

Puebla y la Comunicación Social

Mons. Luciano Metzinger, S.S.CC.
Presidente del Departamento de Comunicación Social
del CELAM, Lima, Perú

Entre los muchos temas que trataron los Obispos de América Latina en la III Asamblea General de Puebla, no podía estar ausente la Comunicación Social, que prorrumpe cada día con más fuerza en la vida del hombre moderno y en la sociedad de nuestro tiempo y llega a ejercer un influjo siempre creciente en las actividades políticas, socio-económicas y culturales de las naciones.

Este tema ha sido estudiado en muchos documentos eclesiales anteriores: conciliares, pontificios y otros. Sin embargo, Puebla no se limita a repetir lo ya dicho; nos ofrece más bien una visión novedosa de la Comunicación Social, visión de la que se deriva una aplicación renovada a la evangelización y a la acción pastoral de la Iglesia en general.

El DP no habla solamente de la comunicación en general, sino que aborda también algunos puntos particulares. Entre ellos la comunicación informativa. Este punto nos merece una especial atención en este momento, cuando el Santo Padre acaba de definir la necesidad y las exigencias de la libertad de expresión y cuando la Iglesia en América Latina está comprometida en establecer su propio sistema de comunicación informativa.

En el presente estudio abordaremos ambos temas: el de la comunicación en general y el de la comunicación informativa.

I. La Comunicación Social en General

Un Cambio de Perspectiva

Para entender el progreso alcanzado en Puebla sobre el tema de la Comunicación Social, debemos tener presente la costumbre arraigada en la Iglesia (en los documentos y en la praxis) de considerar la Comunicación Social como un conjunto de *medios* particularmente aptos para evangelizar. Hablamos de *medios* de Comunicación Social más bien que de la *Comunicación* misma. En Puebla asistimos a una revolución copernicana en este campo: la comunicación como tal pasa al centro de las preocupaciones.

A primera vista el cambio no es tan evidente cuando examinamos donde se ubica el tema de la Comunicación Social en el DP. En efecto, lo encontramos en el III Capítulo de la III Parte, es decir en el Capítulo de los Medios para la Comunión y Participación. Y en este Capítulo la Comunicación Social ocupa el 5º y último lugar, después de la

Oración pública y privada, después del Testimonio de vida, después de la Catequesis, después de la Educación. En apariencia nada ha cambiado.

Sin embargo, basta leer el n. 1063 que introduce la sección sobre la Comunicación Social, para sentir de inmediato el cambio de perspectiva, el cambio en la visión que tradicionalmente se tenía de la Comunicación Social.

“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”.

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. Ella tiene por razón de ser evangelizar y evangelizar es comunicar. Por lo tanto la Comunicación Social está al centro mismo de la vida y de la actividad de la Iglesia y penetra todos los campos donde se realiza la evangelización.

Notemos de paso que si el DP trata ex profeso de la Comunicación Social solamente en la III Parte, de hecho la encontramos mencionada a lo largo y en todas las partes del Documento: Parte I: nn. 62, 158; Parte II: n. 419; Parte III: nn. 573 —familia—, 790 —laicos—, 900, 949 —liturgia—, 1172 —juventud—. Esta difusión de la Comunicación Social a través de todo el DP y en lugares donde no se trata siempre de *medios* de comunicación como *medios* es el mejor indicio del cambio de perspectiva indicado. Pero ¿de dónde ha surgido este cambio?

El por qué del Cambio de Perspectiva

Muchas son las razones que explican este cambio. Señalaremos las principales siguiendo el mismo documento.

1. *La Comunicación acto social vital.* El cambio de perspectiva se produce cuando se percibe la Comunicación Social como un acto social vital que nace con el hombre mismo (n. 1064). En efecto, por la comunicación se establecen las relaciones interpersonales e intergrupales mediante las cuales se enriquecen mutuamente las personas y los grupos; y así nacen progresivamente las diversas sociedades y culturas. De esa manera la comunicación integra a los hombres en una comunidad, estimula la participación activa en el grupo, los enriquece y los personaliza. Salta a la vista que este nuevo concepto de la Comunicación Social es mucho más amplio y más rico que el concepto de *medios* de comunicación o medios de evangelización, aún cuando reconocemos con Pablo VI (*Evangelii Nuntiandi*, 45) que ellos son hoy día medios poderosos, medios *imprescindibles* para el primer anuncio y para la profundización de la fe. Se trata, en el nuevo concepto, de una realidad social marcada con valores propios en constante intercambio entre las personas y los grupos. Se trata de un fenómeno cultural.

2. *La Comunicación un hecho cultural.* La Comunicación Social llega a ser un hecho cultural en diversos sentidos y de diversas maneras.

a) Ella es un hecho cultural porque genera culturas. El fenómeno se manifiesta con particular intensidad en nuestros tiempos. Con la multiplicación y sofisticación de los Medios de Comunicación Social y de los retransmisores de mensajes la Comunicación Social tiene una fuerza extraordinaria para transmitir modelos de conducta y estilo de vida y contagiar así las masas. Así se producen los intercambios culturales y los cambios de culturas, así se establecen a veces los colonialismos culturales, más nefastos que los colonialismos políticos y económicos, porque afectan al alma misma de los pueblos.

De estos intercambios ¿surgirá una creciente uniformidad e irá unificándose todo el planeta con una sola cultura? Tal vez pura utopía.

De todos modos el ser la Comunicación 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.

b) La Comunicación Social es también un hecho cultural porque ella se expresa a través de signos y símbolos que no son definitivos ni eternos, sino que cambian lentamente de una época a otra, a tal punto que este cambio puede provocar distanciamiento entre dos generaciones sucesivas. No hablamos en este momento de la lengua: el español, el inglés, el chino, aunque ellas también sufren cambios profundos a lo largo de los siglos. Hablamos más bien el *lenguaje* dentro de una misma lengua. Observamos que en el mundo actual se va imponiendo progresivamente, al lado del lenguaje conceptual tradicional, o lenguaje de la Galaxia Gutenberg, el nuevo lenguaje de la imagen. Recién nos damos cuenta de este fenómeno. Los que tuvimos una formación tradicional, la formación clásica en la primera mitad del presente siglo hasta los años 60, tal vez no percibimos la enormidad del cambio que ha venido realizándose en los últimos 20 años. La generación que llega hoy a los 25 años, la que nació y creció con los medios electrónicos (con la "tecnológica", según el vocabulario del P. Enrique Baragli, S.J.), esa generación hace mejor que nosotros la distinción entre la civilización Gutenberg y la civilización onírica: la civilización de la imagen. No se trata aquí de unas especulaciones más o menos arriesgadas o a lo mejor de unos cambios previsibles para un futuro lejano. Se trata de una realidad presente que afecta ahora mismo nuestra misión evangelizadora. A la gente de hoy no se puede anunciar la Buena Nueva en el lenguaje de ayer, so pena de no ser escuchada ni mucho menos entendida esta Buena Nueva. Es un hecho el cual Pablo VI llama nuestra atención en el n. 43 de *Evangelii Nuntiandi*. Me parece digno de notar que muy poca gente se haya enterado de este texto y de su profunda significación. Nos contentamos con citar la frase famosa del n. 45 de la misma Exhortación Apostólica, donde Pablo VI afirma imprescindible el uso de los Medios de Comunicación Social para la evangelización y que la Iglesia se sentiría gravemente culpable de no hacerlo. Y nos olvidamos o no nos percatamos de las verdaderas razones por qué el uso de esos medios es hoy en día indispensable.

3. *El influjo que la Comunicación Social ejerce en el hombre y en la sociedad.* Las consideraciones que preceden tienen un cierto carácter *teórico*. Pero los estudios y las investigaciones científicas realizadas a nivel mundial nos dan a conocer los frutos *concretos* de esta civilización de la imagen.

Frutos positivos: a pesar de los pésimos pronósticos de algunos tradicionalistas radicales, son muchos los frutos positivos cosechados merced a la Comunicación Social. El DP los enumera en el n. 1068, reconociendo que los Medios de Comunicación Social son factores de comunión y contribuyen a la integración latinoamericana; contribuyen a la democratización y a la expansión de la cultura; ofrecen esparcimiento en particular a las gentes menos favorecidas que viven fuera de los centros urbanos; aumentan las capacidades perceptivas por el estímulo audiovisual.

Frutos negativos: Pero al lado de esos aspectos positivos debemos señalar también aspectos gravemente negativos como son: el control de los Medios de Comunicación Social y la manipulación ideológica por parte de los poderes políticos y económicos de ambos signos (capitalista y marxista); la explotación de las pasiones, el sexo, la violencia; la destrucción de valores propios por la excesiva programación extranjera; la masificación o actitud gregaria que producen los Medios de Comunicación Social por la falta de sentido crítico en los perceptores. Esos son los principales aspectos negativos enumerados en el n. 1069.

Estos efectos negativos cobran toda su drástica significación cuando consideramos el *bombardeo* a que someten al hombre de hoy los Medios de Comunicación Social: prensa, cine, radio, TV, publicidad de todo tipo en la calle, en el lugar de trabajo, en las salas y lugares de esparcimiento, en el hogar, de día y de noche, con mensajes ideológicos diametralmente opuestos a los valores evangélicos. Mensajes que, a lo largo de las 24 horas de cada día, corroen y destruyen la formación cristiana que la Iglesia da a sus fieles durante breves momentos semanales.

Al mirar la Comunicación Social como hecho global, es decir como acto social vital, como fenómeno socio-cultural que afecta todas las relaciones humanas, y como fenómeno que invade toda la vida del hombre, el DP examina y pondera los efectos que la Comunicación Social tiene en la vida y la acción pastoral de la Iglesia. Este estudio llevó a los Obispos en Puebla a determinar las opciones y a establecer las prioridades que esta situación reclama.

Opciones y Propuestas Pastorales como Consecuencias del Cambio de Perspectiva

Primer Criterio: El n. 1080 formula el primer criterio que ha de regir las opciones. Reza así: "Integrar la Comunicación Social en la pastoral de conjunto". Es decir: no basta dar a la Comunicación Social algún lugar en un determinado campo de la acción pastoral, sino que ella debe estar presente en todo el ámbito de la pastoral. De ahí derivan las siguientes *propuestas pastorales*:

1. La jerarquía, los agentes pastorales en general deben conocer, comprender, experimentar más profundamente el fenómeno de la Comunicación Social, a fin de adaptar las respuestas pastorales a esta nueva realidad e integrar la Comunicación Social en la pastoral de conjunto (n. 1083).

2. Para hacer 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 (nacional y diocesano) para la Comunicación Social e incorporarlo en las actividades de *todas las áreas pastorales* (n. 1084).

Segundo Criterio: "Dentro de las tareas por 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" (n. 1081). La razón es evidente. Sin esta formación previa, resultaría utópico el integrar la Comunicación Social en la Pastoral de Conjunto.

De estos criterios derivan estas *propuestas pastorales*:

1. Se propone como acción prioritaria la formación en la Comunicación Social.

* de los aspirantes al sacerdocio y a la vida religiosa, integrando esta formación en el curriculum normal de los estudios;

* de los agentes de pastoral: sacerdotes, religiosos, laicos, programando sistemas de formación permanente (n. 1085).

2. En cuanto a la formación del gran público para que tenga una actitud crítica ante los medios de Comunicación Social se recomienda esta acción a los organismos eclesiales que operan a nivel continental (UNDA, OCIC, UCLAP) (n. 1089).

3. Una recomendación especial concierne el estudio del *lenguaje* por ser de primordial significación para la transmisión del Mensaje (n. 1091).

4. Finalmente se recomienda un uso global de los Medios de Comunicación Social, tanto de los medios masivos como de los medios grupales, haciendo hincapié en esos últimos por ser particularmente adecuados para una enseñanza sistemática y una profundización de la fe (n. 1090), pero teniendo en cuenta que los unos y los otros son necesarios, aunque a diverso título, para la evangelización del mundo moderno.

Pocas son las propuestas pastorales que sugiere el DP como consecuencia del cambio de perspectiva en la forma de entender la Comunicación Social. Pero si llegamos a ponerlas en práctica con decisión y firmeza, la acción evangelizadora de la Iglesia comenzará a renovarse con el dinamismo propio de esos medios proclamado en tantos documentos eclesiales desde Vaticano II.

II. Comunicación Informativa

Tema menos universal por cierto, pero no menos actual es el de la comunicación informativa. Hace poco el Santo Padre destacaba su

importancia en una audiencia a unos 200 periodistas de la Asociación de la Prensa Internacional en Italia, recalcando que la libertad de información es piedra fundamental de otras libertades. Una prensa informando libremente es pues la condición indispensable y la garantía para el funcionamiento normal de la vida democrática.

El tema cobra toda su significación en un mundo que va tomando conciencia de este papel de la comunicación informativa y se interroga sobre la calidad de la información que le proporciona el sistema vigente de las agencias internacionales de prensa. Desde algunos años la UNESCO abordó esta problemática en varios encuentros y en particular en las reuniones internacionales de San José, Costa Rica (12-21 de julio de 1976)¹, y de Nairobi, Kenya (Octubre-Noviembre de 1976)². Esos estudios culminaron en el "Rapport de la Commission Internationale d'étude des problemes de la communication", comisión creada por la UNESCO y llamada Comisión MacBride por el nombre de su presidente, la que acaba de publicar el resultado de sus trabajos en el curso de 1980 bajo el título *Voix Multiples, un seul monde* con el subtítulo: "Hacia un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación más justa y más eficaz".

Esta problemática de tanta importancia para la humanidad presente en su afán de establecer una sociedad pluralista y auténticamente democrática, no podía dejar indiferentes a los Obispos reunidos en Puebla. Quisiera señalar brevemente su posición respecto de la comunicación y la información tanto en la sociedad civil de América Latina como en la misma Iglesia en este Continente. Brevemente y sin entrar en detalles, pues nuestro propósito no es el de ofrecer un estudio exhaustivo de esta problemática, sino el de hacernos tomar conciencia de esta realidad difícil e importante y llevarnos a adoptar las decisiones y actitudes que exige de nosotros.

Una Visión de la Realidad en el Campo de la Información

Los Obispos demuestran un conocimiento cabal de la situación reinante en América Latina en el campo de la comunicación informativa. Una realidad nada halagadora y que además no es privativa de este Continente. No se niegan los aspectos positivos de la comunicación; sin embargo, los Obispos se ven constreñidos a señalar que los aspectos negativos prevalecen y a denunciarlos. El análisis enumera los siguientes puntos:

* El monopolio de la información en manos de los poderes políticos y económicos. Las personas y los sectores vinculados con esos grupos de poder tienen la capacidad de comunicar. Los otros son voces silenciadas: no tienen posibilidad de acceso y participación en el proceso comunicativo. Puede suceder que se reconozca y se proclame la libertad de expresión y de información; pero esta libertad formal de nada sirve,

¹ Conferencia intergubernamental sobre Política de comunicación en América Latina.

² 19a. Reunión de la Conferencia General de la UNESCO.

si no se da al mismo tiempo la posibilidad de ejercer esta libertad. Posibilidad que no existe en América Latina donde hay un verdadero monopolio social sobre la comunicación interna a nivel nacional y un monopolio aún más dominador a nivel internacional, quedando impedido de esa manera el juego normal de la vida democrática.

* La manipulación de los mensajes de acuerdo con los intereses de los sectores de gobierno y de poder económico (DP nn. 1069, 1071). Es una consecuencia fatal de lo anterior. Los que disponen de la capacidad de comunicar e informar no escapan a la tentación de utilizarla para la consecución de sus propios fines y objetivos y la defensa de sus propios intereses. Resulta utópica la libre circulación de las noticias que permitiría el diálogo democrático y equilibrado entre todos los ciudadanos con la participación de todos y el respeto de los intereses de todos. Los derechos de las "masas" son ignorados y pisoteados. Y así la comunicación informativa genera conflictos sociales en vez de ser un instrumento de participación, de cohesión y de solidaridad en nuestros países latinoamericanos y a nivel internacional.

* La no poco frecuente falta de objetividad y honestidad de los mismos periodistas en la transmisión de las noticias (DP n. 1070). Sucede desgraciadamente que ellos mismos manipulen la información, callando ciertas noticias o alterándolas o inventándolas artificialmente. De esa manera desorientan la opinión pública en vez de contribuir a su recta formación. Esta falta de ética profesional acarrea otras gravísimas consecuencias: masifica y despersionaliza al gran público, cuando la misión del periodista tiene la noble finalidad de ayudar a los ciudadanos a participar responsablemente en la vida política, social y económica de su país:

* La alienación cultural del hombre latinoamericano y la destrucción de los valores autóctonos (DP n. 1072). Cada país debería desarrollar una política de la comunicación que favorezca la movilización de los recursos nacionales, la preservación de su identidad cultural y la independencia nacional. Sin embargo, el número excesivo de programas extranjeros con modelos de conducta importados, el sistema publicitario vigente, el uso abusivo del deporte como elemento de evasión, son factores de alienación para la persona y de desintegración para la comunidad familiar. Muchas veces la comunicación social se ha convertido en vehículo de propaganda del materialismo práctico y consumista, creando en nuestro pueblo falsas expectativas, necesidades ficticias, graves frustraciones y un afán competitivo malsano.

El análisis que precede, bastante incompleto además, revela la gravedad de la situación de la comunicación informativa en la sociedad civil de nuestro Continente. En el seno de la Iglesia en América Latina la comunicación informativa no lleva aspectos tan drásticamente negativos, pero tampoco podemos considerar esta situación como satisfactoria.

El DP señala que, en los últimos años, la Iglesia ha hecho muchos esfuerzos en favor de una mayor comunicación en el interior de la misma comunidad eclesial, pero reconoce al mismo tiempo que lo realizado

hasta ahora no responde a las exigencias del momento (DP n. 1079). El flujo de informaciones y opiniones legítimas se reduce a manifestaciones esporádicas que tienen poca influencia en la totalidad de la comunidad eclesial. Más insuficiente aún es la comunicación de la Iglesia hacia el mundo para ofrecerle su rostro auténtico, su pensamiento, frente a tantos eventos sociales para los cuales los fieles y los hombres de buena voluntad esperan conocer la posición doctrinal y las orientaciones de la Iglesia.

Criterio de Opción

Ante esta situación los Obispos en Puebla han formulado el siguiente criterio para establecer las propuestas pastorales oportunas: "Respetar y favorecer la libertad de expresión y la correlativa de información, como presupuestos esenciales de la Comunicación Social y de su función en la sociedad, de acuerdo a las directivas de *Communio et Progressio* (DP n. 1082).

Las palabras que mencionáramos al principio, de Juan Pablo II, vuelven a repetir con singular fuerza los conceptos expresados en este número del DP, y manifiestan la solidez del criterio escogido por los Obispos en Puebla para determinar sus propuestas pastorales en este campo.

Propuestas Pastorales

* La ratificación del derecho social a la información (DP n. 1095). Son tantas y tan graves las limitaciones a este derecho en nuestro Continente que la Iglesia considera como un deber proclamarlo, hacerlo conocer, apoyarlo. Es un servicio que la Iglesia se compromete a brindar a la sociedad recordando, como lo hizo en una ocasión reciente el Santo Padre, que el derecho a la información es una condición sine qua non de la vida democrática. Tal vez nos ayudará a comprender la relevancia de este asunto una declaración hecha en la Primera Conferencia de Ministros de la Información de Túnez en el año de 1976, ratificada a las pocas semanas por una Conferencia cumbre de los países no-alineados, diciendo que "un nuevo orden mundial de la información es tan importante como un nuevo orden económico".

* Una especial atención para con los profesionales de la comunicación y la formación adecuada de los que cubren la información religiosa (DP n. 1085). Puebla vuelve a recordar la necesidad de una acción pastoral en el mismo mundo de los profesionales de la comunicación para acompañarlos en el cumplimiento de su importante y difícil tarea. La Instrucción Pastoral *Communio et Progressio* manifestaba esta preocupación (nn. 96-100) y recomendaba la colaboración entre cristianos, creyentes y hombres de buena voluntad e invitaba a los Pastores y a los fieles a unirse a los intentos y esfuerzos de los profesionales para que los instrumentos de comunicación sirvan eficazmente a la justicia, la paz, la libertad y el progreso humano.

* La creación de canales propios de información para asegurar la intercomunicación en la misma Iglesia y el diálogo con el mundo (DP n. 1092). A pesar de los esfuerzos realizados en los últimos años, no existe todavía un flujo suficiente de noticias entre las diversas diócesis de un mismo país y entre las diversas Conferencias Episcopales de América Latina: una diócesis, una Conferencia Episcopal ignora lo que pasa en la otra o se entera de ello tardíamente y no pocas veces en forma adulterada. Por otra parte, una dolorosa experiencia nos enseña que, por las continuas distorsiones de los hechos de Iglesia y de su pensamiento, las agencias de prensa desfiguran demasiado a menudo el verdadero rostro de la Iglesia.

La comunicación social en general y la comunicación informativa en particular no eran temas principales para la III Asamblea General del Episcopado Latinoamericano y, por eso, no ocupan un gran espacio en el documento final de Puebla. Sin embargo, el breve capítulo sobre la comunicación revela un cambio sustancial, un gran paso adelante sobre textos similares en documentos anteriores. Por fin se supera el concepto de "medios" y se plantea el problema de la comunicación en su verdadera perspectiva, integrándola en la pastoral de conjunto y teniéndola en cuenta en todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva. ¡Ojalá no queden esos progresos y adelantos sólo en los textos, ojalá pasen pronto a la praxis en todos los niveles eclesíasticos!

En el campo de la comunicación informativa se ha realizado ya algo concreto con la creación del S.I.A.L. (Servicio Informativo de la Iglesia en América Latina). Es un primer paso y una esperanza. Sin embargo, para lograr plenamente sus objetivos, el S.I.A.L. necesita de una participación siempre mayor y de la continua colaboración de todas nuestras Conferencias Episcopales y de todos los Pastores.

Para concluir estas reflexiones no hay palabras más oportunas que el mismo subtítulo puesto al Informe de la Comisión MacBride: "Hacia un nuevo orden mundial de la información y de la comunicación más justo y más eficaz". Estas palabras son todo un programa y al mismo tiempo una advertencia. La advertencia que estamos todavía en camino y que queda mucho trecho por recorrer y muchos esfuerzos que desplegar para alcanzar este orden más justo y más eficaz.