

Sumario

La vertiginosa revolución en el campo de la informática y en la técnica aplicada a los medios de comunicación social, está produciendo transformaciones básicas, tanto en la sociedad como en la misma informática y comunicación. Plantea la autora, los desafíos que a las puertas de un nuevo Milenio se presentan para la tarea Evangelizadora de la Iglesia.

La comunicación y la cultura en el comienzo de un nuevo milenio

Dra. María Irma Suárez de Pachón

Licenciada en Educación y Comunicación. Miembro del Pontificio Consejo de los Laicos. Colaboradora del Servicio Radiotelevisivo de la Iglesia en América Latina - SERTAL

“ Cuando los visité para anunciarles el testimonio de Dios, no llegué con el prestigio de la elocuencia o de la sabiduría. Al contrario, no quise saber nada, fuera de Jesucristo, y Jesucristo Crucificado” (1Co 2, 1-3).

1. ¿Una nueva cultura para un nuevo milenio?

Es frecuente escuchar en nuestros días las expresiones: ‘tercer milenio adveniente’, ‘siglo adveniente’, ‘cultura adveniente’... Pero ¿cuál es el sentido de estas formas? ¿A qué nos referimos, realmente, cuando hablamos, por ejemplo, de ‘cultura adveniente’?

El uso del término ‘adveniente’ proviene fundamentalmente del Documento de Puebla (1.979) y se refiere, según Pedro Morandé, en su artículo *El Trabajo en la Cultura Adveniente*¹, “a la búsqueda y descubrimiento del rostro humano en la historia, de la cultura de los pueblos para que, comprendiendo la valoración que los sujetos hacen de su presencia, sea posible anunciarles la buena noticia de la vida nueva en Cristo”.

De hecho, la ‘cultura’ podría ser considerada como “el modo de enfrentarse a la vida y a la historia que tiene un pueblo determinado. Implica una concepción de la vida, un proyecto histórico y un sistema de instituciones mediante las cuales el proyecto se hace operativo y viable”².

Es muy significativo el concepto de cultura que presenta el Documento de Puebla, más aún, por su estrecha relación con el concepto de ‘comunicación’:

¹ CELAM-SEPAC, *¿Adveniente Cultura?*, Bogotá, 1987, págs 143-166.

² A. GONZÁLEZ DORADO, *La cultura del mercantilismo desde la problemática de las ciudades de América Latina*, Buenos Aires, 1986.

“Con la palabra ‘cultura’ se indica el modo particular como, en un pueblo, los hombres cultivan su relación con la naturaleza, entre sí mismos y con Dios (GS 53b), de modo que puedan llegar a un nivel verdadero y plenamente humano (GS 53a). Es el estilo de vida común (GS 53c) que caracteriza a los diversos pueblos; por ello se habla de “pluralidad de culturas” (GS 53c). La cultura, así entendida, abarca la totalidad de la vida de un pueblo: el conjunto de valores que lo animan y de desvalores que lo debilitan, y que al ser participados en común por sus miembros, los reúne con base en una misma “conciencia colectiva” (EN 18). La cultura comprende, así mismo, las formas a través de las cuales aquellos valores o desvalores se expresan y configuran, es decir, las costumbres, la lengua, las instituciones y estructuras de convivencia social, cuando no son impedidas o reprimidas por la intervención de otras culturas dominantes” (DP 386s).

Por lo tanto, puede decirse que la comunicación y la cultura se correlacionan en forma directamente proporcional: a mayor desarrollo comunicacional, mayor desarrollo cultural, entendido éste no como mero progreso tecnológico-informativo, sino como la realización creciente de la participación y actuación del hombre en la sociedad.

Además, en un momento dado, el comportamiento humano, las creencias, las reflexiones, es decir, toda la vida social, puede ser diferente a como ha sido hasta ese momento por lo menos en algunos aspectos. Entonces, ¿mejor ayer y hoy que mañana? La respuesta puede darse en el contexto de la esperanza, puesta en las posibilidades y capacidades que tiene el ser humano para descubrir su verdadero rostro y el sentido de su existencia, en un tiempo y lugar determinados.

Podría decirse que el futuro ‘adveniente’ está en la esperanza de humanizar al hombre cada vez más, en el crecimiento de la conciencia de su dignidad: “Hagamos al ser humano a nuestra imagen, como semejanza nuestra” (Gn 1,26).

Pero el hombre dotado de libertad por el Padre, puede discernir favorablemente las oportunidades históricas que se le ofrecen o puede también desestimarlas y encerrarse en un círculo de autosu-

ficiencia que no sólo le impide crecer, sino que frecuentemente puede arrojarlo en un abismo de indignidad.

¿De qué sirve entonces, tratar de clarificar el concepto de 'cultura adveniente', en cuanto respecta a la comunicación y a la pastoral?

Fundamentalmente, y en este documento, puede ayudarnos para no llegar a conclusiones apresuradas acerca de la importancia y de la función de la *vertiginosa revolución* en el campo de la informática y de la técnica aplicada a los medios de comunicación social.

Resulta evidente que se están produciendo transformaciones básicas en la organización de las redes de informática y de comunicación, tanto local como mundialmente; en sus niveles de especialización; en la velocidad con la cual la capacitación se vuelve obsoleta; en el grado de tecnificación del proceso informativo y comunicativo... Ante tan importantes transformaciones, podría decirse que una 'nueva cultura' comienza ya a gestarse a partir de una 'nueva comunicación', lo cual es altamente positivo pero tiene también facetas negativas, ya que el hombre podría llegar a ahogarse en un 'mar de mensajes' y, al mismo tiempo, morir de hambre y de sed de verdadera sabiduría, de conocimientos que satisfagan los anhelos del espíritu humano.

Señaladas estas premisas, llegan a la mente algunas frases vitales del prólogo del Evangelio según San Juan: "En el principio era el Verbo, y el Verbo estaba en Dios, y el Verbo era Dios (...) y el Verbo se hizo carne, y habitó entre nosotros (Jn 1,1; 14). Y porque *la esencia de Dios es la comunicación* (comunicación interna de amor entre las tres Personas de la Santísima Trinidad y comunicación externa- con el hombre-, a través de la creación y de la redención), el comunicador es privilegiado por estar llamado a llevar a cabo un trabajo esencial de la Iglesia: la comunicación de la Vida, de un conocimiento de la Buena Nueva y la enseñanza del amor de Jesucristo.

2. El mundo de las comunicaciones en los albores de una nueva era

El siglo XX se despide hablando de Internet, de "autopistas de la información", de correo electrónico, de "navegantes del ciber-

espacio”, de lenguaje virtual, etc. En pocos términos, de un futuro ilimitado en el que, si el hombre no modera y gobierna el uso de los nuevos sistemas, correrá el riesgo de encerrarse, de convivir consigo mismo y con su pantalla de cristal animado, perdiendo aquella específica vocación a la reciprocidad, a la fraternidad universal, a la ‘unidad’ para la que fue creado y que está implícita en el corazón de todo ser humano.

En el siglo XXI crecerán los procesos de globalización, desregulación, privatización, reducción del Estado y liberación del mercado que ya se viven en los últimos años, en todo el mundo. Estos cambios estarán enmarcados en la gran revolución tecnológica que abarcará innumerables campos de la cultura y que configurará un nuevo contexto tecnocultural, en el cual los medios de comunicación tradicionales (prensa, cine, radio, televisión...) tendrán que entrar en la “onda” de una gran revolución técnica, formal y temática.

Y precisamente en este contexto, iniciando el tercer milenio, los comunicadores cristianos tienen la oportunidad de actuar, participando el “mensaje salvífico” a la humanidad, sobre todo para llevar fortaleza, consuelo e iniciativas a quienes representan el rostro sufriente de Cristo. Para dar a conocer a Jesús, “Camino, Verdad y Vida”, fuente del Amor que hace nuevos todos los seres y todas las cosas.

Naturalmente, este mensaje debe ser enviado entre miles de mensajes más, a través de modernos medios de comunicación, lo cual plantea ya algunas dificultades: Las bandas de frecuencia y los canales de emisión están cada vez más saturados y colocan al receptor o perceptor, ante infinitas posibilidades de selección; hay tantos emisores y mensajes, que a las personas les es difícil percatarse de que la “palabra” que deberían buscar es aquella que dé sentido y trascendencia a sus propias vidas. Los canales de comunicación están copados de mensajes sobre el placer, la ideología, los productos comerciales, la propaganda política... y todos quedan tan fascinados por esta profusión de atractivas imágenes, que no se detienen a analizar a dónde pueden llevarlos.

Tan saturados como las frecuencias de radiodifusión y los canales de vídeo están los kioscos de periódicos y de revistas, así como Internet. Alguien ha afirmado que estamos viviendo en la época de

una nueva Torre de Babel, en la que no sólo existen muchos lenguajes sino también una multiplicidad de medios de comunicación.

Dice Mons. John Foley, Presidente del Consejo Pontificio para las Comunicaciones Sociales, en su discurso "La Iglesia y la comunicación en el contexto mundial actual", leído en el ámbito del Primer Congreso de Comunicadores Católicos (*Mar del Plata, 3 a 6 de octubre de 1.996*):

"Algunas personas no escuchan el mensaje de Jesucristo porque no lo buscan; otros no pueden oírlo porque queda ahogado en la cacofonía de miles de mensajes; otros no escuchan el mensaje de Cristo porque se alejan deliberadamente de él. Pero la tragedia es que algunos no acceden a Cristo porque no se lo presentamos, o no lo hacemos claramente o con suficiente fuerza, constancia e imaginación...

El Evangelio de Jesucristo marca la diferencia entre el cielo y el infierno, entre conocer el objetivo de la vida e ignorarlo. El modo como presentemos el Evangelio de Cristo en los medios tiene consecuencias externas para nosotros y para aquellos que escuchen o vean ese mensaje".

3. El comunicador y los desafíos a las puertas del tercer milenio

El mundo de la Comunicación Social, que interesa a toda la Iglesia evangelizadora y misionera, compromete de manera especial a los fieles laicos, directamente insertados en el mundo de las realidades temporales.

Toda comunicación social auténtica, presupone una íntima e ininterrumpida comunicación con Dios, que es la Verdad, y con el mundo que se debe construir en la verdad del hombre y de las cosas, en la justicia, la solidaridad y el amor recíproco.

El comunicador cristiano, hombre o mujer, profundamente insertado en el mundo está llamado a construir una sociedad más justa, más verdadera, aún a costa de "dar la vida" físicamente (como

lo han hecho muchos comunicadores), en la tarea de buscar la verdad y exponerla con claridad.

El laico en mención será siempre aquel que corresponde al *Christifideles Laici*; es decir, al hombre y a la mujer incorporados plenamente en Jesucristo por el bautismo e inmersos de lleno en el mundo, abiertos siempre a las realidades temporales, en busca de la santidad a la cual los llama el Señor.

De hecho la Introducción a la *Christifideles Laici* termina así: “A pesar de todo, la humanidad puede esperar, debe esperar. El Evangelio vivo y personal, Jesucristo mismo, es la ‘noticia’ nueva y portadora de alegría que la Iglesia testifica y anuncia cada día a todos los hombres. En este anuncio y en este testimonio, los fieles laicos tienen un puesto original e irremplazable: por medio de ellos, la Iglesia de Jesucristo está presente en los más variados sectores del mundo, como signo y fuente de esperanza y amor” (ChL 7).

Por otra parte, es importante concebir la comunicación - especialmente en esta época- como una vocación, ya que sólo así se hace ‘exigente’, ‘gozosa’ y ‘siempre nueva’; llena de realismo sí, pero impregnada de fortaleza y de esperanza.

En un momento en el cual el mundo, inmerso en una “cultura de la muerte”, como la ha llamado Juan Pablo II (EV, 28), se desangra por la tristeza, la angustia, la desesperanza, es necesario, es urgente descubrir, exponer y ‘sembrar’ en los hombres y mujeres de todo el planeta, motivos de esperanza y de vida. “En la proximidad del tercer milenio de la redención, Dios está preparando una gran primavera cristiana, de la que ya se vislumbra su comienzo” (RM, 86).

Desde luego, hay que ser realistas y no ocultar los acontecimientos dolorosos y negativos, pero tampoco comunicar exclusivamente la destrucción y la violencia; hay y habrá siempre actitudes excelentes, alentadoras que merecen ser destacadas con alegría. Sí, porque la esperanza va unida necesariamente a la alegría; esa alegría que nace del amor, de la cruz abrazada y amada. Alegría que lleva siempre a la construcción de un mundo nuevo más libre, más justo, más acorde con la dignidad de los hijos de Dios.

Juan XXIII, en los inicios del Concilio Vaticano II, hizo ver los diversos modos de asomarse al mundo, a la humanidad, y señaló cómo los profetizadores de calamidades, que siempre anuncian lo peor, están lejos de atraer y de motivar reacciones y acciones positivas. Frente a estas personas, el Papa Juan invitó a ser “profetas de esperanza”; son ellos quienes comprenden de verdad que el mundo y cuanto en él sucede es don de Dios y dirigen su mirada hacia un ‘más allá’ que para el cristiano es fuente de esperanza.

Esto no significa, de hecho, permanecer ciegos ante las difíciles circunstancias que vive la humanidad, sino aproximarse a ellas con una actitud nueva, diversa, que abre perspectivas y permite la renovación del espíritu, de la mente y de las actitudes, en todo momento y lugar. Ya Pablo hablando en el Areópago de Atenas sobre la “última novedad” de Jesucristo, dijo que el mundo fue hecho por Dios y que “nosotros somos de la raza de Dios” (cf. Hch 17).

Y un comunicador ‘de la raza de Dios’ tiene capacidad para *escuchar* al hombre, asumiendo sus angustias y esperanzas, iluminando su dolor y dando sentido a su alegría. Entonces la comunicación se convierte en un anuncio de Aquel que no vino a condenar sino a salvar, a ser servido sino a servir; en un anuncio de Quien vino para dar la Vida. Porque hoy más que nunca, dadas las condiciones socio-políticas, económicas, culturales... que rodean a la humanidad, es preciso presentar la imagen cercana de Jesús -luz del mundo, Verbo encarnado- que reconcilia a los hombres entre sí y con el Padre. Pero es necesario, además, presentar el rostro de Jesús en el pobre, en el que sufre la marginación, la soledad y el desprecio; y también en el rico que carece de lo más valioso: la vida sobrenatural. Será este rostro de Jesús crucificado, que en el momento máximo de su Pasión grita: “Dios mío, Dios mío ¿por qué me has abandonado?”, el que mostrará la faz transparente de una Iglesia fraterna y creíble, en cuyo seno actúan laicos comunicadores que son evangelizadores y misioneros.

Por otra parte, hoy más que nunca- como lo ha reafirmado constantemente Juan Pablo II-, el hombre busca la verdad con ansiedad, con ardor inusitado. Pero, ¿de qué verdad se trata? ¿Cuál es la verdad que añora la humanidad entera? Un comunicador social tendría que hacer referencia esencial a la verdad. “Yo soy la Verdad”

(Jn 14,5) dijo Jesús. Y también: “Si ustedes permanecen fieles a mi palabra, serán verdaderamente mis discípulos, conocerán la verdad y la verdad los hará libres” (Jn 8, 31-32). La verdad exige ser buscada con pasión, deseada con humildad y *comunicada con sinceridad*; la comunicación de la verdad se opone a la agresividad, a la improvisación del anuncio. Desde luego, hay verdades que se deben dar con realismo y dolor pero siempre con profundo amor y con el respeto que emana de la unidad con quien está en el origen del anuncio. La verdad no se inventa ni se calla; existe y la humanidad debe saberla, mas siempre impregnada de amor, de ese amor que constituye la ley fundamental de la transformación del mundo.

El lenguaje del amor obliga al comunicador a revisar continuamente sus criterios y acciones, a la luz del Evangelio que muestra a “Jesús Comunicador” por excelencia: cómo se acerca a las personas; cómo escucha a todos haciéndose “uno”; cómo dialoga con cada uno; cómo hace comprensible su mensaje, valiéndose de los recursos personales ya que, ciertamente, no contaba con medios técnicos.

Pablo VI ha dicho que “El hombre de hoy escucha más a los testigos que a los maestros, y si escucha a los maestros es porque son testigos” (*Evangelii Nuntiandi*) y ciertamente se trata de comunicar no una ciencia sino una vida, lo cual exige una capacidad y una actitud de silencio, de escucha, de acogida, de serenidad, de humildad, de profundidad interior, todo lo cual permite luego entablar un diálogo concreto y fructífero que conducirá a una auténtica reflexión y a las consecuentes actitudes, favorables para el crecimiento de individuos, pueblos y culturas.

En una época como la actual, cuando la globalización, si no es comprendida y correctamente aplicada, amenaza con despersonalizar, con ‘masificar’ -podría decirse- personas y comunidades, es la comunicación la verdadera generadora de la *comunidad* entre los hombres y los pueblos, entre los hombres y Dios. Y a este respecto, los medios masivos de comunicación social utilizados acertada y oportunamente, acercan y crean una cultura de solidaridad, de fraternidad, favoreciendo la evangelización; no sólo aquella de la palabra y de los cantos sino también la del dolor y el sufrimiento.

Lo anterior supone un uso de la técnica de la comunicación nacida del espíritu de comunión, característico de la Iglesia, y tiende a la creación de una *cultura de comunión*. De hecho, cuando la Iglesia vive profundamente su misterio de comunión y logra expresarse a través de los 'medios' como el Pueblo de Dios *unido*, hace más creíble su existencia y más realizable su mensaje.

El extinto Eduardo F. Cardenal Pironio, decía durante el Primer Congreso de Comunicadores Católicos: "Es una hora providencial para ellos en la Iglesia y en la sociedad. Concretamente están llamados a ser en esta hora, ' los protagonistas de la nueva evangelización'. Corresponde a los Pastores abrir nuevos espacios de participación a los laicos y animarlos en su irremplazable misión en el interior de la comunidad eclesial y en la construcción de la sociedad humana. Ellos tienen una particular y providencial misión en los medios de comunicación social... Los laicos pueden y deben ejercer su sacerdocio real y profético a través de los medios de comunicación..."³

Para concluir estas breves consideraciones sobre *la comunicación y la cultura en el comienzo de un nuevo milenio*, cabe recordar algunos fragmentos del último documento del Concilio Vaticano II, la Constitución Pastoral sobre la Iglesia en el Mundo Moderno (*Gaudium et Spes*, 1.965), especialmente significativo, no sólo con relación a la comunicación humana concebida como "diálogo" permanente (GS 3,21,40,43), sino también como muestra de la evolución del pensamiento de la Iglesia en cuanto a los medios de comunicación social, insertados en una nueva cultura:

"Los nuevos medios de comunicación social, cada vez más perfeccionados, contribuyen al conocimiento de las realidades y a una rápida y universal expansión de ideas y sentimientos" (GS 6).

"Las condiciones de vida del hombre moderno han cambiado tan radicalmente en sus aspectos social y cultural, que hoy se puede ya hablar de una nueva era de la his-

³ E. PIRONIO, *Desafíos de los comunicadores de la Iglesia ante el tercer milenio. Los laicos y el Areópago moderno de la comunicación*, Mar del Plata, Argentina, 3 a 6 de octubre de 1.996.

toria humana. De ahí que estén abiertos nuevos caminos para perfeccionar este estado de civilización y darle una expansión mayor. Caminos que han sido preparados por un avance inteligente en las ciencias naturales y humanas e incluso sociales, por el progreso de la técnica y por el incremento de la organización de los medios que ponen al hombre en comunicación con sus semejantes” (...); la industrialización, la urbanización y los demás factores que promueven la vida comunitaria crean nuevas formas de cultura -cultura de masas-, de las que nacen nuevos modos de sentir, actuar y descansar; al mismo tiempo, el creciente intercambio entre las diversas naciones y grupos sociales descubre a todos y a cada uno con creciente amplitud los tesoros de las diferentes formas de cultura, y así poco a poco se va gestando una forma más universal de la cultura, que tanto más promueve y expresa la unidad del género humano cuanto mejor sabe respetar las particularidades de las diversas culturas” (GS 54).

“En esta educación... no se deben descuidar las ventajas culturales de la situación actual, sobre todo las que provienen de la mayor difusión del libro y de los nuevos instrumentos de comunicación cultural y social, que pueden constituir una gran ayuda a la cultura universal” (GS 61).

“Todo esto exige también que el hombre, conservando el orden moral y la utilidad común, pueda libremente buscar la verdad y declarar y divulgar su opinión, y cultivar cualquier forma de arte. Finalmente, que tenga también el derecho a ser informado de la verdad sobre los acontecimientos públicos” (GS 59).

Dirección de la Autora:
E-mail: sertal@celam.org

CURSOS 1999

**INSTITUTO TEOLÓGICO-PASTORAL PARA AMÉRICA
LATINA - ITEPAL**

**PASTORAL
DE LA MOVILIDAD HUMANA**

mayo 18 – junio 4 de 1999

Objetivo:

Ofrecer una panorámica sobre la Pastoral de la Movilidad Humana, para su adecuada implementación en la Pastoral de Conjunto

Temática y Calendario

mayo 18 – 21: Análisis de la realidad de la Movilidad Humana
mayo 24–28: Doctrina Social de la Iglesia sobre la Movilidad Humana
mayo 31–junio 4: Metodología y Planeación para una Pastoral de la Movilidad Humana

Costo: US\$300,00

Valor que cubre: docencia, material didáctico, almuerzo y transporte.

INFORMES E INSCRIPCIONES

ITEPAL–Instituto Teológico–Pastoral para América Latina
Transversal 67 No. 173–71 / A.A. 253 353
Tels: (57–1) 6776521 – 6774054 – 6706416
Faxes: (57–1) 6714004 – 6711213 – 6121929
e–mail: itepal@celam.org
<http://www.celam.org>
Santa Fe de Bogotá, D.C. – Colombia