



Comunicación al servicio de la sinodalidad: el aporte de la Iglesia latinoamericana y caribeña

LA COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DE RENOVACIÓN Y REESTRUCTURACIÓN DEL CELAM

La 1.^a Asamblea Eclesial de América Latina y el Caribe, lanzada el 24 de enero de 2021, desde la Basílica de Nuestra Señora de Guadalupe, en México —en modalidad mixta: presencial y virtual—, anticipó el desafío de desarrollar procesos comunicativos al servicio de la sinodalidad y de cara a este inédito acontecimiento en el caminar de la Iglesia latinoamericana y caribeña.

Las etapas que siguieron, en el camino hacia la Asamblea que se celebrará en la Ciudad de México, entre el 21 y el 28 de noviembre de 2021, con más de 1 000 participantes, mayoritariamente a través de plataformas digitales y con un pequeño grupo representativo *in situ*, han confirmado la necesidad de “discernir, diseñar, ejecutar y evaluar estrategias comunicativas al servicio del Pueblo de Dios, que



contribuyan a la misión de la Iglesia en América Latina y el Caribe”, como lo expresa el *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*¹.

Con la creación del Centro para la Comunicación —uno de los cuatro centros pastorales aprobados por la 38^a. Asamblea General Ordinaria del CELAM, en mayo de 2021—, la Iglesia de este continente acentúa sus apuestas por

la consolidación de un ecosistema innovador de comunicación y tecnología, la colaboración con instancias eclesiales, sociales e instituciones de incidencia regional e internacional, y la promoción de los servicios teológico-pastorales del CELAM, en diálogo con las Conferencias Episcopales y con el Dicasterio para la Comunicación de la Santa Sede².

De hecho, no han sido pocas las voces que han manifestado la urgencia de “fortalecer las capacidades y la incidencia de la comunicación de la Iglesia, al servicio del Pueblo de Dios y de la misión evangelizadora del continente”³. En este escenario, el Centro para la Comunicación representa “un salto cualitativo en la comunicación para la pastoral y la pastoral para la comunicación, desde el imperativo de la sinodalidad, la cultura del encuentro y la transformación digital”⁴, toda vez que

necesitamos que la voz profética de la Iglesia católica resuene en América Latina y el Caribe y contribuya al posicionamiento de los valores del Evangelio en la sociedad. Todo ello en articulación con la Presidencia del CELAM, con los otros centros pastorales y, de manera especial, con las Conferencias Episcopales⁵.

¹ Así se expresa la misión del Centro para la Comunicación del CELAM (cf. CELAM, *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*, 225).

² *Ibíd.*

³ CELAM, *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*, 175.

⁴ *Ibíd.*

⁵ *Ibíd.*

La visión de ese centro pastoral refleja esta profunda aspiración, fruto del discernimiento que ha caracterizado el proceso de renovación y reestructuración:

El Centro para la Comunicación del CELAM será un referente en estrategias comunicativas al servicio del Pueblo de Dios, adaptadas y acordes con las tecnologías vigentes, a fin de propiciar el posicionamiento profético de la Iglesia y su incidencia en la transformación de la realidad y contribuir a la comunicación pastoral y a la pastoral de la comunicación en América Latina y el Caribe, en clave de sinodalidad y en la perspectiva de la opción preferencial por los pobres⁶.

DESAFÍOS COMUNICATIVOS DEL CELAM

La necesidad de crear, configurar y consolidar procesos comunicativos para hacer del CELAM “un centro propulsor de la conciencia misionera, de la conversión pastoral permanente, como Iglesia misionera y sinodal, caminando eclesialmente con las Conferencias Episcopales y con el Santo Pueblo de Dios”⁷, pasa por una progresiva identificación del tipo de comunicación que desafía a la Iglesia latinoamericana y caribeña y que, de alguna u otra forma, también ha inspirado los procesos comunicativos de la Asamblea Eclesial⁸:

1. *Comunicar para la transformación de la realidad y la incidencia latinoamericana y caribeña.* La apuesta comunicativa del CELAM está llamada a acompañar y hacer eco de sus acciones en el continente, bajo la inspiración de la Palabra de Dios y del Magisterio de la Iglesia, y considerando los insu- mos del Centro de Gestión del Conocimiento, del Centro de

⁶ CELAM, *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*, 224.

⁷ CELAM, *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*, Presentación.

⁸ Estos desafíos emergieron de las reflexiones y los análisis de un grupo de obispos y expertos laicos de América Latina y el Caribe que, durante los meses de junio y julio de 2019, asumieron la tarea de pensar los retos y los horizontes de la comunicación de la Iglesia en el continente. Sus conclusiones se recogen en la tercera parte del *Documento de renovación y reestructuración del CELAM*, específicamente en los números 174, 175, 223, 224, 225 y 226.



Formación-CEBITEPAL y del Centro de Programas y Redes de Acción Pastoral.

2. *Comunicar para el posicionamiento profético del CELAM.* La opción preferencial por los pobres, presente en el Magisterio de la Iglesia latinoamericana y caribeña y en su acción pastoral, se constituye en un derrotero fundamental para hacer de la comunicación del CELAM una expresión de su vocación profética, veraz y esperanzadora, refrendada con el testimonio de los mártires de ayer y de hoy que han dado su vida por la justicia, la equidad y la paz.
3. *Comunicar para la sinodalidad y la articulación eclesial.* El imperativo de la sinodalidad en la Iglesia se debe traducir en opciones comunicativas que aporten valor a los procesos de participación y articulación eclesial, desde el protagonismo del Pueblo de Dios y el primado de la cultura del encuentro.
4. *Comunicación pastoral y pastoral de la comunicación.* Al reconocer la comunicación como lugar de evangelización, también se constata que “la evangelización, anuncio del Reino, es comunicación” (DP 1063). Ello se constituye en una prioridad para la acción comunicativa del CELAM.
5. *Comunicación al servicio de la Iglesia latinoamericana y caribeña.* El CELAM necesita robustecer su ecosistema comunicativo y tecnológico al servicio de la Iglesia latinoamericana y caribeña, así como sus estrategias de promoción de programas de formación teológico-pastoral. Incluso, se hace necesario crear una agencia de noticias propia, fortalecer redes comunicativas y ofrecer apoyos comunicativos a las Conferencias Episcopales.

LA COMUNICACIÓN EN EL CAMINO HACIA LA ASAMBLEA ECLESIAL

Al tenor de estos desafíos, es importante señalar que si bien las estrategias comunicativas de la Asamblea Eclesial han privilegiado la generación de contenidos en diversos formatos y a través de

múltiples canales para propiciar el mayor alcance posible en el Pueblo de Dios, con la convicción de que “todos somos discípulos misioneros en salida” —como reza el lema de la Asamblea—, el trasfondo de todas estas acciones dan cuenta de una comunicación al servicio de la sinodalidad que se ha propuesto dar la voz —o quizás, devolvérsela— a todos los bautizados del continente, invitados a “caminar juntos” en este proceso y a asumir su protagonismo en el presente y futuro de la Iglesia.

Esta ha sido, por ejemplo, la motivación principal de la campaña #VozNuestra con la que el CELAM encaminó ingentes esfuerzos hacia la generación de sensibilidades y sinergias comunicativas con acentos y rostros propios, desde diversas latitudes, para motivar la participación del Pueblo de Dios en el proceso de escucha y más allá de la escucha.

La posibilidad de contar con testimonios de la pastoral juvenil de Venezuela, como de Perú, de laicos, religiosas, religiosos, sacerdotes y obispos de diversos países como Brasil, Panamá, Costa Rica, República Dominicana, El Salvador, México, entre otros, pero también de algunas voces de los pueblos originarios —como la del catequista indígena boliviano Rubén Yuco— y de varios sacerdotes y religiosas *influencers* —como la colombiana Martha Moreno “Sor selfie” y el mexicano Javier Garza “Fray foto”—, así como de distintos miembros de redes y movimientos como la familia Schönsstatt, en Chile, o de la Generación Francisco, en Argentina, nutrieron de sinodalidad las opciones comunicativas que acompañaron el camino hacia la Asamblea Eclesial⁹.

Son tan solo algunos ejemplos de los itinerarios que se están transitando para propiciar una comunicación más participativa, articulada, diversa, gestora de comunión, al alcance de todos, con nuevas narrativas y sobre todo abierta al protagonismo del Pueblo de Dios. Esta perspectiva ha estado presente en la generación de

⁹ En la sección de recursos del sitio web de la Asamblea Eclesial se pueden apreciar los videos que se generaron con el apoyo de estas voces del continente latinoamericano y caribeño (cf. <https://asambleaecclesial.lat/recursos/>).



piezas gráficas, videos, noticias, pódcast, noticieros y boletines sobre la Asamblea Eclesial.

Por mucho tiempo se ha considerado que las grandes acciones comunicativas, es decir, aquellas que generan un mayor impacto, pasan por potentes estructuras y por la *autoritas* de algunas determinadas voces. Con la sinodalidad vamos descubriendo la necesidad y la oportunidad que representa “ensanchar la tienda” de la comunicación, esto es, abrir nuevos espacios de participación y comunión en la misión de comunicar en la Iglesia.

DERROTOS COMUNICATIVOS PARA LA IGLESIA LATINOAMERICANA Y CARIBEÑA

Desde el CELAM, la opción por una comunicación al servicio del Pueblo de Dios, con capacidad de responder de manera ágil, creativa y disruptiva a las necesidades comunicacionales de la Iglesia latinoamericana y caribeña, se traduce en doce grandes derroteros asumidos a modo de *políticas de comunicación*, bajo las orientaciones de la Presidencia, la Secretaría General y el Consejo del Centro para la Comunicación, e inspirados en el Magisterio del Papa Francisco y en las enseñanzas de las Conferencias Generales del Episcopado Latinoamericano:

248

1. Asumir la cultura como centro de referencia comunicativa, desde donde se pueda mirar la realidad en el conjunto de todos sus factores y se asuma el desafío del encuentro con realidades nuevas y distintas (cf. *DA* 41 y *DSD* 281).
2. Actualizar y hacer más eficaces los medios de comunicación católicos, tanto para la comunicación de la fe como para el diálogo entre la Iglesia y la sociedad (cf. *DA* 497).
3. Fortalecer e impulsar el uso de medios y estrategias de comunicación para difundir en América Latina y el Caribe noticias relativas a los acontecimientos de la vida eclesial y sus actividades, interpretadas a la luz del pensamiento cristiano (cf. *DM* 16, II, 8).

4. Fomentar en los diversos mensajes o en las prácticas pastorales la búsqueda de un estilo comunicativo que toque el corazón de las personas y genere una proximidad que consuele, cure y acompañe (cf. Papa Francisco, JMCS 50 y 51).
5. Apoyar y promover estrategias de evangelización concebidas como un relato de la realidad que interpele las necesidades de los contextos y las condiciones de las minorías (cf. Papa Francisco, JMCS 55).
6. Abogar por un periodismo ético, sin fingimientos ni tolerante con la desinformación, que permita poner en primer plano la verdad, la verificación de las fuentes, la promoción de la paz y la dignidad de las personas (cf. Papa Francisco, JMCS 52).
7. Fortalecer y divulgar las propuestas formativas, los servicios pastorales y los productos de investigación del CELAM, para visibilizar la voz profética de la Iglesia y su incidencia en América Latina y el Caribe.
8. Incorporar y fortalecer la comunicación digital en internet, al igual que la presencia de la Iglesia en las redes sociales, para desarrollar nuevas maneras de interacción con las comunidades, las organizaciones internacionales, los diversos agentes pastorales y el Pueblo de Dios en general.
9. Promover en los mensajes y acciones comunicativas la presencia de una Iglesia más sinodal, interesada en fortalecer la cultura del diálogo, de la escucha recíproca, del discernimiento espiritual, del consenso, la colegialidad y la comunión.
10. Fortalecer y apoyar las diversas publicaciones del CELAM como medios de divulgación del pensamiento teológico y de la pastoral de la Iglesia latinoamericana y caribeña.
11. Contribuir a la comunicación de la pastoral y a la pastoral de la comunicación en América Latina y el Caribe, en clave de sinodalidad y en la perspectiva de la opción preferencial por los pobres.



12. Fortalecer y promover, con servicios adecuados y el uso óptimo de la tecnología de la información, una comunicación fluida entre el CELAM, la Santa Sede y las Conferencias Episcopales.

En su mensaje para la 54^a. Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el Papa Francisco exhorta a comunicar encontrando a las personas donde están y como son. “La invitación a ‘ir y ver’ que acompaña los primeros y emocionantes encuentros de Jesús con los discípulos, es también el método de toda comunicación humana auténtica”, nos recuerda el Obispo de Roma. “Ven y lo verás” (Jn 1, 46).

El deseo de hacer de la comunicación una experiencia de sinodalidad y al servicio de la sinodalidad sugiere el rescate y la creación de narrativas diferentes y auténticas para asumir una “comunicación en salida”, en búsqueda de la verdad que hace libres, de la bondad que moviliza la esperanza y de la belleza que inspira a hacer de este un mundo de hermanos y hermanas, “*fratelli tutti*”.

Dr. ÓSCAR AUGUSTO ELIZALDE PRADA*
Coordinador Interino
del Centro para la Comunicación del CELAM

* Doctor en Comunicación Social de la Pontificia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (Porto Alegre-Brasil), magíster en Estudios y Gestión del Desarrollo y licenciado en Educación, con especialidad en Ciencias Religiosas, de la Universidad de La Salle (Bogotá-Colombia). Es docente-investigador y director de Comunicación y Mercadeo de la misma universidad. Forma parte del grupo de investigación Intersubjetividad y Educación Superior de la Universidad de La Salle. Asesor interino del Centro para la Comunicación del CELAM.