaleza de la Iglesia desde la óptica de comunidad-comunión aporta algunas consideraciones para sustentar una teología de la comunicación, destacaremos (entre otros) cinco aspectos.

En *primer lugar*, la comunión eclesial asienta su fe en Jesucristo de quien recibe **cohesión y unidad** en medio de la diversidad; el Espíritu Santo comunicado por el Resucitado a sus discípulos convoca a personas de diversos pueblos y culturas a formar un solo cuerpo (Cfr. LG 7) y un mismo pueblo (Cfr. LG 9).

En *segundo lugar*, “la Iglesia es en Cristo como un sacramento o signo e instrumento de la unidad íntima con Dios y de la unidad de todo el género humano” (LG 1). La comunidad eclesial es el **signo audible y visible** que señala entre luces y sombras el camino actual y la meta final, por un lado de la comunión intratrinitaria y por el otro el de la intrahumana, provocando ser un **significante**⁷ (por medio de gestos y palabras) para lograr la unidad indicada.

En *tercer lugar*, la comunión de vida eclesial exige una práctica de comunicación cimentada en la “opinión pública para mantener el diálogo entre sus propios miembros” (CP 115). Esta **práctica dialogal** supone algunas características (Cfr. CP 116-121; DP 1082; 1092-1095) que contribuyen a fortalecer el proceso y la experiencia de la comunión y comunicación en la Iglesia.

En *cuarto lugar*, la comunidad eclesial como comunión de vida, amor y unidad es **instrumento** al servicio de la redención universal (Cr. LG 9). La Iglesia sirve evangelizando es decir *comunicando* (Cfr. EN 14, DP 1063; CSD 279), determinando en ello su identidad y originalidad (Cfr. DP 270) a los efectos de crear la comunión entre todos los hombres (Cfr. DP 280-281; CSD 279). La comunicación del Evangelio de Jesucristo será posible si la comunidad eclesial dialoga permanentemente con los interlocutores de la misión. Un diálogo con los

hombres y sus culturas fundado en el amor solidario (Cfr. CP 11) desde un **lenguaje** (comprendido en sentido integral) **inculturado** (Cfr. DP 1094) que ayude a la comunión y comunicación de la fe y la cultura.

En *quinto lugar*, la Iglesia vive su misión en la medida que encarna y manifiesta visiblemente su misterio interior haciéndolo realidad en su propio seno mediante un **estilo-modelo de comunicación**. La Iglesia sólo puede anunciar y comunicar aquello que vive; de allí que la misión implica un **modelo sacramental-comunitario** (signo) que sea significativo y operador en las relaciones con Dios (liturgia), con los hombres (diaconía) y entre sus miembros (comunión).

3. ALGUNAS DIMENSIONES TEOLOGICAS DE LA COMUNICACION

Las fuentes afrontan el desafío de reflexionar la teología desde la experiencia integral de la comunicación social.

Expondremos **algunos aspectos** de este reto surgidos de la praxis comunicacional de los hombres y de la comunidad eclesial en su cometido pastoral-evangelizador. Una y otra facilitarán comprender y profundizar en algunos temas centrales de la teología.

La comunicación humana y la praxis pastoral eclesial serán una **mediación** válida para acceder a la comunicación divina. De este modo abordaremos el movimiento ascendente del método teológico que inspira esta sección sistemática-reflexiva.

Nos detendremos en tres puntos: la comunicación y la comunión humana; la comunicación para la personalización y socialización y la comunicación en la cultura audiovisual e informática.

3.1. La comunión humana, meta de la comunicación

El hombre es un **ser relacional** capaz de comunicarse consigo mismo, la naturaleza, los otros hombres y con Dios. El ser interior del hombre se desarrolla y expande en tanto que entabla vínculos interpersonales facilitando su reconocimiento y crecimiento como persona. De allí, la importancia del diálogo, del compartir y de colaborar en un quehacer común con los hombres y con Dios. La comunicación es una vocación humana conducente a alcanzar la meta de la comunión interpersonal fundada en el amor.

Estas afirmaciones remiten a las primeras páginas de la Sagrada Escritura donde aparece con claridad que los hombres fueron creados para **vivir en comunión**; es el proyecto reafirmado por Jesucristo al concentrar la ley y los profetas en el único mandamiento del amor a Dios y al prójimo. La vida en comunidad está en el quicio del ideal cristiano; todo aquello que atente contra este proyecto, corrompe el misterio de Dios y la dignidad humana. Toda incomunicación o comunicación deformada a equivale a la frustración o la muerte (pecado) del proyecto original que Dios tiene para el hombre (Cfr. HTC 73).

3.2. La comunicación como proyecto de personalización (interioridad) y socialización (alteridad)

Ya hemos indicado que el hombre es un ser relacional; en toda comunicación se juega el misterio profundo de cada persona que se revela y manifiesta a otra en mutua acogida, comprensión y atención. Un postulado ético de la comunicación es el respeto por la **dignidad de cada persona**. La comunicación está llamada a suscitar la personalización (interioridad) y la socialización (alteridad) de los hombres desde los valores de la libertad de conciencia, de pensamiento, de información y expresión. “Una comunicación personal o masiva que prescinde de los valores éticos conculca los derechos humanos”.⁸

Este valor ético tiene su sustento teológico en la **creación y redención**. Respetar al hombre (varón-mujer) y a la comunidad humana equivale a reconocerlos como el centro de la obra creadora de Dios y a estimar la acción redentora por la cual Jesucristo elevó al hombre a la filiación con su Padre.

También hoy la socialización o alteridad adquiere nuevos desafíos. Nos referimos concretamente a la **solidaridad** que implica la justicia y la liberación. Comprendemos la solidaridad como la interiorización de la justicia, la fuerza impulsora que sustenta el vivir en equidad para enderezar lo fallido en las relaciones humanas. Un amor solidario es el corazón, la fuente, el motivo para practicar y vivir la justicia.

La liberación integral del hombre es el anhelo final de la solidaridad, sólo un hombre libre de toda opresión interna o externa puede vivir el proyecto de la comunión solidaria. La historia humana en el diseño de Dios debe ser considerada como **proyecto de fraternización**, en el cual los seres humanos se integran por medio del amor solidario. Desde este punto de vista, todo hombre debe asumir su responsabilidad frente a las exigencias y necesidades de la comunidad humana.

3.3. La comunicación y la nueva cultura audiovisual e informática

La comunicación como lo venimos reflexionando es un acontecimiento constitutivo de la naturaleza humana. El hombre mediante los signos connotados y decodificados por otros hombres va creando cultura; ésta depende de la comunicación y es comunicación. Los eventos culturales del hombre se caracterizan por los significados (valores, sentimientos, afectos,...) generados desde las palabras o gestos de otros hombres.

Toda comunicación, **incluida la que se realiza a través de los MCS**, es producto de una cultura y al mismo tiempo es elemento configurante de ella. Las modernas tecnologías revelan un momento concreto del progreso científico de la humanidad para promover la capacidad comunicativa de las personas. Los MCS además de **expresar** la cultura, también la **multiplican y recrean**. Sin embargo, en los MCS podemos notar la riqueza en posibilidades tecnológicas y no siempre la misma calidad en los contenidos y mensajes humanizantes.

Los MCS son creadores de cultura, facilitando nuevos contenidos, los cuales por la naturaleza de los medios se vuelven rápidamente **universales o planetarios**. Además los MCS enuncian un nuevo lenguaje (hasta independiente de los contenidos que puedan ser transmitidos) gravados por una **cultura audiovisual e informática**.

Los avances extraordinarios en el mundo tecnológico y sus profundas implicancias en la cultura plantean desde la fe la relación entre el hombre y las potencialidades de la naturaleza. El acto creador de Dios puso al hombre en medio del mundo para dominarlo por su trabajo. Por éste y sus consecuencias (avances científicos y tecnológicos) el hombre se hace semejante a Dios creador. Los MCS poseen la profunda capacidad de crear no tanto objetos como

relaciones entre sujetos, son originantes de fenómenos culturales pudiendo hacer la vida humana para la felicidad o la desdicha.

La nueva cultura audiovisual e informática interroga por el **sentido de los cambios y transformaciones**, desde lo tradicional a lo novedoso y el paso de lo particular a lo universal. “Todo cambio supone siempre la identidad sustancial de un sujeto y la viabilidad de los fenómenos que lo afecta. La identidad cultural de un pueblo se siente amenazada cuando los cambios son tan numerosos y rápidos que pierde el sentido de la continuidad como sujeto histórico. La identidad cultural supone que el sujeto permanece siempre él mismo aunque puede manifestarse en diversas formas. La identidad no significa necesariamente la repetición mecánica de lo antiguo o la incapacidad de aceptar lo nuevo”.⁹

Observamos que la perspectiva de la **redención** puede iluminar teológicamente el sentido de los cambios. En efecto el hombre pecador y redimido es un mismo sujeto, pero las situaciones de su pecado y de salvación, aún cuando comprometen profundamente su ser son de alguna manera etapas de su existencia acontecidas en cambios profundos.

La salvación del ser humano supone el amor al pecador como la condición y el cimiento de la acción redentora de Dios en Jesucristo. El amor sostiene la permanencia del sujeto pecador en el tránsito hacia la gracia. Sólo la experiencia de **amar la cultura** tal como es, con sus potenciales purificaciones y elevaciones desde los valores del Evangelio, puede abrir caminos a cambios de lo menos a lo más perfecto.

Con respecto al cambio de la cultura particular hacia la universal, la meta será una **síntesis entre ambas**, ya que la universal no puede ser niveladora o excluyente de las particulares. La unidad en la pluralidad supone el crecimiento y fortalecimiento de las culturas locales y no su masificación o exclusión (Cfr. DP 421-428). Los MCS por su fuerte impacto social pueden ayudar a una mejor comprensión de lo social como **inter-comunicación personal-cultural** y no como estructuras ajenas a la cultura de los perceptores. Al respecto la experiencia propia de la Iglesia (Una y Católica) como comunión-comunicación de redimidos es pionera de unidad en la diversidad.¹⁰

Las dos dimensiones del método teológico desde la cristología han marcado el ritmo de la reflexión sistemática sobre la comunicación. A partir de la realidad indicada (ver) y de la reflexión teológica (juzgar) señalaremos algunos desafíos pastorales de la comunicación en la praxis evangelizadora de la comunidad eclesial (actuar).

4. LA IGLESIA Y LA PASTORAL DE LA COMUNICACION

Entendemos que una pastoral de la comunicación se sustenta en las bases teológicas y en las dimensiones teologales que surgen de la misma praxis. Del amplio horizonte que conforma la pastoral de la comunicación queremos destacar tres temas: el servicio de la Iglesia al mundo de la comunicación humana; el esfuerzo por crear un estilo-modelo de comunicación eclesial (ad intra et ad extra) y finalmente algunas consideraciones en el uso pastoral de los MCS (Cfr. HTC 188).

En el denso **mundo de la comunicación humana descuello para la Iglesia** la necesidad de asumir en la praxis evangelizadora (y no únicamente en sus reflexiones documentadas), la **importancia de la comunicación como fenómeno vital del hombre** y sus incidencias en la vida social-cultural de los grupos humanos. “La comunicación tiene que ser concebida y realizada no como un recurso optativo —y por lo tanto no puede reducirse a la tenencia o al uso de ‘medios’ o identificarse con ellos—, sino como dimensión imprescindible de la vida, la formación y la actividad productiva de todas las personas, y por lo mismo de los agentes pastorales en todos los campos”.¹¹

La **creación de un estilo-modelo de comunicación eclesial** (ad intra et ad extra) implica priorizar la planificación, gestión y evaluación de los procesos comunicacionales en todos los ámbitos de la Iglesia. La pastoral de la comunicacionales no es una pastoral más; se propone como un **sistema de participación de todos sus miembros y ámbitos en la acción pastoral** (Cfr. HTC 347). La pastoral de la comunicación será estilo y modelo de la Iglesia en tanto facilite la integración y articulación de una acción orgánica o de conjunto.

En este punto consideramos significativo tres elementos (entre otros) que recogemos de nuestra investigación. En *primer lugar*, la Iglesia debe participar activamente en la **elaboración de políticas y estrategias** (nacionales y continentales) **culturales y comunicacionales** aportando en ellas las perspectivas de los pobres y marginados a fin de convertirlos en protagonistas activos de una sociedad más justa e igualitaria. En *segundo lugar*, incluir en el estilo y modelo de comunicación eclesial el **lenguaje audiovisual e informático** de la nueva cultura. Este nuevo lenguaje cultural postmoderno comprende su propia experiencia de lo religioso y trascendental, del cual “la Iglesia ha sido excluida, en tanto que el catolicismo como experiencia religiosa central del pueblo latinoamericano está siendo o bien desplazada o bien integrada y reducida paulatinamente en sus valores y principios básicos”.¹² De lo analizado, en *tercer lugar*, se desprende la importancia de los **profesionales católicos de la comunicación**, particularmente **los laicos** a quienes corresponde por propia vocación dar respuestas a los desafíos seculares que la comunicación presenta a la Iglesia.

La **pastoral específica en los MCS** debe favorecer el empleo de los variados instrumentos tecnológicos y científicos fruto del ingenio creador del hombre. Las nuevas tecnologías informáticas y telemáticas de nuestros días no pueden ser ignoradas o simplemente rechazadas; tampoco los medios tradicionales, grupales o populares y/o alternativos. Una pastoral en MCS no puede desestimar o valorar unos en desmedro de otros. Consideramos que **los medios son instrumentos en orden al proyecto comunitario de la humanidad**. Como en el cuerpo humano hay diversidad de órganos y cada uno colabora en comunión con otros, así la pastoral en los MCS debe procurar que todos coayuden al fin aludido. En relación a esto señalaremos (entre otras) cuatro apreciaciones.

La pastoral en los MCS en *primer lugar*, debe caracterizarse por **la forma** en que emplea los diversos instrumentos (masivos u otros), para respetar sus lenguajes, códigos y canales. A fin de realizar en y desde ellos la tarea evangelizadora mediante un anuncio implícito y/o explícito de la Buena Nueva. En *segundo lugar*, fomentar **la formación y capacitación del perceptor** suscitando una actitud crítica ante los mensajes y contenidos de los medios de comunicación. La educación promoverá condiciones objetivas que favorezcan la **opinión pública** y la participación activa en el derecho de información y expresión.

En *tercer lugar* estimular la intervención responsable de los **profesionales católicos de la comunicación**, especialmente **los laicos** que como fermento en la masa, desde una espiritualidad propia, proyecten los valores evangélicos en y desde los instrumentos de comunicación.

El rol de los profesionales laicos, reclamado al grado de diaconía o ministerio instituido (Cfr. EvCS’78 85), aparece como el más idóneo en el mundo de la comunicación y sus medios para “aportar al conjunto de la Iglesia su experiencia de participación en los problemas, desafíos y urgencias de su ‘mundo secular’ ” (DP 795). El profesional laico está capacitado para recoger las propuestas, sugerencias, tendencias y valores, emergentes desde la comunidad social; además posee una sensibilidad particular para aprehender lo que legitima el público perceptor. Mediante su idoneidad profesional, la Iglesia podrá **recoger el sustrato popular de la comunicación** a fin de encarnar, purificar y elevar la cultura y la comunicación del Evangelio en medios e instrumentos inculturados.

En *cuarto lugar*, reconocer la **legítima autonomía secular** de los MCS, sin excluir la dimensión religiosa del hombre y la libertad de comunicar explícitamente valores del Evangelio

tanto desde los medios propios, como los neutros. La inserción de la Iglesia en estos últimos posibilitaría abrir horizontes a la tarea ecuménica e interreligiosa desde la comunicación social.

En la búsqueda del modelo

La tarea de una reflexión teológico-pastoral es la de iluminar un tema desde la perspectiva de la fe. Tal proceso significa al mismo tiempo una comprensión mayor de la propia verdad de fe confrontada con los nuevos desafíos y urgencias. Iniciábamos nuestra investigación indicando que nos hallábamos frente a una cultura signada por el cambio y la transformación¹³ cuyos frutos parecían empezar a despuntar; Mons. Mc Grath agregaba “los por venir serán más extraordinarios que todo lo que hemos ya visto”¹⁴.

Las palabras no pudieron ser más proféticas. Frente al desafío de una cambiante cultura de la comunicación, la reflexión y praxis pastoral de la comunidad eclesial deberá desplegar un diálogo creativo inspirado en el Espíritu Santo (el gran comunicador presente en la historia de la salvación), que facilite como en otros momentos de tránsito histórico-cultural (v. gr. la inculturación de los gentiles, bárbaros, indios; ante la reforma protestante; etcétera), **amar y comprender la cultura comunicacional de estos tiempos**.

De modo tal que la maraña de cables, siglas, fibras ópticas, PC, antenas, pantallas, satélites, códigos y otros arquetipos de la nueva era de la comunicación humana y social no empañen, oscurezcan o desdibujen al hombre y su dignidad lograda en la comunicación amorosa de Dios en Jesucristo.

La Iglesia experta en humanidad y en la lectura de los signos de los tiempos está llamada por propia naturaleza y misión a **comunicar** con renovado ardor, método y expresión (en medio de cambios y transformaciones) “lo que existía desde el principio, lo que hemos oído, lo que hemos visto con nuestros ojos, lo que contemplamos y tocaron nuestras manos acerca de la Palabra de vida, —pues la Vida se manifestó, y nosotros la hemos visto y damos testimonio y os anunciamos la Vida eterna, que estaba vuelta hacia el Padre y que se nos manifestó— lo que hemos visto y oído, os lo anunciamos, para que también vosotros estéis en comunión con nosotros. Y nosotros estamos en comunión con el Padre y con su Hijo, Jesucristo” (1 Jn 1,1-3).

Notas al pie de las conclusiones

1. Cfr. (entre otros) CP 8; HTC 88-96; DP 182;CSD 279; AN 6; SSI'66 I.1; Bogotá '75 II.1; EvCS'78 61-64; CIL'91 3.1-3.7.
2. Martínez Díez 1994, 76..
3. Idem, 96.
4. Boff 1980, 95.
5. Martínez Díez 1994, 168-169.
6. Cfr. Dulles 1989, 1145.
7. “Es el objeto sensible que sirve de signo”. CELAM 1988a, 170.
8. Martínez Díez 1994, 138.
9. Antoncich 1987, 23-24.
10. Cfr. Ibídem.
11. Pérez 1995, 18-19.
12. Uranga 1991, 13.

Bibliografía

1. Fuentes de la investigación

- Baragli Enrico
1973 Comunicazione, comunione e chiesa, Ed. Studio Romano della Comunicazione Solicale, Roma.
- CELAM
1968a Documento Básico Preliminar para la II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, *en* Rev. Medellín 76, 1993, Separata Especial, Bogotá.
- 1968b II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Documentos Finales de Medellín, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1972, 6ª edición.
- 1977 III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, La Evangelización en el presente y en el futuro de América Latina, Documento de Consulta, *en* CELAM, Puebla. Comunión y Participación, Ed. BAC, Madrid, 1982, pág. 5-181.
- 1978 III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, La Evangelización en el presente y en el futuro de América Latina. Documento de Trabajo, *en* CELAM, Puebla. Comunión y Participación, Ed. BAC, Madrid, 1982, pág. 185-378.
- 1979 III Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, La Evangelización en el presente y en el futuro de América Latina. Documento de Puebla, Ed. Conferencia Episcopal Argentina, Buenos Aires.
- 1983 Hacia una Teología de la Comunicación en América Latina, *en* Documentación CELAM 37-38, 1983, 165-294, Bogotá.
- 1986 Comunión, Misión y Desafío. Manual Pastoral de Comunicación Social, Ed. CELAM, Bogotá.
- 1987a Comunicación - Evangelización. Un reto para América Latina, Ed. CELAM, Bogotá.
- 1988d Carisma y Comunicación Social en América Latina, *en* Boletín CELAM 224, 1989, Separata pág. 1-14.
- 1990a Elementos para una reflexión pastoral en preparación de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano. Instrumento Preparatorio. *Sin más datos*.
- 1990b Informe de la reunión continental de directores de prensa de las Conferencias Episcopales de América Latina, Informe de la Oficina de Prensa del CELAM, Bogotá.
- 1990c Curso-Taller: Comunicación y Nueva Evangelización Parroquial, Informe General del DECOS/CELAM, Bogotá.
- 1990d Reuniones Regionales de Comisiones Episcopales de Comunicación Social de América Latina, Informe General del Secretario Ejecutivo del DECOS/CELAM, Bogotá.
- 1990e Diálogo Continental “Iglesia-Empresarios de Televisión en América Latina” (Maracaibo, Venezuela, junio 1990), Informe del DECOS/CELAM, Bogotá.
- 1991 Documento de Consulta. Nueva Evangelización. Promoción Humana. Cultura Cristiana. IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Ed. CELAM, Bogotá.

- 1992a Nueva Evangelización, Promoción Humana y Cultura Cristiana: Jesucristo ayer, hoy y siempre (cfr. Hebreos 13,8). Documento de Trabajo de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, Ed. Oficina del Libro de la CEA, Buenos Aires.
- 1992b Conclusiones de Santo Domingo. Nueva Evangelización, Promoción Humana, Cultura Cristiana, Jesucristo, ayer, hoy y siempre (Heb 13,8), Ed. Oficina del Libro de la CEA, Buenos Aires.
- 1994 Cultura y Comunicación Social. Conclusiones del Simposio “Presupuestos Antropológicos de la cultura oral, escrita y audiovisual y de sus formas de comunicación que aquéllas hacen posible”, en Boletín CELAM 260, 1994, 3-6, Bogotá.
- 1995 Encuentro del DECOS/CELAM. Acuerdos Finales de la Asamblea (Caracas, Venezuela), en ARANDU 26, 1995, 13-15, Quito.
- Cousineau Jacques (ed.)
1978 Acta Congressus AV-EV. Audiovisuales y Evangelización. Primer Congreso Mundial, Lima.
- DECOS/CELAM
1979 Evangelización y comunicación social en América Latina, Ed. Paulinas, Bogotá.
- Organizaciones Católicas Continentales de Comunicación (OCCC)
1994 Nuevos rostros para una comunicación solidaria, Ed. OCIC-AL, UCLAP y UNDA-AL, Quito.
- Santos Emil
1990 Theology of pastoral communications. Themes and Bibliographical Sketch, en Rev. Salesianum 52, 1990, 621-675, Roma.
- Soukup Paul
1983 Communication and Theology: Introduction and review of the literature, Ed. Word Association for Christian Communication, London.
- Spoletini Benito
1977 Comunicación social e Iglesia, Ed. Paulinas, Bogotá.
- 1985 Comunicación e Iglesia Latinoamericana, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Torres José (ed.)
1971 Comunicación Social y Educación. Una visión cristiana, Ed. Indo-American Press Service, Bogotá.
- Yser José Luis
1993 La comunicación social en Santo Domingo, Ed. CELAM, Bogotá.

2. Documentos del Magisterio Universal

- AN Instrucción Pastoral AETATIS NOVAE del Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales, en el vigésimo aniversario de la Instrucción Pastoral Communio et progressio, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1992.
- CA Carta Encíclica CENTESIMUS ANNUS de Juan Pablo II, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1991.

ChL	Exhortación Apostólica CHRISTIFIDELES LAICI de Juan Pablo II, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1989.
CP	Instrucción Pastoral COMMUNIO ET PROGRESSIO de la Pontificia Comisión para los Medios de Comunicación Social, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1971.
EN	Exhortación Apostólica EVANGELII NUNTIANDI de Pablo VI, Ed. Don Bosco y Claretiana, Buenos Aires, 1976.
ES	Carta Encíclica ECCLESIAM SUAM de Pablo VI, Ed. BAC, Madrid, 1992.
GS	Constitución Pastoral GAUDIUM ET SPES sobre la Iglesia en el mundo actual, del Concilio Vaticano II, Ed. BAC, Madrid, 1993.
IM	Decreto INTER MIRIFICA sobre los medios de comunicación social, del Concilio Vaticano II, Ed. BAC, Madrid, 1993.
LG	Constitución Dogmática LUMEN GENTIUM sobre la Iglesia, del Concilio Vaticano II, Ed. BAC, Madrid, 1993.
MM	Carta Encíclica MATER ET MAGISTRA de Juan XXIII, Ed. BAC, Madrid, 1992.
OA	Carta Apostólica OCTOGESIMA ADVENIENS de Pablo VI, Ed. BAC, Madrid, 1992.
PDV	Exhortación Apostólica PASTORES DABO VOBIS de Juan Pablo II, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1992.
PP	Carta Encíclica POPULORUM PROGRESSIO de Pablo VI, Ed. BAC, Madrid, 1992.
PT	Carta Encíclica PACEM IN TERRIS de Juan XXIII, Ed. BAC, Madrid, 1992.
RM	Carta Encíclica REDEMPTORIS MISSIO de Juan Pablo II, Ed. Paulinas, Buenos Aires, 1991.

3. Bibliografía básica

Alessandri Hernán 1979	De Medellín a Puebla. Los nuevos acentos, en SEDOI 41, Buenos Aires.
Alliende Luco J. 1993	Santo Domingo. Una moción del Espíritu para América Latina, Ed. Patris, Santiago de Chile.
Antoncich Ricardo 1987	Cultura, valores evangélicos y medios de comunicación social. Perspectivas teológicas, Ed. OCIC, Bruselas.
Baragli Enrico 1980	Comunicación social y comunión. Historia, Teología, Pastoral, Liturgia de los Medios de Comunicación Social, Ed. Paulinas, Bogotá.
1982	Medios de comunicación ¿mensaje o masaje? A propósito del caso McLuhan, Ed. Docencia y Universidad del Salvador, Buenos Aires.
Beltrán Luis R.	

- 1994 Neoliberalismo y comunicación democrática en latinoamérica: “Plataformas y banderas para el tercer milenio”, en OCCC, Nuevos rostros para una comunicación solidaria, Ed. OCIC-AL, UCLAP y UNDA-AL, Quito, pág. 45-135.
- Borrat Héctor
1973 Las Iglesias y la metrópoli, en Borrat H. y Büntig A., El imperio y las iglesias, Ed. Guadalupe, Buenos Aires, pág. 11-68.
- Cadavid Alvaro
1993 Historia del Magisterio Episcopal Latinoamericano, en Rev. Medellín 19, 1993, 173-196, Bogotá.
- Castrillón Hoyos D.
1977 Algunos aspectos de la comunicación social en América Latina, en Documentación CELAM 9, 1977, 825-834, Bogotá.
- CELAM
1988a Vocabulario de la comunicación social, Ed. CELAM, Bogotá.
- 1988b Teoría y praxis de la Iglesia Latinoamericana en comunicaciones sociales, Ed. CELAM, Bogotá.
- 1988c El Papa habla a los comunicadores (1967-1988), Ed. CELAM, Bogotá.
- Ciaurriz Miguel
1991 Iglesia y comunicación social, Ed. MSC, Santo Domingo.
- CIOS (Centro de Investigación y Orientación Social)
1982 Comunión y Participación. Introducción a la enseñanza social de la Iglesia, Ed. Guadalupe, Buenos Aires.
- Codina V. y Sobrino J.
1991 (sic) Santo Domingo '92. Crónica testimonial y análisis contextual, Ed. Sal Terrae, Maliaño.
- Colectivo de Teólogos
1993 Para comprender Santo Domingo, en Rev. Christus 662, 1993, 7-27, México DF.
- Comblin José
1988 Vinti Anos Depois, en Rev. Eclesiástica Brasileira 48, 1988, 806-829, Río de Janeiro.
- Del Hierro José
1991 Libertad de prensa, en Benito Angel (ed.), Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Ed. Paulinas, Madrid, pág. 854-870.
- Departamento de Acción Social del CELAM
1983 Fe cristiana y compromiso social, Ed. Guadalupe, Buenos Aires.
- Duhourq Carlos
1972 Los medios de comunicación. Comentario a la Instrucción Pastoral “Communio et progressio”, Ed. Guadalupe, Buenos Aires.
- Dulles Auvery
1989 El Vaticano II y las comunicaciones, en Latourelle R. (ed.), Vaticano II balance y perspectivas, Ed. Sígueme, Salamanca, pág. 1141-1153.
- Farrell Gerardo
1991 Doctrina social de la Iglesia, Ed. Guadalupe, Buenos Aires, 3ª edición.

- Festa Regina
1986 Comunicación popular y alternativa, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Foley John
1993 Red Informática de la Iglesia en América Latina, *en* Boletín CELAM 252, 1993, 29-32.
- García Delgado D.
1995 Análisis de la realidad. Transformaciones socioculturales, *en* Rev. Caminos de CAR y CONFER 1, 1995, 9-19, Buenos Aires.
- Gera Lucio
1974 La Iglesia frente a la situación de dependencia, *en* Gera, Büntig y Catena, Teología, Pastoral y Dependencia, Ed. Guadalupe, Buenos Aires, pág. 9-64.
- 1980 El documento de Puebla. Visión de conjunto, *en* SEDOI 52, Buenos Aires.
- Gil Tovar F.
1978 Iniciación a la comunicación social, Ed. Paulinas, Bogotá, 2ª edición.
- Gorostiaga Javier
1995 Ciudadanos del Planeta y del siglo XXI, *en* Rev. Actualidad Pastoral 210-212, 1995, 88-93, Morón.
- Gutiérrez Gustavo
1971 Teología de la Liberación. Perspectivas, Ed. CEP, Lima.
- Hamelink Cees J.
1985 Hacia una autonomía cultural en las comunicaciones mundiales, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Hourton Jorge
1976 Proyecciones pastorales para la evangelización en los medios de comunicación social, *en* Documentación CELAM 3, 1976, 49-58, Bogotá.
- Iannuzzi Vicente
1978 Opinión pública e Iglesia en la Communio et progressio y en la Iglesia Latinoamericana, Ed. Paulinas, Bogotá.
- Iriarte Gregorio
1987 La realidad latinoamericana. Esquemas de interpretación, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Kloppenburg Boaventura
1979 Génesis del documento de Puebla, Ed. CELAM, Bogotá.
- Koiak Eduardo
1982 Luchar por un nuevo orden, *en* Rev. Comunicación, estudios y documentos 7, 1982, 20-22, Bogotá.
- León Andrés
1987 Hacia una política cultural de comunicación, *en* Rev. Comunicación América Latina 18, 1987, 12-21, Buenos Aires.
- Llach María J.
1993 Navegar la transición. Siete llaves para abrir Santo Domingo, *en* Rev. Criterio 2121, 1993, 548-555, Buenos Aires.

- Mac Bride Sean
1992 Un solo mundo, voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 2º edición (edición abreviada).
- Martínez Díez F.
1994 Teología de la comunicación, Ed. BAC, Madrid.
- Martínez Terrero J.
1986 Comunicación grupal liberadora, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Mc Grath Marcos
1969 Los signos de los tiempos en América Latina, *en* CELAM, La Iglesia en la actual transformación de América Latina a la luz del Concilio, Ed. Secretariado General del CELAM, Bogotá, pág. 73-100.
- 1989 Algunas reflexiones sobre el impacto y la influencia permanente de Medellín y Puebla en la Iglesia de América Latina, *en* Rev. Medellín 15, 1989, 152-179, Bogotá.
- Melguizo Guillermo
1993 El Post-Santo Domingo, *en* Rev. Medellín 74, 1993, 153-171, Bogotá.
- Metzinger Luciano
1981 Puebla y la comunicación social, *en* Rev. Medellín 26, 1981, 234-242, Bogotá.
- Mifsud Tony
1993 Ejes temáticos en el Documento de Santo Domingo, *en* Rev. Medellín 74, 1993, 197-208, Bogotá.
- Míguez Bonino José
1990 Comunicación y liberación, *en* Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC), Comunicación para la comunidad. Primer Congreso Mundial de Comunicación, Ed. La Aurora, Buenos Aires, pág. 73-81.
- Montes Fernando
1993 El Documento Final de Santo Domingo, *en* Rev. Mensaje 416, 1993, 8-13, Santiago de Chile.
- Moreno Enrique
1992 Reflexión sobre la Instrucción Pastoral Aetatis Novae, *en* Aetatis Novae. Desafíos a la Pastoral de las comunicaciones en Chile, Ed. CENCOSEP, Santiago de Chile, pág. 7-12.
- Muñoz Alonso A.
1991 Opinión pública, *en* Benito Angel (ed.), Diccionario de Ciencias y Técnicas de la Comunicación, Ed. Paulinas, Madrid, pág. 971-993.
- OCIC
1985 Video y Pastoral. Diagnóstico de centros de producción y uso pastoral del videocassette en América Latina, Ed. OCIC, Caracas.
- 1988 Jornadas de Estudio OCIC-UNDA, Quito (Ecuador). Cultura, MCS y Valores Evangélicos, Ed. OCIC, Sin más datos.
- O'Sullivan Ryan
1992 Problemática del video cassette pastoral en América Latina, sugerencia para un camino, *en* AAVV, La imagen nuestra de cada día, Ed. Paulinas, Bogotá, pág. 109-123.

- Pablo VI
1965 Al Episcopado de América Latina, en *L'Osservatore Romano*, edición semanal en lengua castellana, Buenos Aires, Año XV, N° 687, pág. 1ss.
- Palacios Videla I.
1988 El aporte original de América Latina al posconcilio en *Rev. Criterio* 1957/8, 1988, 719-734, Buenos Aires.
- Pellegrini Silvia
1992 Frente a la Instrucción Pastoral "Aetatis Novae" referente a los medios de comunicación, en *Rev. Servicio* 164, 1992, Separata pág. 4-5, Santiago de Chile.
- Pérez Gabriel
1978 Evangelización y medios de comunicación social en América Latina, en *Rev. Teología Javeriana* 2, 1978, 273-286, Bogotá.
- 1995 Pastoral de la comunicación en América Latina: principales experiencias y sus características, *ponencia* en el Seminario Internacional sobre Pastoral de la Comunicación en el Centro de Comunicación Educativa La Crujía, Buenos Aires, mayo 1995, fotocopia.
- Quirós Fernández F.
1988 El olvido de la UNESCO, en *Rev. Comunicación América Latina* 19, 1988, 4-11, Buenos Aires.
- Rey Germán
1992 Las voces de la recepción, en *AAVV*, La imagen nuestra de cada día, Ed. Paulinas, Bogotá, pág. 35-53.
- Reyes Matta Fernando
1984 Origen, Evolución, Confrontaciones en la búsqueda democrática. Nuevo Orden Informativo, en *Rev. Mensaje* 327, 1984, 124-129, Santiago de Chile.
- Rodríguez S. y Adames F.
1994 Santo Domingo. Encrucijada de la Iglesia, Ed. Verbo Divino, Estella.
- Salinas Baskur R.
1982 Nuevo Orden Informativo: balance y perspectivas, en *Rev. Comunicación, estudios y documentos* 7, 1982, 28-37, Bogotá.
- Sánchez Aizcorbe C.
1979a Las grandes directrices para la reflexión y el compromiso cristianos propuestas por el Documento de Puebla, en *Rev. CIAS* 286, 1979, 3-25, Buenos Aires.
- 1979b Comunión y participación. Opción preferencial por los pobres, en *Rev. CIAS* 287, 1979, 5-45, Buenos Aires.
- Scannone Juan C.
1987 Teología de la liberación y Doctrina social de la Iglesia, Ed. Cristiandad y Guadalupe, Madrid-Buenos Aires.
- 1990 Evangelización, cultura y teología, Ed. Guadalupe, Buenos Aires.
- Secretariado General del CELAM
1977 Medellín, reflexiones en el CELAM, Ed. BAC, Madrid.
- Sily Alberto
1968 Medellín 1968. II Conferencia General del Episcopado Latinoamericano, en *Rev. CIAS*, 175/6, 1968, 5-16, Buenos Aires.

- Soukup Paul
1993 Los medios de comunicación social en los documentos de la Iglesia, *en* Rev. Concilium 250, 1993, 1051-1061, Estella.
- Spoletini Benito
1979 Puebla y la comunicación social, ¿un reto no enfrentado?, *en* Rev. Medellín 20, 1979, 522-535, Bogotá.
- 1991 La comunicación en la perspectiva de la nueva evangelización, *en* CELAM, Hacia la Cuarta Conferencia, Ed. CELAM, Bogotá, pág. 369-387.
- Tenorio Jesús
1990 La fuerza de las multitudes, Ed. CELAM, Bogotá.
- Tornos Andrés
1993 El catolicismo latinoamericano. La Conferencia de Santo Domingo 1992, Ed. Sal Terrae y Fe y Secularidad, Maliaño-Madrid.
- Uranga Washington
1991 Comunicación e Iglesia: construir alternativas desde los nuevos desafíos culturales, Ed. Nuevas Voces - Centro Nazaret, Buenos Aires.
- 1994 A la hora de las estrategias: algunas reflexiones, sugerencias y preguntas, *en* OCCC, Nuevos rostros para una comunicación solidaria, Ed. OCIC-AL, UCLAP y UNDA-AL, Quito, pág. 137-159.
- Zecchetto Victorino
1982 Comunión y Progreso en la perspectiva de un nuevo orden mundial de la comunicación, *en* Rev. Comunicación, estudios y documentos 6, 1982, 4-9, Bogotá.

4. Bibliografía complementaria

- AAVV
1984 Comunicaciones, fe y cultura, Ed. Paulinas, Madrid.
- Aldunate José
1993 Más que una cuestión de método, *en* Rev. Pastoral popular 227, 1993, 34-36, Santiago de Chile.
- Baragli Enrico
1969 L'Inter mirifica. Introduzione, storia, discussione, commento e documentazione, Ed. Studio Romano della Comunicazione Sociale, Roma.
- Barroso Asenjo P.
1991 Códigos deontológicos de los medios de comunicación, Ed. Paulinas y Verbo Divino, Madrid.
- Bartholomäus W.
1978 La comunicación en la Iglesia, *en* Rev. Concilium 131, 1978, 124-137, Madrid.
- Boff Leonardo
1980 Jesucristo el liberador, Ed. Sal Terrae, Santander.
- Büntig Aldo
1975 Hechos, doctrinas sociales y liberación, Ed. Guadalupe, Buenos Aires, 4ª edición.
- Castro Texeira N.

- 1978 Pastoral de la comunicación social, Ed. Paulinas, Bogotá.
- CELAM
1987b Percepción crítica. Manual de iniciación y guía pastoral, Ed. CELAM, Bogotá.
- Díaz Tortajada A.
1983 Evangelización, lenguaje y cultura, Ed. Paulinas, Madrid.
- Floristán Casiano
1991 Teología práctica, Ed. Sígueme, Salamanca.
- Fore William
1989 Televisión y religión, Ed. CELAM, Bogotá.
- Gomes Pedro
1987 Cultura, meios de comunicação e Igreja, Ed. Loyola, São Paulo.
- Gutiérrez Francisco
1987 ¿Adoctrinamiento o liberación? Praxis de la comunicación cristiana, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Iribarren Jesús
1968 El derecho a la verdad, Ed. BAC, Madrid.
- Martínez Cortés J.
1991 Transmisión religiosa y medios de comunicación, *en* Universidad Pontificia de Salamanca, La transmisión de la fe en la sociedad actual, Ed. Verbo Divino, Estella, pág. 13-37.
- Martini Carlos
1993 Effatá: “Abrete”, Ed. Paulinas, Bogotá.
- Ochsenius Carlos
1988 Práctica teatral y expresión popular en América Latina, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Pérez Morales O.
1989 Cultura y comunicación: reflexión teológica, *en* CELAM, Teología de la cultura, Ed. CELAM, Bogotá, pág. 211-249.
- Prieto Castillo D.
1987 El derecho a la imaginación, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Uranga Washington
1988 Precisiones sobre radio, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Vega Roberto
1986 El teatro en la comunidad, Ed. Paulinas, Buenos Aires.
- Zecchetto Victorino
1986 Comunicación y actitud crítica, *en* Ed. Paulinas, Buenos Aires.