

## Sumario

*Ante el nuevo escenario socio-cultural-económico-político y religioso que se abre en nuestro continente, surgen desafíos para nuestras prácticas comunicativas eclesiales. Abí es donde se debe desplegar con audacia, una Teología Latinoamericana de la comunicación. El autor presenta los porqué de una Teología de la Comunicación en clave latinoamericana.*

# Hacer teología de la comunicación desde América Latina

**Dr. Luis Ignacio Sierra Gutiérrez**

*Profesor de Comunicación en la Pontificia Universidad Javeriana de Santa Fe de Bogotá, Colombia.*

“Los hombres son las palabras con las cuales Dios narra su historia”. (E. Schillebeeckx).

**E**ste escrito busca presentar algunas reflexiones desde la perspectiva teológica latinoamericana sobre la comunicación. Algunos puntos que puedan despertar en nosotros nuevos interrogantes y que, a mi juicio, considero imprescindibles y urgentes para la comprensión de este desafiante signo de los tiempos actuales y del milenio adveniente.

El mensaje del S.S. Juan Pablo II en la 31a. Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales, divulgado bajo el tema: “Comunicar a Jesús: el Camino, la Verdad y la Vida” (Jn 14,6), (24 enero 1997), nos invita fervientemente a meditar y actuar no sólo sobre la contribución específica que los medios de comunicación pueden hacer para difundir la Buena Noticia de la salvación en Jesucristo, sino, sobre todo, a una “urgente y eficaz comunicación - también a través de los medios - de una fe vivida que paradójicamente crece al ser compartida”. No podemos pues permanecer ajenos a esta interpelación que nos toca sensiblemente como comunidad de cristianos en este continente. Este texto contribuye en esa medida a apuntalar una reflexión teológica contextual sobre la comunicación en América Latina, bastante necesaria y urgente por cierto.

Y es precisamente dentro del contexto referencial de la última Conferencia General del Episcopado Latinoamericano en Santo Domingo (1992), y de la Instrucción pastoral *Aetatis Novae* (1992), donde quiero inscribir estas reflexiones. Porque en el acontecimiento eclesial de Santo Domingo se exponen con mayor madurez teológica y pastoral los frutos sembrados y recogidos ya en Medellín y Puebla para todo nuestro continente. Y en la *Aetatis Novae* la Iglesia universal se apropia con responsabilidad particular de este signo de los tiempos,

y nos anima a profundizar el sentido de todo lo que se refiere a las comunicaciones y los medios (Cf. Introducción, 3, Conclusión, 22). No quiero con ello desconocer los demás documentos eclesiales que han ido cimentando la labor de evangelización, sino al presuponerlos tratar de ubicarnos en un contexto más cercano. La misión de la Iglesia es evangelizar, así lo enseñó Pablo VI. Evangelización es comunicación, concluyó Puebla en 1979. Cultura es comunicación, afirmó Juan Pablo II en 1984. Y Santo Domingo en 1992 nos alienta como tarea fundamental a hacer “nueva” evangelización para una “nueva cultura”, en articulación efectiva con el mundo de la comunicación.

Todo ello con la convicción de que no podemos seguir expectantes y pasivos, sino que es importante actuar con relación a los procesos de comunicación, que son cultura y evangelización. Porque son “actualmente el camino privilegiado para la creación y para la transmisión de la cultura” (A.N., 13). El reto está ahí y es bien difícil de asumir: ¿cómo anunciar a Jesucristo hoy en la cultura mediática que vivimos? O, como nos interpela el Papa: “¿Podemos reivindicar un lugar para Cristo en los nuevos medios?”.

Este texto entonces intenta recorrer con ese espíritu cuatro partes: en la primera, nos situamos en los desafíos pastorales y resistencias planteados a nuestra cultura cristiana en el documento de Santo Domingo, como nuevo escenario económico-social y cultural-comunicacional latinoamericano. En la segunda parte, no podemos hacer caso omiso de los implícitos e interpelaciones socioculturales que constituyen la preocupación más latente del mundo de la comunicación social en nuestro continente, por ello nos referimos rápidamente a esos nuevos escenarios y nuevas sensibilidades comunicacionales que reconfiguran nuestra cultura en la actualidad. En la tercera parte, buscaremos articular, a partir de la realidad antes descrita, la pertinencia y la relevancia temática de una teología de la comunicación desde América Latina, como discurso legítimo dentro del panorama teológico. Finalmente, insinuaremos algunas repercusiones para una pastoral latinoamericana de la comunicación.

## **1. Desafíos pastorales y resistencias planteados a nuestra cultura cristiana latinoamericana**

En este punto me refiero, de modo particular, a la segunda parte del documento de Santo Domingo, centrada en: "Jesucristo, evangelizador viviente en su Iglesia", la cual se cierra con el capítulo III referido a: "La cultura cristiana". Allí nuestros obispos nos hacen una cálida invitación a reconocer todo el potencial de riqueza soteriológica y comunicacional que encierra una evangelización inculturada:

"La acción de Dios, a través de su Espíritu, se da permanentemente en el interior de todas las culturas... La analogía entre la encarnación y la presencia cristiana en el contexto socio-cultural e histórico de los pueblos nos lleva al planteamiento teológico de la inculturación. Esta inculturación es un proceso conducido desde el Evangelio hasta el interior de cada pueblo y comunidad con la mediación del lenguaje y de los símbolos comprensibles y apropiados a juicio de la Iglesia"(S.D., 243).

"La evangelización, anuncio del Reino, es comunicación, para que vivamos en comunión (cf. 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 su Hijo Jesucristo' (1Jn 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"... 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”... (S.D., 279).

En la misma tónica invitatoria encontramos la Instrucción pastoral *Aetatis Novae* (1992):

“El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad y transformándola - como suele decirse- en una ‘aldea global’. Los medios de comunicación social han alcanzado tal importancia que para muchos son el principal instrumento informativo y formativo, de orientación e inspiración para los comportamientos individuales, familiares y sociales... En este contexto animamos a los pastores y al pueblo de Dios a que profundicen el sentido de todo lo que se refiere a las comunicaciones y a los medios de comunicación y a traducirlo en proyectos concretos y realizables” (A.N. 1- 3).

“Las últimas décadas han sido asimismo el escenario de novedades espectaculares en materia de tecnologías de comunicación. Esto ha implicado tanto una rápida evolución de antiguas tecnologías como la aparición de nuevas tecnologías de telecomunicación y comunicación social... La utilización de los nuevos medios de comunicación ha dado origen a lo que se ha podido llamar “nuevos lenguajes” y ha suscitado posibilidades ulteriores para la misión de la Iglesia, así como nuevos problemas pastorales... En este contexto animamos a los pastores y al pueblo de Dios a que profundicen el sentido de todo lo que se refiere a las comunicaciones y a los medios de comunicación y a traducirlo en proyectos concretos y realizables” (A.N., 2, 3).

Pero no sólo es una invitación la que se nos hace a través de estos documentos, es también un diagnóstico serio, con todas sus exigencias y desafíos, que muestra en qué anda nuestra realidad cultural continental, haciendo eco de continuidad de la línea pastoral comenzada por el Vaticano II, y de aquel “sordo clamor de los

pobres de América Latina” proclamado en Medellín (1968), al igual que el de los “rostros sufrientes de los pobres” descrito por Puebla (31-39), (1979), ofreciéndonos en el capítulo sobre Promoción humana, los “nuevos rostros sufrientes de los pobres” (S.D., 107-110, 178, 219, 221), (1992).

Es desde el ‘espesor de nuestra realidad’, y dentro del diagnóstico de los múltiples desafíos pastorales que nos describe Santo Domingo, en donde necesitamos develar y explicitar una teología latinoamericana de la comunicación.

Esa realidad, con la que tropezamos a diario y que nos interpela dramáticamente desde Medellín hasta Santo Domingo, que nos muestra como continente multiétnico y pluricultural, de culturas originarias, indígenas, afroamericanas y mestizas que en su respectiva identidad son igualmente “semillas del Verbo”, pero que han sufrido además de silencio y olvido, esclavitud brutal y discriminación racial, negación real de acceso a la palabra (S.D. 244 a 247).

Nos presenta también la cruda realidad de la crisis generalizada de valores, la corrupción administrativa, la impunidad, el deterioro creciente de la dignidad humana, la cultura de muerte, violencia, terrorismo, drogadicción y narcotráfico (S.D. 232 a 236). Sobresale, en igual forma, el diagnóstico sobre los desajustes producidos por la cultura moderna y posmoderna donde prevalece el poder masivo de los medios de comunicación, con frecuencia al servicio de contravalores, el olvido y resistencia del hombre moderno frente a la trascendencia, el vacío ético y el individualismo reinante, la incoherencia entre valores del pueblo, inspirados en principios cristianos, y las estructuras sociales generadoras de injusticias, que impiden el ejercicio de los derechos humanos (S.D. 253).

58 Nos describe también la cultura moderna, de la ciudad, de las grandes metrópolis latinoamericanas, rodeadas de periferias de pobreza y miseria, del hombre urbano influido por los medios de comunicación social, dinámico, proyectado hacia lo nuevo, consumista, audiovisual, anónimo y desarraigado (S.D. 252-262). La creciente urbanización cosmopolita con todas sus contradicciones y retos, de avances tecnológicos y bienes de consumo confrontados con vastas periferias de pobreza y miseria, de desarraigo y

desplazamiento (S.D. 255). La interpelante realidad educativa latinoamericana, con la exclusión del acceso a la educación básica, la crisis de la familia como primera educadora, de la Universidad y el proyecto de hombre que está formando, de las relaciones entre educación estatal y educación cristiana (S.D. 267 a 270).

Finalmente, como algo que nos atañe más directamente, los desafíos planteados en materia de comunicaciones, por las nuevas tecnologías, especialmente la televisión, los grandes grupos que concentran la propiedad y producción de los medios masivos, que van imponiendo una cultura que estimula el hedonismo, el consumismo y atropella nuestras culturas con sus valores e identidades (S.D. 280). O dentro de los retos actuales, la necesidad de una evaluación crítica de los medios y su impacto sobre la cultura, la necesidad de favorecer a través de ellos la solidaridad y el desarrollo integral de la persona humana, al igual que el análisis crítico de las políticas y estructuras que subyacen a los medios, o el mismo derecho a la información y la comunicación (A.N., 12, 13, 14, 15).

A esta rápida ojeada de nuestra realidad que nos ofrece Santo Domingo y *Aetatis Novae* hay que agregar, sin duda en las postrimerías de este siglo, la atmósfera de modernidad inconclusa y posmodernidad inducida en la que se hallan inmersas nuestras diferentes culturas.

América Latina ha vivido varias veces la realidad de la incomunicación y la violencia que ésta conlleva. Las luchas entre aborígenes, conquistadores y colonizadores sin duda marcaron la fatalidad de ricas y diversas culturas autóctonas. Se silenciaron los lenguajes aborígenes y se adoptó por la fuerza y dominación otro lenguaje y otras expresiones culturales. Más tarde, las luchas de liberación y la proclama de las nuevas repúblicas se hicieron desde el lenguaje de las castas y las élites ilustradas sin un real consenso y participación de las comunidades geopolíticas implicadas; a la primera distanciaci3n y silencio se a1nadi3o uno nuevo desde el interior de nuestro mestizaje que hizo imposible nuestro reconocimiento tanto en el interior de un mismo pa3s como en el conglomerado de pa3ses latinoamericanos donde no encontramos todav3a lazos de uni3n, solidaridad, reconocimiento y pertenencia. Una tercera ola se vive y en ella los medios masivos de comunicaci3n, las doctrinas for3neas asumidas ac3riticamente, la nueva dominaci3n de los centros

internacionales del poder económico, adición hecha de nuestras luchas internas contra la corrupción política, bloquean nuevamente nuestros lazos potenciales de comunicación e integración. Se hace patente el reclamo urgente por una nueva práctica comunicativa emancipadora, liberadora y pacifista... Como un eco de los viajes de Colón, hace quinientos años, la violencia, el silencio, y la soledad de las víctimas de los conquistadores en América latina, todavía se escucha como un grito de reclamo de una mejor comprensión recíproca en el concierto de las naciones.

Como si fuera poco, vivimos en la actualidad un clima marcado por la fragmentación y relativización de los discursos de toda índole, donde el intercambio, el diálogo, la participación, llamado a ser el protagonista en la era de las comunicaciones, ha quedado limitado a pequeños grupos sin capacidad de decisión. Esta situación ha generado un gran vacío, dentro del mundo globalizado, en el campo del pensamiento y la cultura. En la misma proporción que ha crecido el optimismo tecnológico lo ha hecho el pesimismo cultural. Todo bajo el signo predominante de la ausencia o vacío de Dios, con su contrapartida de búsqueda confusa y acuciosa. De un neoliberalismo reinante pregonado como el único modelo económico capaz de superar la crisis, no obstante los altos costos sociales y la multiplicación exponencial de la pobreza. De un control centralizado del sistema de medios que atenta contra la pluralidad e identidad cultural, con un desarrollo tecnológico que ofrece perspectivas antagónicas de inclusión elitista y exclusión de inmensas mayorías.

En fin, el desencanto generalizado ante las grandes promesas de nuestra sociedad, el descrédito e incredulidad ante posibles utopías de cambio social por construir una sociedad más humana, justa, democrática y solidaria. Donde el esteticismo suave, *light*, el consumismo atosigante, la minimización de todo pareciera ser la salida, ahogando grandes aspiraciones porque está demostrado que no podemos cambiar la realidad. Dentro de este panorama, como fenómeno típico importante de la posmodernidad, la cultura de la imagen con todas sus implicaciones éticas, y sobre la cual escucharemos más adelante importantes reflexiones.

Como podemos darnos cuenta, se trata de un nuevo escenario, someramente esbozado, que nos exige cambios en nuestras prácticas



comunicativas eclesiales, que nos exige una actitud de apertura para adecuarnos a nuevas realidades, un renovado espíritu evangelizador. Escenario por demás desafiante en donde debe desplegarse una teología latinoamericana de la comunicación.

## **2. Nuevas sensibilidades y nuevo escenarios comunicacionales**

Contrastante con esa realidad está el horizonte dinámico y creativo del trabajo de investigación comunicacional en el continente, con reconocimiento a escala mundial, el cual no podemos ignorar en sus múltiples interpelaciones e implícitos socio-culturales.

Sobresale en los investigadores más destacados del continente su interés por dejarse cuestionar por la realidad más que por las teorías y por rediseñar radicalmente la investigación en comunicación. Según uno de los más sobresalientes, Jesús Martín Barbero, por ejemplo y para no extenderme citando a otros igualmente significativos, hoy es imposible entender lo que pasa en la investigación latinoamericana de la comunicación, por fuera de las recreaciones y rupturas de lo social, por fuera del vaciado de significación que sufre nuestra democracia o de la sintomática centralidad de las comunicaciones en los proyectos de privatización, de la absorción de la esfera pública por los medios masivos. Se vive y se siente hoy día la necesidad del “desplazamiento del concepto de comunicación al concepto de cultura. Desplazamiento de un concepto de comunicación que, como bien señala Barbero, sigue atrapado en la problemática de los medios, los canales y los mensajes, a un concepto de cultura que nos permita pensar los nuevos procesos de socialización. Es decir, los procesos a través de los cuales una sociedad se reproduce, esto es sus sistemas de conocimiento, sus códigos de percepción, sus códigos de valoración y de producción simbólica de la realidad. Se trata de pensar los procesos de comunicación hoy no desde las disciplinas, sino desde los problemas y las operaciones del intercambio social”.

Se trata también de pensar la riqueza que encierra la pluralidad, la heterogeneidad cultural de nuestros países. Somos un continente de oralidad y de imagen visual viva, de polisemia de significaciones,

del verbo, la imagen y la palabra fluida. Somos, un continente de una identidad comunicacional múltiple, rica y variada. Por eso se trata de entender ahora la nueva reconfiguración de los estudios de comunicación en el continente en torno a tres énfasis: 1º La comunicación es cuestión de cultura, de culturas y no sólo de ideologías. 2º La comunicación no es sólo cuestión de aparatos, de estructuras, sino también y principalmente de sujetos, de actores sociales. 3º La comunicación es cuestión de producción, y no sólo de reproducción.

Con ello se abre el panorama hacia nuevas sensibilidades, nuevos escenarios comunicacionales, entre los cuales sobresale: 1º El desordenamiento y descentramiento de lo cultural, a partir de la hibridación y el mestizaje producido por el universo audiovisual, particularmente la televisión, sobre todo en las culturas populares urbanas y sus procesos de migración y fragmentación. 2º La asimilación del discurso político al modelo de comunicación que propone especialmente la televisión. 3º Las nuevas socialidades o nuevos modos de 'estar juntos' en los nuevos escenarios urbanos, donde se entretejen diferentes imaginarios: de jóvenes, de espacios, de acontecimientos, de 'no-lugares', etc. 4º La recepción y usos sociales de medios y el consumo cultural, indagando lo que la comunicación tiene de intercambio entre sujetos socialmente construidos para construir-destruir el tejido comunicativo de la democracia. Y algo también muy importante, desglosado por Barbero, el reencantamiento del mundo a través del medio masivo como elemento fundamental del contacto religioso, de la celebración religiosa, de la experiencia religiosa.

Este, es muy rápidamente esbozado y sin profundizar, un panorama de la investigación en comunicación en nuestro continente.

### **3. ¿Por qué una Teología Latinoamericana de la comunicación?**

62

Sobre ese telón de fondo, a nuestro juicio indispensable, inscribimos este interrogante aparentemente insulso pero bastante comprometedor, válido sin duda para cualquier contexto humano, pero particularmente significativo para nosotros. Porque la respuesta a este interrogante no puede equivaler a otra cosa que responder a

la razón de ser y fundamento último de la comunicación humana, sin la cual no existiría la más remota posibilidad de expresión para el hombre en general.

Esta teología no puede disociarse de la fibra de nuestra realidad continental. No podemos olvidar que la manera como la Iglesia quiere afrontar los graves problemas que nos acosan en el continente es a través de su misión evangelizadora. Así nos lo han señalado particularmente Puebla y Santo Domingo. Esta misión se realiza mediante un empeño de comunión y participación, empeño en el cual los medios de comunicación cumplen un papel fundamental de mediación. Sin embargo, esa convicción de fe de establecer una Iglesia de comunión y participación, no centra su misión en esos medios sino que radica en el fondo en la fe trinitaria y cristológica que la sustenta. Así se expresa Puebla:

“Después de la proclamación de Cristo que nos ‘revela’ al Padre y nos da su Espíritu, llegamos a descubrir las raíces últimas de nuestra comunión y participación. Cristo nos revela que la vida divina es comunión trinitaria. Padre, Hijo y Espíritu viven, en perfecta intercomunión de amor, el misterio supremo de la unidad. De allí procede todo amor y toda comunión, para grandeza y dignidad de la existencia humana... La Evangelización es un llamado a la participación en la comunión trinitaria” (D.P. 211 - 218).

Santo Domingo por su parte, es muy explícito cuando dice:

“La Evangelización, anuncio del Reino, es comunicación, para que vivamos en comunión (cf. 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 su Hijo Jesucristo’ (1Jn 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 “ (S.D., 279).

Ahora bien, para que se haga realidad la comunión humana de la Iglesia, es preciso comprender en qué forma puede ocurrir en los hombres la participación de la vida trinitaria. Dicho de otra forma, no se puede pretender que los cristianos vivamos en comunión y participación verdadera, sino en la medida en que en nosotros se opere la misma comunión y participación trinitaria. Esta afirmación un tanto utópica y extraña, no es otra cosa que uno de los elementos centrales de la doctrina cristiana: la de la divinización del hombre, es decir, la posesión de la gracia divina. El fenómeno por el cual tenemos acceso a la divinidad no sólo para establecer una relación estrecha con el ser divino, sino que nos permite lograr una misteriosa simbiosis por la cual participamos realmente de la vida divina como sabemos que Jesús, Dios, participa realmente de nuestra humanidad.

Teológicamente hablando, podemos decir, que el cristiano transformado por la gracia, comienza a pensar y a entender el mundo y la realidad como los entiende Dios. “El entendimiento divino es el Verbo, la Palabra del Padre, la Sabiduría del Padre; entendimiento divino que en cuanto comunicado al hombre, es la Palabra encarnada o espacio-temporalizada; es Jesús de Nazareth. Por consiguiente, estamos afirmando que la gracia ocurre por una filiación en el Hijo encarnado”.

64 De esta forma, el cristiano queda constituido trinitariamente: su estructura óptica es de comunión y esa misma realidad le adviene por participación. Toda la esencia del cristiano, podríamos decir, es comunión y participación. En ese sentido, la labor evangelizadora de la Iglesia no es otra que pretender la participación trinitaria, que muchos cristianos constituidos por la comunión y la participación, transformen la realidad eclesial del continente al establecer una verdadera comunidad nacida de la comunión trinitaria participada en los cristianos y ejercida en la entrega total de sí y en el amor indisoluble entre los hermanos del mismo Padre.

En este contexto, una teología de la comunicación, se legitima, justifica, y resulta del todo pertinente, porque como proceso de profunda significación y comunión, tiene su punto de origen y culminación en el misterio mismo de la Trinidad divina. Es en la vivencia íntima de Dios, donde en último término, la comunidad humana tiene su máxima realización, la razón más profunda de su existencia, la cual, teológicamente expresada, no es otra cosa que la aspiración a una vivencia plena, profunda, eterna, de comunicación con Dios. Por consiguiente, una reflexión teológica sobre la comunicación resulta completamente pertinente en la medida que sea una reflexión sobre la comunicación humana hecha "a la luz de la revelación divina". Y en ese sentido, la teología cristiana no sólo tiene la posibilidad sino que está calificada para pronunciar una palabra legítima acerca de la comunicación basada en el hecho de que ella es el discurso del sentido absoluto y último (escatológico) de todas las cosas, esto es, el Dios que se nos ha revelado en Jesucristo.

Ambas realidades, teología y comunicación, se implican mutuamente, es decir, la teología resulta incomprensible y se desvirtúa radicalmente si no se entiende como la reflexión sobre el máximo don de autocomunicación amorosa de Dios a la humanidad en su Hijo por el Espíritu. Y a su vez, toda comunicación humana resulta trunca, instrumentalizada, sin sentido y banal si no alcanza su plenitud máxima de expresión y significatividad en el misterio trinitario de comunión y comunicación de Dios.

Así pues, reflexionar o intentar una teología de la comunicación, equivale, en el fondo, a plantearnos la realidad que siempre ha gobernado y gobernará la historia de todos los tiempos, expresada en estos términos por el Maestro Eckhart: "Si Dios es realmente Dios, entonces él es lo más comunicable de todo". El Verbo encarnado de Dios nos manifiesta toda la significación divina del lenguaje, como Palabra de Dios que llama y convoca el mundo a la existencia. En tal sentido la encarnación del Verbo de Dios es la norma de cualquier acción o expresión que pretenda ser significativa para los hombres.

Según la fe cristiana, el acercamiento y la comunión entre los hombres es el fin primero de toda comunicación, que tiene su origen y modelo supremo en el misterio de la eterna comunión divina del

Padre, del Hijo y del Espíritu Santo que existen en una misma vida divina.

Es precisamente “a la luz de” ese misterio de intercomunicación trinitaria como podemos iluminar desde la fe todos los procesos comunicacionales de la humanidad. Es “a la luz de” ese infinito misterio de comunicación encarnada como podremos insertarnos en un proceso de auténtica evangelización inculturada. No hay otro camino de acceso al misterio de la Trinidad más que la revelación histórica. El hombre nunca hubiera llegado a descubrir la intimidad de Dios si éste no se hubiera manifestado (comunicado) y revelado en la historia humana. Porque es al interior de la dinámica vida trinitaria, de comunión y comunicación vivificantes, fuente y vida de toda comunicación humanamente posible, como podemos entender la teleología misma de la comunicación.

La comunicación así, desde su vertiente más genuina, es decir, la vertiente trinitaria, hasta la expresión humana más banal y corriente, resulta ser *locus theologicus* de manifestación y revelación de la voluntad salvífica de Dios para toda la humanidad. Este *locus theologicus* se cristaliza y encarna en las culturas nuestras de cada día, en los diferentes procesos de significación y mediación de construcción de sentido del devenir humano. De ahí que una teología de la cultura sea ante todo una teología de la comunicación, y una reflexión teológica sobre la comunicación no sea otra cosa que la reflexión sobre el misterio de comunión (comunicación) de Dios con la humanidad, hecho cotidianidad expresiva en cada cultura.

En la autocomunicación plena, libre, gratuita y bondadosa de Dios con el hombre encuentra todo su sentido el hombre mismo en su cotidiano quehacer significativo. El ser del hombre no puede aislarse del ser comunicativo, por tanto, no puede aislarse de la esencia misma de Dios.

66 “La historia humana y el conjunto de relaciones entre los hombres se desarrollan en el marco de esta comunicación de Dios en Cristo. La historia misma está destinada a convertirse en un tipo de palabra de Dios y la vocación del hombre consiste en contribuir a ella de forma creadora, viviendo esta comunicación constante e ilimitada del amor

reconciliador de Dios. Estamos llamados a traducir esto en palabras de esperanza y en actos de amor, es decir, mediante nuestro modo de vida. En consecuencia, la comunicación debe situarse en el corazón de la comunidad eclesial” (A. N. 6).

Por ello la comunicación en general, pero de modo particular la comunicación interpersonal, la comunicación social, la comunicación democrática y participativa, se constituyen en la actualidad en nuevo signo de los tiempos que debemos leer e interpretar “a la luz de” la fe cristiana. En esta “sociedad de la información”, de globalización de las comunicaciones, de las redes y flujos ópticos de información, los miembros de la Iglesia estamos llamados a interpretar y transformar la realidad con ojos de fe y fuerza de amor. Estamos llamados a modelar nuestra realidad en la comunidad comunicativa de Padre, del Hijo y del Espíritu Santo (DP.1308).

La Trinidad es pues el fundamento teológico de toda comunicación para todas las culturas. En ella se cumple ejemplarmente el principio de toda comunicación: el bien es esencialmente difusivo: se proyecta más allá de Sí, sin dejar de ser Ella misma, precisamente por ser amor, comunión y comunicación, ágape (1Jn 4, 8, 16b; Jn 17, 21). Sólo tenemos acceso al misterio íntimo de Dios por su autorevelación que es autocomunicación progresiva. La Trinidad significa que el Dios de la fe cristiana no es solitario, sino comunitario. Armoniza la unidad con la pluralidad, la identidad con la alteridad personal. Aparece así por primera vez una concepción dialogal de la divinidad en sí misma.

De allí deriva toda su fuerza e inspiración eclesial la labor de inculturación del evangelio. Porque, “sólo en una dinámica radical de inculturación -cuyo fundamento, arquetipo y prototipo es el misterio de la encarnación de Jesucristo- es posible anunciar la buena nueva de salvación en la historia”. Expresado esto en términos de la propuesta del teólogo canadiense Bernard Lonergan, la comunicación inculturada es una función especializada del quehacer teológico de hoy, con un triple dinamismo, que sólo nos limitamos aquí a enunciar:

- 1º La constitución de la comunidad y la promoción del bien humano integral son los objetivos de toda acción comunicativa auténtica.
- 2º La comunicación orienta la autoconstitución de la Iglesia cristiana como comunidad específica y su compromiso de servicio en el mundo actual.
- 3º La comunicación se ubica como la función teológica que orienta la construcción del bien humano integral y de la comunidad cristiana.

“En este momento hay que tener en la comunicación del evangelio un espíritu pluralista que no considere que su tarea consiste en pedir a la gente que renuncie a su propia cultura; hay que partir de la cultura de ellos y buscar los caminos y medios para hacer de esa cultura concreta un vehículo de comunicación del mensaje cristiano”.

El Documento de Trabajo preparatorio de la Conferencia de Santo Domingo en su numeral 544 nos ilustra perfectamente al respecto: “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. La evangelización es un proceso de comunicación y la cultura es el fruto de la comunicación entre personas. Uno de los nuevos espacios para evangelizar es el de los agentes de los medios de comunicación social, así como una de las tareas imprescindibles es la de inculturar la fe en el lenguaje de estos medios” (DT-SD 544).

68 Dentro de esta reflexión es preciso llamar la atención sobre el carácter de intermediación instrumental con el que suele entenderse, aún en los medios oficiales de la Iglesia, la comunicación social, es decir, como el instrumento técnico para hacer conocer una idea, para transmitir o difundir un mensaje. Pero no se trata de eso, sino de enfatizar la participación divina por la gracia y la comunicación como realidades que a nivel de teología trinitaria tienen una estrecha cercanía. Dios trino es constitutivamente comunicación y expresión, esto es necesaria e intrínsecamente relacional; por eso la comunicación en Dios es su misma realidad trinitaria: por el Padre que es todo



comunicación, el Hijo que es Palabra eterna del Padre y el Espíritu como consumación de esa comunicación total.

“Por consiguiente, la naturaleza esencialmente comunicativa del hombre no es una característica adquirida por circunstancias inesperadas, sino que se trata del constitutivo óntico último del hombre en razón de su semejanza con un Dios que todo Él es comunicación, participación y comunión”.

Resumiendo, se hace teología de la comunicación no anunciando el Reino como quien transmite verbalmente un mensaje, sino como quien testimonia una realidad vital. “En tal sentido la comunicación social al servicio de la comunión y de la participación significa primordialmente que los hombres adquieran la gracia por la cual se constituyen verdaderamente semejantes al Dios Trino, constituidos por la autocomunicación y autoexpresión vital, base esencial de la participación y de la comunión con todos los hombres, con el mundo y, por supuesto, con el mismo Dios”. Es decir, considerando la comunicación humana como lugar teológico en el que se revela el rostro trinitario de Dios, su proyecto salvífico liberador.

No confundiendo la teología de la comunicación con una teología exclusivamente de los medios de comunicación, ni con la cuestión puramente instrumental mediadora para la predicación o la liturgia.

En fin, teniendo en cuenta la comunicación como una opción, un esfuerzo, un proceso y un resultado de compartir significación y valoración dentro de una comunidad humana que reproduzca la comunidad trinitaria que culmina en el amor por la entrega total de las personas, por la donación total de sí mismo a los demás y en ellos a Dios.

A medida que crece entre los hombres la verdadera comunicación, la presencia del Espíritu se hace visible y se anuncia el Reino de Dios, donde la comunicación será plena. Por eso, la comunicación se presenta estrechamente ligada al mensaje y a la tarea de la Iglesia, ya que ella es esencial para el amor entre los hombres y los pueblos. De ahí que, creer en la Trinidad y tratar de

reproducir la comunidad trinitaria en América Latina, no sea solamente, para la inmensa mayoría de pobres que conforma el continente, profesar la verdad dogmática y procurar entender sus términos, sino que se trata de la realización existencial del misterio de comunión que ayude a las personas a vivir su humanidad de una forma más plena y libre... ¡Cuánto debemos cambiar la realidad personal y social para que sea un sacramento de la santísima Trinidad!... Como bien lo ha resumido el teólogo brasileño Leonardo Boff, “la santísima Trinidad es nuestro programa social”.

#### **4. Repercusiones para una pastoral de la comunicación**

De los planteamientos anteriores se pueden derivar varias repercusiones para una pastoral de la comunicación en América Latina. Insinuemos tan sólo algunas sobre la manera como los cristianos pueden realizar su misión comunicadora en el continente.

La misión evangelizadora de la Iglesia acontece en tres dimensiones pastorales principalmente: Por la diaconía, la Iglesia se comunica con la sociedad de todas las culturas, mediante un servicio de solidaridad al más pobre y de comunicación profética. Por el *kerygma*, la Iglesia comunica la Palabra evangelizadora para que el pueblo pueda actuar de la manera que Dios quiere. Por la liturgia, que es comunicación en sí misma, la Iglesia celebra la fe de su pueblo. Es el punto de llegada y de partida de toda comunicación evangelizadora. Por eso,

- El cristiano ha de dedicarse explícitamente a producir signos efectivos de comunión y participación, como expresión profunda de su ser personal y comunitario, como factualización de su participación en la vida trinitaria por la cual el cristiano es don-de-sí.
- El cristiano se constituye vitalmente como evangelizador, no solamente por cuanto hace vivo el mensaje evangélico, sino sobre todo por cuanto la realidad esencial de la evangelización que es la participación trinitaria se constituye

en una realidad histórica y no en una simple aspiración o en una doctrina teológica meramente teórica.

- El cristiano ha de asumir el ejercicio de la comunicación social como “ministerio” específico al servicio de la comunión y la participación evangelizadoras en el continente.
- Los medios como tales son importantísimos dentro de la labor evangelizadora, pero no son lo principal en el fenómeno de la comunicación cristiana. Existe siempre el riesgo de mantenerse únicamente en la adquisición, obtención o utilización de medios, descuidando la comunicación de la fe, de la gracia y de la comunión cristiana. Primero es necesario poseer qué comunicar, no solamente un mensaje doctrinal sino sobre todo una vivencia de comunicación, participación y comunión.

Por tanto, creemos que hacer teología de la comunicación desde América Latina, es sentirnos interpelados por el ‘clamor’ que brota de las mayorías que sufren pobreza, desplazamiento, violencia, terror, guerrilla, paramilitarismo, por todas aquellas organizaciones populares que reclaman un interlocutor democrático que les escuche y valore en su dignidad de hijos de Dios.

- Es leer e interpretar en clave de fe salvífica y liberadora, en clave de comunión participante, la multiplicidad de signos, símbolos y significaciones culturales en todos sus matices y descubrir allí la voz, la imagen, el rostro y el mensaje de la Trinidad divina.
- Es alentar y estimular las pequeñas y grandes experiencias de interlocución, diálogo y participación que se viven sin estridencias en el seno familiar y en otras instancias de la vida cotidiana. Es celebrar el amor, la amistad, el ‘compadrazgo’, la tertulia y la convivialidad como expresiones de fraternidad, regocijo y solidaridad humanas.
- Es reconocer en la producción, circulación y recepción de innumerables mensajes el sentido de la vida joven que renace en las nuevas generaciones.

- Es reconocer y aprovechar las nuevas mediaciones que pone a nuestro alcance la tecnología de la información, para facilitar y agilizar el proceso de inserción real en la comunión trinitaria.
- Es hacer de la comunión y participación cotidianas la mejor representación humana de la realidad de vida comunicacional intratrinitaria, modelo de cualquier sociedad humana.
- Es compartir significación, sentido y creencias en medio del rico mestizaje de nuestras culturas.

Todo ello implica retomar efectivamente nuestra compleja y plurifacética realidad socio-cultural de un continente en emergencia de interlocución participativa y democrática. Pero implica a la vez, cuestionar y revalorar el papel de los medios masivos como distorsionadores de nuestros genuinos valores culturales. Implica también, la valoración de nuestra tradición oral, icónica, sonora más primigenia, encarnada en mitos, leyendas, cuentos, músicas, folclor, historias de vida, narrativas diversas construidas durante siglos con la riqueza del sentido común y la lógica popular, desde nuestros ancestros indígenas hasta las más pintorescas formas actuales de religiosidad popular.

Implica valorar el derecho real a la palabra participativa, comunitaria, a la imagen digna, a la sonoridad festiva y bullanguera de nuestros pueblos, a las diferentes expresiones comunicativas gestuales, corporales, escritas y orales de nuestro realismo mágico, como interlocución con el creador y la creación. También a través de nuestras significatividades locales, regionales, culturales, se hace presente el Verbo divino entre nosotros. Implica de la misma forma, reconocer la lucha de nuestros pueblos por su auténtica liberación sociocultural-económica-religiosa de modelos foráneos que pretendan anularla en su singular creatividad expresiva. Implica abrirse al progreso y avance de la ciencia moderna, particularmente en lo referente a las nuevas tecnologías de la información, con sentido de participación social. Implica, por último, el reconocimiento del surgimiento de nuevas significaciones, nuevas narrativas, nuevas sensibilidades, nuevas visualizaciones de nuestro diario acontecer

como tematizaciones discursivas de nuestras raíces ancestrales, de nuestra "latinoamericanidad".

Todos estos son, sin duda, serios desafíos a nuestro quehacer pastoral en el campo de la comunicación. ¡Tenemos urgencia de inculturar la evangelización de manera efectiva! ¡Toda evangelización es comunicación, pero no toda comunicación es necesariamente evangelizadora!

## Bibliografía

ALESSANDRI, HERNÁN, *Hacia una teología de la comunicación*. DECOS-CELAM, Bogotá, 1988.

BELTRAMI, ARNALDO, Comunicación, cultura y evangelización, *Culturas y Evangelización*, Comp.: Pablo Suess, ed. Abya-yala, Quito, 1992, p. 47 a 59.

BOFF, LEONARDO, "Trinidad" en: *Mysterium Liberationis-Conceptos fundamentales de la Teología de la Liberación*, vol. I, Ed. Trotta, Madrid, 1990, p. 513-530.

CELAM, *Documentos de Medellín (1968), Puebla (1979), Santo Domingo (1992)*.

\_\_\_\_\_, *Teología de la cultura*, CELAM-SEPEC, Bogotá, 1989.

CONCILIO VATICANO II, *Decreto Inter Mirifica*, BAC, Madrid, 1963.

GUTIERREZ, M., & NEIRA, G. La comunicación inculturada como función de la Teología, *Theologica Xaveriana*, (117), ene-marzo 1996, p. 35-63.

IDIGORAS, J. L., *Vocabulário Teológico para a América Latina*, Ed. Paulinas, São Paulo, 1983.

JUAN PABLO II, S.S. "Comunicar a Jesús: el Camino, la Verdad y la Vida". Mensaje en la 31a. Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales. Roma, 24 enero de 1997.

LONERGAN, BERNARD, *Método en Teología*, Sígueme, Salamanca, 1988.

MARDONES, JOSÉ MA., Posmodernidad y fe cristiana, *Revista Renglones-ITESO*, (34), México, 1996.

- MARTINEZ, FELICÍSIMO, *Teología de la comunicación*, BAC, Madrid, 1994.
- MUNERA, ALBERTO, Comunicación en la Iglesia, *Theológica Xaveriana*, (74), enero-marzo, 1985, p. 83-103.
- PÉREZ, GABRIEL J., Aspecto ético de la posmodernidad. Las dimensiones comunicacionales de la ética posmoderna y sus implicaciones para una evangelización inculturada, *Revista Javeriana*, (630), Santa Fe de Bogotá, nov-dic, 1996, p. 403-416.
- PONTIFICIO CONSEJO PARA LAS COMUNICACIONES SOCIALES. *Instrucción pastoral AETATIS NOVAE, Una nueva era*, Ed. Paulinas, Madrid, 1992.
- SIERRA, FRANCISCO, *Una filosofía de la comunicación. Inédito*, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá, 1993.
- URANGA, WASHINGTON, "Evangelizar es comunicar", en *Vida, clamor y esperanza. Aportes desde América Latina*, Paulinas, Bogotá, 1992.
- A.AVV., OCIC-AL, UCLAP, UNDA-AL. *Nuevos rostros para una comunicación solidaria*. SCC, Quito, Ecuador, 1994.
- JUAN PABLO II, S.S. Comunicar a Jesús: el Camino, la Verdad y la Vida. 31a. Jornada Mundial para las Comunicaciones Sociales, Roma, enero de 1997.
- CELAM, SANTO DOMINGO. *CONCLUSIONES de la IV Conferencia General del Episcopado Latinoamericano*, octubre 12 a 28 de 1992. CELAM, Bogotá, 1992, p. 143 a 164.
- CODINA, V., "Nuevos rostros en Santo Domingo", en *Nuevos rostros para una comunicación solidaria*, Quito, 1994, p. 29.
- PODETTI, J. RAMIRO, La posmodernidad, un reto a la evangelización inculturada, *Revista Javeriana*, (630), nov-dic.1996, p.377.
- BARBERO, J.M., Comunicación fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?, *Revista Telos*, (47), Madrid, sept-nov., 1996.
- \_\_\_\_\_, Perder el objeto para ganar el proceso, *Revista Signo y Pensamiento*, (18), Universidad Javeriana, Bogotá, 1991, p. 21 a 29.
- \_\_\_\_\_, La comunicación un campo de problemas a pensar, en: *Revista Colombia: Ciencia y Tecnología*, Vol. 11, Nº 2, abril-junio 1993, p. 3-9.

BARBERO, J.M., *Secularización, desencanto y reencantamiento mass-mediático, en: Pre-textos. Conversaciones sobre la comunicación y sus contextos.* Ed. Universidad del Valle, Cali, 1995, p. 177-192.

Dirección del Autor:  
lisierra@javercol.javeriana.edu.co