PASTORAL Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

I. CAMBIOS Y VALORES

Hay muchos estudios acerca de la influencia que los medios de comunicación social ejercen en las personas. A base de ver estos medios sin discernimiento, el ser humano se siente modificado a nivel social, cultural y moralmente.

I) La socialización

1) Un mundo nuevo

Los sociólogos y los psicólogos están de acuerdo en afirmar que la humanidad ha entrado en una fase evolutiva que, debido a su rapidez, extensión y profundidad de cambios, no tiene parangón con los tiempos anteriores.

El sociólogo alemán FERDINAND TÓNNES, en su obra Gemeinschaft un Gesellschaff (Comunidad y sociedad), al detenerse en la psicología de la voluntad, señala el paso de la humanidad de la Comunidad- fundada en lazos naturales de sangre, lugar y mentalidad común, que duró hasta la Edad Media -, a la Sociedad o reagrupamiento artificial de individuos que van desde la voluntad abstracta y pensamiento calculador hasta unas relaciones basadas ante todo en intereses.

El histórico Inglés ARNOLD TOYNBEE, en su obra Panoramas de la historia, al comparar los desarrollos de las civilizaciones, propone la teoría de la Pammixia(=promizcuidad cultural), que verificada anteriormente a escala reducida en las civilizaciones pasadas, se verifica hoy a escala mundial. Según esta teoría, los aspectos de coherencia original, característicos de élites creadoras, promueven cambios internos en las masas proletarias y externos en los pueblos sometidos. No integran las diversas culturas religiosas, ideológicas, literarias, artísticas..., sino que buscan algo híbrido entre la cultura económica dominante y la dominada

El sociólogo americano DAVID RIESMAN, en su libro La muchedumbre solitaria, pone especial acento afirmando que el elemento determinante de los cambios sociales radica en que antes el hombre estaba inserto en un grupo social estable. Después tuvo que adaptarse a circunstancias cambiantes de ambiente y finalmente, a lo que conocemos hoy como el fenómeno de la socialización.

Juan XXIII, en la encíclica Mater et Magistra afirma:"...La multiplicación progresiva de las relaciones de convivencia, y sus diversas formas de vida y de actividad asociada, y la institucionalización jurídica, privada o pública es uno de los aspectos típicos que caracterizan a nuestra época".

2) La encíclica señala las causas próximas, las exigencias remotas y la realizaciones de esta socialización: "El hecho encuentra su fuente de alimentación en muchos factores históricos, entre los que cabe enumerar los progresos científicotécnicos, una mayor eficacia productiva y un más alto nivel de vida en los ciudadanos. Y todo esto es fruto de la tendencia natural de los hombres a asociarse. De esta forma han nacido grupos, movimientos, asociaciones, instituciones con finalidades económicas y sociales, culturales, deportivas, recreativas, profesionales, políticas tanto a escala nacional como mundial".

En otros términos: Atrás quedan los tiempos en los que los hombres pasaban su existencia sumidos en grupos cerrados y primarios (familia, clan, pueblo).

Las relaciones interpersonales se van ampliando cada día más.

3) Aspectos particulares

Los sociólogos y psicólogos reducen a cinco estos aspecto nuevos:

a) Dinamización de la vida asociada

Se pasa no solamente de mundos y culturas cerradas a un mundo abierto a un mundo condensado y en evolución continua. Desaparecen diferencias y relaciones entre sexos, edad, clases sociales y culturales; modos de expresión, artes, usos y costumbres,

comportamientos privados y públicos, instituciones, las mentalidades cambian hoy en pocos años más que en siglos durante la Edad Media, o en milenios en las épocas remotas.

b) Publicación de todos los acontecimientos

Se observa la rápida reducción del ámbito de la vida privada y la dificultad enorme de mantener un secreto, a veces el más sagrado por causa de la invasión de los medios de comunicación social: información periodística, espionaje, foto con teleobjetivos...,todo lo que tenga visos de noticia aparece en público.

Por otra parte se observa la progresiva reducción de acciones personales que tengan consecuencias, salvo en la esfera privada. De aquí que la moral antigua, que se centraba en los pecados personales y casi nada en los pecados sociales sea hoy un anacronismo

c) Nivelación de las costumbres

La información instantánea y universal proponen e imponen modelos de comportamiento comunes a todos. Tanto en el campo como en la ciudad hay cosas comunes como la lectura de prensa, la hora de los telediarios, la discoteca, las tiendas, las modas...

Igualmente de dirige todo a una nivelación de las lenguas: en el plan nacional desaparecen los dialectos y en el internacional prevalece el inglés. Por todas artes se viste el blue jeans, y las relaciones y diversiones juveniles son casi idénticas en todas partes.

d) Aculturación global-informal

En la cultura tradicional oral y escrita, los ciudadanos recibían el conjunto de la ciencia, los valores y los modelos de comportamiento(la educación) a través de instituciones conocidas por todos: la familia, la escuela y la Iglesia. Lo impartían todo. De ahí nacía el respeto psicológico espontáneo de los alumnos hacia los profesores y padres.

La imprenta de Guttenberg cambió este estado de cosas (libre examen, libertad de opinión); pero los medios de comunicación social han terminado con revolucionarla del todo. Todo se pone en crisis gracias a su autoridad.

e) Sociedad opinional-pluralista

En la sociedad rural y pueblerina, lo poco que se sabía provenía casi siempre de experiencias directas. La enseñanza producía "creencias", fáciles de mantener en ambientes cerrados. Hoy, superadas y abolidas las experiencias directas, y proveniente la enseñanza de la información de los medios de masa mediante la noticia, no se reciben los conocimientos en directo sino mediatizados por quien informa. De aquí surge la facilidad de manipular y modelar por parte de los promotores o informadores las opiniones y los comportamientos del público.

De las antiguas sociedades sustancialmente homogéneas, fundadas en creencias, se ha pasado a la sociedad de hoy opinional-plaralista. Si antes, cuando la conversión de Clodoveo se convertían los Francos, hoy el peso determinante recae sobre la opinión pública.

d) Ambivalencia cultural y moral

¿ Qué juicio merece este mundo "socializado" actual? La encíclica Mater et Magistra da la clave de este universo socializado: "Está claro que la socialización aporta muchas ventajas. Hace actual la satisfacción de muchos derechos de la persona ,especialmente los económico-sociales, como son, por ejemplo, el derecho a los medios indispensables para una instrucción, cuidados sanitarios, la formación profesional adecuada, la casa, el trabajo, el descanso conveniente y el recreo. Además, a través de la

organización recta de los medios de difusión del pensamiento - la prensa, el cine, la radio, la TV y ¿el Internet? - se permite a cada persona tomar parte en los acontecimientos humanos a escala universal.

Y a continuación enumera los inconvenientes: Al mismo tiempo, sin embargo, la socialización multiplica las formas organizativas y hace cada vez más precisa la reglamentación jurídica las relaciones entre los hombres de cada sector. Por consiguiente, restringe el radio de acción de la libertad de los individuos; efectivamente, emplea medios, sigue métodos, crea ambientes que hacen difícil que cada uno piense independientemente de los influjos externos, trabaje por iniciativa propia, ejerza sus propias responsabilidades que afirmen y enriquezcan su persona.

La misma encíclica se plantea la pregunta y responde:

...¿Se deberá concluir que la socialización, al crecer en amplitud y profundidad, puede reducir necesariamente a los hombres a autómatas? Es una pregunta a laque se debe responder negativamente.

La socialización no se considera como el producto de fuerzas naturales que obran determinísticamente: por el contrario, es creación de todos los hombres, seres conscientes, libres y responsables, aunque en su trabajo tengan que respetar las leyes del desarrollo económico y del progreso social y no puedan sustraerse del todo a la presión del ambiente. Por eso sostenemos que la socialización puede y debe realizarse de modo que se extraigan de ella todas las ventajas posibles y alejar de ella los reflejos negativos.

II. LOS APOCALÍPTICOS Y LOS INTEGRADOS

¿Llegan a ser los hombres personas más libres con los medios de comunicación?

Las respuestas a este interrogante divide a los sociólogos, pedagogos y moralistas en "apocalípticos e integrados". Los primeros ven en los medios la ruina de la cultura y

de toda civilización auténtica; los segundos ven solamente ventajas y algunos pequeños peligros

1) Los puntos de su acusación

No todos parten de los mismos intereses, ni de los mismos aspectos de los medios de masa. Algunos parten de intereses psico-sociológicos (a-d), otros de intereses ético-morales-religiosos(e-g). Es más; algunos miran más bien los productos deteriorados que ofrecen; otros ven estos mismos productos decadentes provenientes de la naturaleza misma de los medios; finalmente, otros se fijan en el sistema económico o político con el cual trabajan. He aquí los más importantes:

- a) Infantilismo. Debido a su modo de comunicar, los medios atrofian el psiquismo superior de los receptores: inteligencia, voluntad, libertad y responsabilidad; y a hipertrofiar el psiquismo inferior, propio de inmaduros, infantil suscitando en ellos sueños, intereses fútiles, estados emotivos que los alejan de la realidad de la vida y de las propias responsabilidades.
- b) Comportamientos gregarios. No respetan la dignidad de la persona porque acentúan los instintos en los receptores y las reacciones gregarias, propias de las masas(fenómenos de sugestión colectiva) y porque las comunicaciones son unidireccionales. Y de este modo no es posible el diálogo social y se agrava la incomunicación que reina hoy en la sociedad.
- c) Tiempo libre. Por sus contenidos ligeros y poco comprometidos, los medios tienden a invadir todo el tiempo libre de los receptores, apartándolos de la lectura, estudio, deporte, hobbies..., y acostumbrándolos al pasivismo y, en algunos casos, hasta el abandono de los propios deberes familiares, profesionales. sociales y religiosos.
- d) Masscult-Midcult. Los medios causan una degradación general de la cultura. Por su técnica y economía favorece la producción de programas no para élites, sino para las masas. Aquí la cantidad y la calidad son inversamente proporcionales. No existe, en

general, un estudio serio personal de la programación, sino una simple curiosidad frívola; no piensan en una ciencia seria sino en nociones aproximadas, no auténticas y en espúreas experiencias estéticas. Buscan la nivelación de todos en la mediocridad.

- e) Relativismo escéptico. Lo que les importa a los promotores es tener grandes ganancias económicas. Por eso evitan una toma de postura comprometida, todo problema que se preste a la controversia. Lo reducen todo a lo opinable, a noticias sensacionalistas. De aquí nace el peligro del relativismo, indiferentismo y escepticismo. Los diez Mandamientos, película de C. B. DE MILLE se reduce a un espectáculo pirotécnico que no moleste a nadie.
- f) Ejemplaridad vulgar. Los promotores buscan siempre temas y argumentos agradables que lleven al espectador a vivir bien, y resaltan el divismo de la belleza, deporte, éxito económico, éxito en la canción sin tener en cuenta para nada temas honestos, temas sobre genios, héroes y santos.
- g) Escala inmoral. Los promotores desarrollan temas violentos, torpes, anarquía moral y civil confiriendo a sus protagonistas la aureola de la gloria.

2) Las benemerencias

Aunque no nos situemos totalmente en la tendencia de los integrados, sin embargo hay que admitir que los medios de masa pueden ser buenos para experiencias espirituales, pastorales y educativas.

- a) Divertimento. Acercan a las clases menos pudientes a diversiones que antes eran monopolio de los ricos. Ayudan a relajarse y a tomar parte en el ocio y pasatiempos para descansar de las muchas fatigas diarias.
 - b) Instrucción básica. Se vence el analfabetismo y se abre una cultura para todos.
- c) En la didáctica. Ayudan a la instrucción escolar y profesional en todos los niveles con ahorro de trabajo y de tiempo. Por consiguiente, contribuyen al progreso económico-técnico y favorecen a las clases menos protegidas.

- d) Democracia. También pueden hacer posible la vida democrática en los países reduciendo el colonialismo político-económico-cultural. Además, con la información se rompe el aislamiento mental y permite que los hombres se sientan todos ciudadanos del mismo mundo
- e) Cultura icónica. Al comunicar mediante sonidos e imágenes, se equilibran los excesos de cierta cultura "lógica", propia anteriormente de clases privilegiadas, y se abre a todos la posibilidad de acercarse a las artes figurativas o musicales.
- f) Todo el mundo próximo. En el plano ético- religioso, todos los hombres y pueblos se convierten en prójimo haciendo que vivan la solidaridad y la caridad cristiana.
- g) A todas las gentes. Por primera vez en la historia de la Iglesia se hace posible la evangelización a todas las gentes y hasta los confines de la tierra.
- h) La Iglesia :"noticia". Con los medios es posible que la Iglesia esté presente y sea noticia en directo para todo el mundo.

III. Para un juicio objetivo

La oposición entre apocalípticos e integrados no debe maravillarnos. Siempre hay pesimistas y optimistas.

1) Pueblo, y no "masa"

En el siglo XIX, el término "masa" se concibió al principio como algo amorfo, magmático, imprevisible y peligrosamente inestable.; la "masa" era esencialmente la "masa bruta", pronta a seguir a demagogos y las órdenes que estos difundieran. A continuación se desarrolló la línea llamada "psicología de las masas"

La mayoría de los intelectuales burgueses no ocultan sus preocupaciones y el temor de que la llegada de las masas pudiera mandar al traste el orden constituido y la cultura tradicional. La experiencia de la Comuna de París de 1871 se cita como ejemplo pavoroso de los impulsos destructivos de las masas. Para otros, sin embargo, el término "masa" tuvo una connotación positiva.

Pio XII precisó la diferencia entre "pueblo" y "masa". "Pueblo y multitud amorfa, o como suele decirse, "masa" son conceptos distintos. El pueblo vive y se mueve con vida propia; la masa es de por sí inerte y se mueve solamente por factores externos. El pueblo vive de la plenitud de la vida de los hombres que lo componen, y cada persona es consciente de la propia responsabilidad y convicciones. La masa , por el contrario, espera el impulso desde fuera.

2) Las dos culturas

Los apocalípticos son hombres de letras y filósofos, amantes de la comunicación verbal-escrita y de la tradición cultural greco-latina. Sienten alergia ante los medios de comunicación social.

Los integrados, formados principalmente por sociólogos y antropólogos, piensan que la cultura es el conjunto de todo lo que, en una sociedad determinada, se ha adquirido, aprendido y transmitido. Comporta la totalidad de la vida social: desde los medios técnicos hasta sus instituciones; desde las formas de vivir, pensar y actuar hasta las expresiones más elevadas de las actividades del espíritu. Así tiene sentido la cultura personal.

El Vaticano II, en la Gaudium et Spes, hay un capítulo dedicado a la cultura. Da su definición así:" Con el término genérico de cultura se indica todo aquello con lo que el hombre afina y desarrolla sus innumerables cualidades espirituales y corporales; procura someter al mismo orbe terrestre con su conocimiento y trabajo; hace más humana la vida social, tanto en la familia como en toda la sociedad civil, mediante el progreso de las costumbres e instituciones; finalmente, a través del tiempo formula, comunica y conserva en sus obras grandes experiencias espirituales y aspiraciones, para que sirvan de provecho a muchos; más aún, a todo el género humano.

De ahí se sigue que la cultura humana lleva consigo necesariamente un aspecto histórico y social, y que la palabra "cultura" asume con frecuencia un sentido sociológico y etnológico. En este sentido se habla de la pluralidad de culturas. Estilos de vida diversos y escalas de valor múltiples encuentran su origen en la manera particular de servirse de las cosas, de trabajar, de expresarse, de practicar la religión, de comportarse, de establecer leyes e instituciones jurídicas, de cultivar las ciencias, las artes y la belleza. Así, las costumbres recibidas forman el patrimonio propio de cada grupo humano. Así también es como se constituye un medio determinado histórico, en el cual se inserta todo hombre de cualquier nación o tiempo y del que saca los valores que le permitirán promover la civilización".

ETICA O DEONTOLOGÍA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
Algo realmente interesante es que sepas criticar los medios de comunicación cada vez que falten a la ética o a la moral. En el estudio y desarrollo de estos temas tenemos presente las ideas y documentos de la Iglesia. Desde ella y a través de ella llegamos a vivir y a difundir su mensaje en familia y en la escuela o ambientes en los que se desenvuelve nuestra vida.

El primer capítulo o tema ha sido una visión general acerca de los medios. Hay puntos que se prestan para la educación en el hogar y en la clase.

Principios

"Toda formación, si es objetiva, tiene su fundamento en la moral. El aspecto moral de cualquier noticia no debe transgredirse. El informador digno de este nombre no debe oprimir a nadie, sino buscar la comprensión de los más desfavorecidos y sugerir los remedios y trabajar positivamente." (Miranda prorsus).

El arte y la moral

Para usar rectamente los medios de comunicación social es absolutamente necesario que aquellos que los emplean, conozcan las normas de la ley moral y las observen en esta campo. Tengan presente el contenido transmitido por estos medios y consideren todas las circunstancias- como el fin, las personas, el lugar, el tiempo- en los que se realiza la misma comunicación respeten el valor moral.

Es necesario que todos los comunicadores se formen una conciencia recta sobre el uso de estos medios, sobre todo en cuestiones controvertidas en nuestros días. Una de estas cuestiones es la información, es decir, la busca y difusión de noticias. No cabe duda de que la información ha llegado a ser muy útil y necesaria. El ejercicio de este derecho exige que la comunicación sea veraz y tenga presente la justicia y la caridad, y respete las leyes morales, los derechos y la dignidad del hombre.

La segunda cuestión se refiere al arte y a las normas de la ley moral. El Concilio Vaticano II que el primado del orden moral objetivo debe respetarse absolutamente por todos ya que sólo él supera y armoniza todos los otros órdenes humanos, sin hacer excepción del arte.

La exposición, la descripción o la representación del mal moral pueden indudablemente servir para un conocimiento más profundo y análisis del hombre, ilustrar y exaltar el esplendor de la verdad y del bien mediante efectos dramáticos adecuados. Sin

embargo, si pueden dañar a las almas o fomentar el desorden de las pasiones del hombre, se deben evitar(**Inter Mirifica**)

PORNOGRAFÍA Y VIOLENCIA EN LOS MCS

Cambio de los valores humanos

La Iglesia ha tratado en otros documentos este tema, aunque fuera de paso. Pio XII se refiere a ella en varias ocasiones. En 1942 habló a los miembros de la Acción Católica Italiana sobre la corrupción de la moralidad en ciertos escritos y representaciones. Para combatirla propuso la creación y la promoción de un tipo de literatura, cine y teatro que pudiesen educar en las costumbres e ideas sanas sin dejar de ser atrayentes e interesantes.

El 18 de septiembre de 1951, al hablar de la educación sexual a los padres y soldados de Francia, el Papa subrayó los peligros de la pornografía. En otra ocasión dijo a los escritores católicos que expresaran con vigor y firmeza su indignación contra los escritos pornográficos que corrompen a la juventud y a los adultos.

La Inter Mirifica (decreto del Concilio Vaticano II sobre los medios de comunicación social) dice que el primado del orden moral objetivo debe respetarse absolutamente por todos, sin hacer una referencia específica a la pornografía y a la violencia.

Pablo VI, al dirigirse a los miembros de la Unión Internacional de Agentes de distribución de Prensa y Editoriales, dijo que la pornografía provocada por el laxismo creciente del periodismo moderno es una violación de la dignidad espiritual y de la moralidad de la conciencia, así como una violación de los valores sagrados y humanos. La pornografía es como una droga venenosa que penetra lentamente en todos los niveles de la sociedad y en particular en el mundo de la juventud, cuya fuerza de voluntad no está plenamente madura. La empresa pornográfica es muy peligrosa que se extiende por gente sin conciencia...que falsean la representación de la vida humana.

Documento del Consejo Pontificio de las Comunicaciones Sociales sobre la pornografía y la violencia (7 de mayo de 1989).

1. Introducción

1.1. El cambio de los valores humanos

1. Recientemente ha habido en el mundo un cambio radical en la percepción de los valores morales que comportan cambios profundos en la manera de pensar y de actuar de las personas. En este proceso, los medios de comunicación han jugado y continúan haciéndolo un papel importante en los individuos y en la sociedad, ya que introducen e incitan a nuevos estilos de vida.

- **2.** Algunos de estos cambios expresan aspectos positivos Hoy, como ha observado recientemente el Papa Juan Pablo II, la primera nota positiva está permeada por la toma de conciencia de la dignidad de cada ser humano.
- **3.** Muchos cambios, sin embargo, han ido a peor. Juntamente con abusos, ha habido nuevas violaciones de la dignidad humana y de sus derechos, de sus valores y de los ideales cristianos. Los medios de comunicación son, en parte, los responsables.
- **4.** Los medios se han empleado con un plan contrario al del Creador y se han convertido en ruina y en daño para el hombre.
- **5.** Entre los desarrollos alarmantes de estos años existe un crecimiento cada vez más marcado por la pornografía y la violencia gratuita en los medios. Los libros y las revistas, las grabaciones, el cine, el teatro, la televisión, el video, los anuncios publicitarios y las mismas telecomunicaciones ofrecen a menudo escenas de violencia y de permisivismo sexual que exalta la pornografía y que son moralmente inaceptables.
- **6.** La exaltación de la violencia y la pornografía son actitudes ancestrales de la experiencia humana, manifestadas en la dimensión más baja de la naturaleza herida por el pecado. A medida que aumenta la confusión de las normas morales, las comunicaciones han hecho accesibles la pornografía y la violencia a un vasto público, incluidos los jóvenes y niños. Esta degradación era propia de los Países ricos, pero mediante los medios de comunicación también ha llegado a los países en vías de desarrollo corrompiendo los valores morales.
- 7. Los medios de comunicación pueden ser instrumentos efectivos de unidad y de mutua comprensión y, por otro lado, pueden convertirse en vehículos de una visión deformada de la existencia, de la familia, de los valores religiosos y éticos; en una visión no respetuosa de la auténtica dignidad y del designio de la persona humana. En particular, en diversas regiones del mundo, los padres han expresado su preocupación comprensible

sobre los filmes, los videos y los programas televisivos que pueden ver sus hijos, las grabaciones que pueden oír y las publicaciones que pueden leer. Los padres no quieren que los valores inculcados en familia se anulen por producciones deplorables a través de los medios de comunicación social.

1.2. Objetivo del documento

8. Este documento quiere ilustrar los efectos más graves de la pornografía y de la violencia en los individuos y en la sociedad, y quiere indicar las causas principales del problema tal y como están hoy. Buscará los remedios para quienes se ocupan profesionalmente de la comunicación, los padres, loe educadores, el público, las autoridades civiles y eclesiales, los organismos religiosos y los grupos pertenecientes al sector privado.

2. Efectos de la pornografía y de la violencia

9. La experiencia diaria confirma que los estudios realizados en el mundo sobre los efectos negativos de la pornografía y de la violencia son ciertos.

Se entiende por pornografía- en los medios - la violación del derecho a la privación del cuerpo humano en la naturaleza masculina o femenina. Esta violación reduce la persona humana y el cuerpo humano a un objeto anónimo destinado al abuso por motivos de concupiscencia; la violencia se presenta como una llamada a los bajos instintos, acciones que son contrarias a la dignidad de la persona y que evocan una gran fuerza física ofensiva y a menudo pasional..

10. Nadie puede considerarse inmune a los efectos degradantes de la pornografía y de la violencia...Los niños y los jóvenes son particularmente vulnerables y

expuestos a ser sus víctimas. La pornografía y la violencia envilecen la sexualidad, pervierten las relaciones humanas, esclavizan a los individuos, en particular a las mujeres y a los niños, destruyen el matrimonio y la vida familiar, inspiran comportamientos antisociales y debilitan la fibra moral de la sociedad.

- 11. Es evidente que uno de los efectos de la pornografía es el pecado. La participación voluntaria en la preparación y difusión de estas producciones dañinas debe considerarse como un serio mal moral. Estos productos no deberían existir no hubiera un mercado que lo pide.
- 12. Dejar a menudo a los niños ante escenas violentas puede causarles turbación, incapaces todavía de distinguir claramente entre fantasía y realidad. La violencia condiciona a las personas impresionables, especialmente a los jóvenes hasta el punto de verla como aceptable, normal y digna de imitarse.
- 13. Se ha dicho que hay un lazo entre pornografía y violencia sádica; cierta pornografía es violenta en su expresión y en su contenido. Los que miran o leen producciones de este tipo, corren el riesgo de transferir estas cosas al comportamiento y pueden llegar a perder todo respeto a los otros, que son hijos de Dios y hermano o hermana de la misma familia humana. El lazo entre pornografía y violencia comporta implicaciones particulares para las personas que sufren enfermedades mentales.
- 14. La pornografía "soft core" tiene efectos desensibilizantes, sofocan el sentido moral de los individuos hasta el punto de volverlos personal y moralmente insensibles frente a los derechos y a la dignidad de los otros.

La pornografía, como la droga, crea dependencia y lanza a los individuos a buscar producciones cada vez más excitantes y perversas, "hard core".

La probabilidad de comportamientos antisociales aumentará con el desarrollo de este proceso.

- 15. La pornografía favorece fantasías y malos comportamientos. Compromete el desarrollo moral de la persona y las relaciones sanas y maduras, especialmente en el matrimonio y en la vida familiar, en donde la confianza recíproca, la lealtad y la integridad moral en pensamientos y acciones son de gran importancia.
- 16. La pornografía obstaculiza el carácter familiar de la auténtica sexualidad humana. En la medida en que la sexualidad se considera como frenética busca la satisfacción individual más bien que expresión de un amor permanente en el matrimonio. La pornografía aparece como factor capaz de minar la vida familiar en su totalidad.
- 17. Y lo que es peor, la pornografía actuará como agente estimulante y de refuerzo, una especie de cómplice indirecto en casos de agresiones sexuales graves y peligrosas, secuestros y asesinatos.
- 18. Uno de los mensajes fundamentales de la pornografía y de la violencia es el desprecio de los demás, considerados como objetos más bien que como personas. Así la pornografía y la violencia sofocan la ternura y la compasión cayendo en la indiferencia y en la brutalidad.

3. Las causas del problema

19. Una de las causas fundamentales de la difusión de la pornografía y de la violencia en los medios parece ser la propagación de una moral permisiva basada en la búsqueda, a cualquier coste, de la satisfacción individual. A esto se añade un desesperado vacío moral, que hace del placer de los sentidos la única felicidad que pueden tener los seres humanos

- **20.** Un cierto número de causas inmediatas contribuye al crecimiento de la pornografía y de la violencia en los medios. Entre éstas recordamos:
- la sed de lucro o ganancia. La pornografía es una industria provechosa.

Algunos sectores de la industria de las comunicaciones han cedido a la tentación de explotar la debilidad humana, principalmente de la juventud y de mentes impresionables, con el fin de sacar beneficios de la producción pornográfica y violencia. La industria de la pornografía forma parte de la criminalidad organizada;

- argumentos banales y arbitrarios: La libertad de expresión impone- según algunos -, una cierta tolerancia con la pornografía, aunque vaya en detrimento de la salud moral de los jóvenes y del derecho de cada uno a la privacidad y a un ambiente de decencia pública. Aluno dice que el mejor modo de combatir la pornografía es legalizarla. Estas argumentaciones se proponen alguna vez a grupos minoritarios que no se adhieren a los valores morales de la mayoría y que no reconocen la parte de responsabilidad de cada derecho. El derecho a la libertad de expresión no existe. La responsabilidad pública que promueve el bien moral de la juventud, el respeto a la mujer, a la vida privada y a la decencia pública, indica claramente que la libertad no puede equipararse con la licenciosidad;
- la falta de leyes diligentemente formuladas o la ineficaz aplicación de leyes que ya existen para proteger el bien común, y de modo especial la moral de la juventud:
- la incertidumbre y la apatía por parte de muchas personas a veces también miembros de la comunidad eclesial- que erróneamente se consideran extraños e incapaces de poner remedio al fenómeno de la pornografía y de la violencia en los medios.

4. ¿Cómo afrontar el problema?

4.1. Consideraciones generales

21. La difusión de la pornografía y de la violencia a través de los medios de comunicación ofende a los individuos y a la sociedad, y crea un problema urgente que requiere respuestas reales por parte de los individuos t de las comunidades. El legítimo derecho a la libre expresión y al libre intercambio de informaciones se debe respetar, pero al mismo tiempo, el derecho de cada uno, de las familias y de la sociedad a la vida privada, a la decencia pública y a la protección de los valores fundamentales de la vida.

4.2. Los sectores operativos de la comunicación social

- **22.** Se nos proponen siete sectores operativos y sus respectivos deberes que hay que cumplir en esta materia: los medios, los padres, los educadores, los jóvenes, el público, las autoridades civiles y la Iglesia, y los grupos religiosos.
 - a) Los profesionales de la comunicación
- 23. Sería injusto afirmar que todos los medios de comunicación y todos los comunicadores están metidos en este tráfico horrible. Muchos comunicadores se distinguen por sus cualidades personales y profesionales; asumen las propias responsabilidades aplicando fielmente las normas morales y tienen un gran respeto el bien común. Su compromiso merece nuestra admiración y nuestro aliento.

Pedimos que estos comunicadores formulen y apliquen en los medios y en la publicidad códigos éticos inspirados en el bien común y orientados al desarrollo del género humano.

Estos códigos de comportamiento son necesarios sobre todo para la TV, ya que lleva las imágenes directamente a casa en donde los niños pueden encontrarse solos y sin control. Un autocontrol real es siempre el mejor control, y la autoreglamentación de los medios puede ser la primera y la mejor línea de defensa contra quienes quieren corromper la misma comunicación y la sociedad con la producción de programas pornográficos y violencia.

b) Los padres

24. Los padres deben redoblar sus esfuerzos para una formación moral completa de los niños y de la juventud. Esto comporta una actitud sana con respecto a la sexualidad humana, basada en el respeto a la dignidad de cada persona en cuanto que es hoja de Dios y en la castidad y en la autodisciplina. Una vida familiar ordenada en la que los padres deben ser fieles practicantes y totalmente entregados el uno a la otro y a los hijos, constituirá la escuela ideal para la formación en valores humanos sanos.

En la actualidad, los niños y los jóvenes necesitan ser educados en la elección de programas y en llegar a ser usuarios bien informados de los medios. En este campo, los padres pueden influir en sus hijos con el ejemplo; su pasividad y su permisividad ante los medios puede ser fuente de malentendidos dañinos para los chicos. Es de particular importancia para los jóvenes el ejemplo que los padres sepan darles con el testimonio de su amor mutuo y la ternura en el matrimonio, así como la disponibilidad para discutir con los propios hijos con amabilidad los temas que interesen Hay que recordar que en el campo de la formación se logra más con la persuasión que con la prohibición.

c) Los educadores

25. Los principales colaboradores de los padres en la formación moral de los jóvenes son los educadores. Las escuelas y los programas educativos deben promover e inculcar los valores éticos y sociales para garantizar la humanidad y el sano desarrollo de la familia y de la sociedad.

Entre los programas de educación en los medios son de particular importancia los que conducen o llevan a la formación en los jóvenes de una actitud crítica y la capacidad de discernimiento en el uso de la TV, de la radio y de los otros medios, así como capacitarles para que resistan las manipulaciones evitando una escucha y visión meramente pasiva ante los programas.

Es también necesario subrayar la importancia que tiene la escuela en el respeto por la persona humana, el valor de la vida y la integridad moral personal.

d) La juventud

26. Los mismos jóvenes pueden contribuir a que desaparezca la pornografía y la violencia en los medios respondiendo positivamente a la iniciativas de los padres y de sus educadores y asumiendo la responsabilidad de las propias decisiones morales y y elección de diversiones.

e) El público

27. El público también lograr que voz se oiga, individual y colectivamente. Los ciudadanos, incluidos los jóvenes, tiene el deber de dar a conocer su punto de vista a los productores, a los agentes comerciales y a las autoridades públicas. Es urgente mantener un diálogo entre los comunicadores y los representantes del público, así como con aquellos que trabajan en los medios para que estén al corriente de la exigencias e intereses de los usuarios.

f) Las autoridades civiles

28. Los legisladores, los administradores y los juristas están llamados a responder al problema de la pornografía y de la violencia en los medios. Las leyes sanas deben promulgarse en donde haga falta, y las leyes ambiguas deben aclararse y la existentes aplicarse.

Así como la producción y distribución de material pornográfico presenta implicaciones internacionales, habría que tomar acciones para controlar este tráfico insidioso a nivel regional, continental y mundial. Los que ya han tomado estas iniciativas merecen todo el respeto, la ayuda y la enhorabuena.

Teniendo en cuenta cuanto se ha dicho sobre los efectos negativos de la pornografía y de la violencia, se impone una conclusión: El bien común se siente amenazado por estas producciones porque se distribuyen sin mesura, sin restricción o reglamentación.

Las autoridades públicas deben sentirse obligadas en afrontar el problema donde exista y prevenirlo allí en donde no haya llegado todavía.

g) La Iglesia y los grupos religiosos

29. Responsabilidad prioritaria de la Iglesia es la clara y constante enseñanza de las verdades morales fundamentales, incluida la moral sexual. En un tiempo de permisivismo y de confusión acerca de los valores morales, la voz de la Iglesia debe ser profética, aunque la consideren como signo de contradicción

La llamada ética de la satisfacción inmediata individual está diametralmente en oposición con la plena e integral realización de la persona humana. La educación a la vida familiar y a la inserción responsable en la vida exige la formación en la castidad y en la autodisciplina. Al contrario, la pornografía y la violencia gratuita tienen a ofuscar la imagen divina reflejada en cada persona, debilitan el matrimonio y la vida familiar y acarrean graves daños a los individuos y a la sociedad.

La Iglesia debe unirse a otras iglesias, denominaciones y grupos religiosos para enseñar y promover este mensaje. También debe empeñar a las instituciones y a sus ministros para asegurar una formación en el uso de los medios de masa y en el papel en la vida individual y social. Hay que reservar una atención especial a los padres en este campo.

Por esta razón la formación en los medios forma parte de los programas educativos de las escuelas católicas, así como programas de formación para religiosos, religiosas e institutos seculares, programas de formación permanente para sacerdotes y encuentros parroquiales para jóvenes y adultos.

5) Conclusión

40. En conclusión, un acercamiento meramente condenatorio o de censura por parte de la Iglesia respecto a los medios no es ni suficiente, ni apropiado. Al contrario, la Iglesia debe estar en continuo diálogo con los comunicadores conscientes de su responsabilidad para animarlos en su misión y para sostenerlos donde sea necesario.

Los comunicadores católicos y sus organizaciones profesionales, que tienen un conocimiento específico de la materia, invítense a que desarrollen un papel clave en este diálogo.

- **41.** Evaluando conscientemente las producciones y las publicaciones, segú los principios claros de la moral, los críticos y las organizaciones católicas ofrecerán una preciosa asistencia a los profesionales de la comunicación y a las familias. Las orientaciones expresas sobre la pornografía y la violencia, existentes en muchos documentos, merecen una atención y una aplicación sistemática.
- **42.** Este documento está dirigido a las familias, que han expresado su preocupación, y a los Pastores de al Iglesia, para invitarlos a una reflexión cada vez más profunda sobre la naturaleza de un problema de la pornografía y de la violencia. Tened

en cuenta lo que decía san Pablo:" No os dejéis vencer por el mal, sino venced el mal con el bien." (Rom 12,21)

Ciudad del Vaticano, 7 de mayo de 1989, XXIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales.

John P. Foley, Presidente

Mons. Pierfranco Pastore, Secretario

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA IGLESIA DE AFRICA

Exhortación apostólica post-sinodal del Papa Juan Pablo II

(14 septiembre 1995)

El 6 de enero de 1989 el Papa Juan Pablo II convocó una "asamblea especial para el Sínodo de los obispos africanos", celebrada en Roma desde el 10 de abril

al 8 de mayo de 1994 con el tema "La Iglesia en Africa y la misión evangelizadora hacia el año 2000.

Después de este Sínodo del continente africano se publicó esta Exhortación apostólica, firmada por el Papa Juan Pablo II en Yaoundé (Camerún) el 14 de Septiembre de 1995 en el curso de su viaje apostólico a Africa. La preparación de la asamblea romana en los diversos niveles de la Iglesia africana se centró en cinco temas: uno de estos era la Comunicación social. Se trataba por segunda vez, tras el Concilio Vaticano II, de que una asamblea oficial de la Iglesia afrontara a este nivel un tema semejante.

En fase de preparación, las diversas partes de Africa estaban interesadas en la globalidad de este campo: desde los medios tradicionales a los del grupo y a los medios de masa. Este interés se refleja tan sólo en parte en el documento final en algunos párrafos que hablan de la Comunicación en general.. En la estructura general del documento encontramos, después de una Introducción (Capítulo 1), una Panorámica histórica que concluye con los Problemas actuales de Africa (Capítulo II), seguidos de una serie de capítulos sobre: Evangelización e inculturación (Capítulo III), Los desafíos actuales y la familia (Capítulo IV), Los agentes y la estructuras de la evangelización en Africa (Capítulo V), la Construcción del Reino (Capítulo VI), La misión hacia el tercer milenio (Capítulo VII y Conclusión).

Los medios de masa se mencionan en la sección de "Los problemas actuales de la Iglesia en Africa" (46-52), en la que, además de deplorar "la intromisión de los medios" y su fuerte influencia en las naciones africanas, se enumeran una serie de cuestiones relativas a la necesidad de una evangelización más profunda con la que se puedan superar la divisiones, los problema familiares y vocacionales y las dificultades sociales y políticas (52). "Los medios de comunicación social" se mencionan de nuevo en el capítulo sobre la Evangelización e inculturación (71), precedido de algunas consideraciones te tipo teológico. La exigencia de evangelizar los medios de masa se asocia a la obligación de los evangelizadores de entrar en este "nuevo" mundo y "hacer de ellos un buen uso".

La necesidad de formar a los participantes en el proceso de comunicación es urgente en una cultura oral como la africana. Esto se dice en el capítulo sobre la proclamación(57-58), sobre el diálogo (65-67), en poder decir la palabra o voz los que no la tienen (70). Todo esto puede llevarse a cabo con los medios de comunicación, llamados a ser medios de evangelización que unan a los individuos y a la sociedad.

La Comunicación social aparece más claramente en el capítulo sobre la Construcción del Reino como medio para "comunicar la Buena Nueva" (122-126). Desde Jesucristo, el Comunicador por excelencia, la comunicación <<ad intra>> se ve como condición esencial para una buena comunicación <<ad extra>>(122). Las formas tradicionales de comunicación no deberían jamás menospreciarse (123). Los medios de comunicación sirven para propagar "lo bueno, lo verdadero y lo bello" y deben convertirse en vehículos de evangelización. Y para ello hace falta una formación profesional adecuada (124). La Iglesia debe tener en cuenta todos los obstáculos que se oponen al uso de los medios tradicionales y modernos por parte de los pueblos africanos sin ninguna excepción (125). Hay que llevar a cabo una estrecha colaboración y coordinación en el sector de los medios en todos los niveles (126).

Invasión de los medios de masa

52. Finalmente, la Asamblea especial se ha preocupado de los medios de comunicación social, cuestión de enorme importancia ya que se trata, al mismo tiempo, de instrumentos de evangelización y de medios de difusión de una nueva cultura que necesita ser evangelizada. Los Padres sinodales se han adentrado en el hecho de que los países en vía de desarrollo, más que transformarse en naciones autónomas, preocupadas por la participación en los bienes y servicios destinados a todos, se han convertido en anillos de un mecanismo y de un engranaje gigantesco. Esto se aprecia en el campo de los medios de comunicación social ya que no tienen en cuenta las prioridades y los problemas propios de estos países, ni respetan su fisonomía cultural, sino que al contrario, imponen una visión distorsionada del hombre y de la vida, y así no responden a las exigencias del verdadero desarrollo.

Medios de comunicación social

71. Desde siempre Dios se caracteriza por su voluntad de comunicación. A todas las criaturas animadas e inanimadas da la existencia o la vida. Con el hombre entabla relaciones privilegiadas. " Dios, desde tiempos antiguos ha hablado de muchas maneras al hombre por medio de profetas y, últimamente, ha hablado por medio de su Hijo"(Hebr. 1,1-2). El Verbo de Dios es, por su misma naturaleza, palabra, diálogo y comunicación. Ha venido a restaurar, por una parte, la comunicación y la relación entre Dios y los hombres, y, por otra, la de los hombres entre sí.

Los medios han llamado la atención del Sínodo en dos aspectos importantes y complementarios: como universo cultural nuevo emergente y como un conjunto de medios al servicio de la comunicación. Ellos constituyen desde el comienzo una cultura nueva que tiene su lenguaje propio y sobre todo sus valores y contravalores específicos. Todo este mundo necesita ser evangelizado.

Efectivamente, hoy los medios constituyen no solamente un mundo, sino una cultura y una civilización. A este mundo se siente enviada la Iglesia para llevar la Buena Nueva de la salvación. Los heraldos del Evangelio deben entrar para dejarse permear por esta cultura y civilización nuevas con el fin de saber hacer un buen uso de las mismas.

"El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de la comunicación, que está unificando a la humanidad entera convirtiéndola en una" aldea global". Los medios tiene importancia porque son para muchos el instrumento principal informativo y formativo, guía e inspiración de comportamientos individuales, familiares y sociales.

La formación en el uso de los medios es una necesidad, no sólo para quien anuncia el Evangelio, sino para el lector, el receptor y el telespectador que deben comprender la comunicación y elegir con discernimiento y espíritu crítico.

En Africa, la transmisión oral es una de las características de la cultura. Aquí es de suma importancia la formación para estos medios. Este tipo de comunicación debe recordar a los pastores que la Iglesia es enviada para hablar, predicar el Evangelio mediante la palabra y los gestos. No puede callarse, so pena de que la misión venga a menos.

Seguir a Cristo, el Comunicador por excelencia

122. El Sínodo ha dicho muchas cosas sobre el tema de la comunicación social en el campo de la evangelización de Africa en sus circunstancias actuales. El punto de partida es Cristo, el Comunicador por excelencia, que, a quienes creen en él les da la verdad, la vida y el amor y la participación en la vida del Padre y del Espíritu Santo. Por eso la Iglesia toma conciencia del deber de promover la comunicación social ad intra y ad extra. Quiere favorecer la comunicación en el interior mejorando la difusión de la información entre sus miembros comunicando la Buena Nueva revelada por Jesucristo.

Formas tradicionales de comunicación

123. Las formas tradicionales de comunicación social no deben devaluarse. En muchos ambientes africanos resultan todavía muy eficaces y útiles. Además, son menos "costosas y más accesibles." Comprenden la música y los cantos, los mimos y el teatro, los proverbios y las narraciones. Son los vehículos de la sabiduría y del espíritu popular, y constituyen una fuente preciosa de contenidos y de inspiración para los medios modernos.

Evangelización del mundo de los medios de

comunicación

124. Los modernos medios de comunicación de masas no son simplemente instrumentos de comunicación; son también un mundo que debe ser evangelizado. Respecto a los mensajes que por ellos se transmiten, conviene que aseguren el bien, lo verdadero y lo bello. Haciendo eco a la preocupación de los Padres del Sínodo, manifiesto mi inquietud sobre el contenido moral de muchos programas que los medios de comunicación difunden en el continente africano; me pongo en guardia contra la pornografía y la violencia con las que se pretende invadir a las naciones pobres. Por otra parte, el Sínodo ha deplorado la " representación negativa que los medios se hacen del africano y ruega que desaparezca inmediatamente.

Todo cristiano debe preocuparse de que los medios sean vehículo de evangelización. Pero el cristiano que trabaja como profesional tiene un papel especial que desarrollar. Es su deber que los medios influyan la práctica de su profesión. Para ello el profesional debe tener una formación humana, religiosa y espiritual.

Uso de los medios de comunicación social

125. La Iglesia de hoy puede disponer de una variedad de medios de comunicación social, tanto tradicionales como modernos. Es su deber hacer el mejor uso para difundir el mensaje de salvación. Con respecto a la Iglesia en Africa, el acceso a estos medios ha sido difícil por numerosos obstáculos, por ejemplo, su coste elevado. En muchas localidades, además, existen normas gubernativas que imponen un control indebido. Es necesario hacer muchos esfuerzos para remover todos los obstáculos: los medios de comunicación, privados o públicos, deben estar al servicio de las personas, sin excepción. Invito a la Iglesias particulares de Africa a hacer todo lo que esté en su mano para conseguir tal objetivo.

Colaboración y coordinación de los medios

formas más modernas, ejercen una influencia que supera toda frontera; es necesario , por tanto, una coordinación más estrecha que permita una colaboración eficaz en todos los niveles: diocesano, nacional, continental y universal. En Africa, la Iglesia tiene mucha necesidad de la solidaridad de las Iglesias hermanas de los Países más ricos y más avanzados desde el punto de vista tecnológico. Algunos programas de colaboración continental, ya establecidos en Africa, como "El Comité episcopal panafricano de comunicaciones sociales, deberían ser alentados y revitalizados. Y como ha sugerido el Sínodo, hará falta establecer una colaboración más estrecha en otros sectores, como la formación profesional, las estructuras productivas de la radio y TV, y la emisiones de alcance continental.

LOS LIBROS Y LA LECTURA

Declaración de la Comisión sobre la comunicación de la Conferencia de obispos alemanes. (1º de octubre de 1980)

Entre los textos pontificios sobre la comunicación del siglo XX nunca se ha publicado un documento dedicado específicamente a los libros, a las editoriales y a la lectura. Tan sólo la Instrucción de la Congregación para la Doctrina de la Fe de 1992 tiene una vaga referencia. El documento de la Comisión sobre la Comunicación de la Conferencia de los obispos alemanes es probablemente el único documento de la Iglesia que habla positivamente de los libros y de las editoriales. Es un buen ejemplo para posteriores acercamientos creativos de las Conferencias episcopales en los diversos sectores de la comunicación social, tanto en la sociedad como en la Iglesia.

Para encuadrar mejor el documento, conviene recordar que en muchas parroquias alemanas hay bibliotecas organizadas y gestionadas a nivel nacional por profesionales y organizaciones afines a la Iglesia, llamadas "Borromäsverein", en honor de san Carlos Borromeo y san Michaelsbund (asociaciones de san Miguel).

Estas organizaciones, cuya fundación data del siglo XIX, proporcionan la estructura para conseguir libros, publicar ediciones especiales y formar al personal especializado. Para tener una idea de la amplitud de estas iniciativas, basta pensar en san Michaelsbund, que a pesar de trabajar sólo en la diócesis de Baviera, asociaba a 1.219 bibliotecas.

Sobre la necesidad e importancia de la alfabetización y de la educación se difunden cada año mensajes pontificios con motivo de la Jornada mundial de la Alfabetización, promovida por la UNESCO con sede en París. Los mensajes papales de esta jornada se envían al Director General de la UNESCO.

1. Introducción

1. Los habitantes de la República Federal alemana dedican una media de 5-6 horas a los medios de comunicación de masas: televisión, radio, discos o audiocasette, periódicos, revistas, cine, teatro y hasta el teléfono. La TV y la radio, por sí solas cubren cerca del 60-70% de este "tiempo de los medios". Leer libros representa solamente el 10-15%, más que la escucha de discos o ir al teatro o cine o usar el teléfono.

Esto demuestra que no estamos en el final de la era del libro. Los medios de comunicación no pueden disminuir el valor y los beneficios de los libros.

2. La lectura y la alfabetización

- 2. La lectura comporta mucho más que una sencilla decodificación. La mera capacidad técnica de leer que se adquiere en los primeros años de la escuela es sólo el inicio. Durante el arco entero de la vida se deben añadir y aprender muchas cosas: la elección consciente y el cuidado examen de lo que se lee, el sentido crítico, la conexión creativa con el mundo propio de la imagen e ideas, el encuentro con otros textos. El <sistamiento y la libertad>> del acto de leer y el mismo lector hacen todo esto mucho más fácil para tomar parte en los otros medios de información y orientación.
- 3. Leer es la condición más importante de la existencia humana. En base a la experiencia de los países del Tercer Mundo, sabemos que ignorar la alfabetización puede ser un obstáculo dañino para el desarrollo humano completo. Además, es necesario realizar un <<segundo estadio de alfabetización>> que vaya más allá de la ortografía y que es precondición para relación madura con cada uno de los medios. Una educación semejante a la lectura es una auto-educación y un autodescubrimiento que nunca concluye durante la vida. La fórmula <<leer es divertido>> es válida sólo para quienes consideran la lectura como un momento esencial de la vida humana para encontrarse consigo mismo, con los otros y con Dios.

3. Los libros en la historia y en la sociedad

4. Los primeros documentos escritos testimonian el inicio de la historia del género humano. Los primeros ejemplos prehistóricos, escritos a mano antes de imprimirse han hecho posible una clase comunicación capaz de trascender los confines del espacio y del tiempo. Gracias a ellos se ha podido transmitir a la posteridad el modo de cómo se veía el hombre del pasado a sí mismo y a su mundo, cuáles fueron sus

experiencias y su pensamiento. El libro ha hecho posible la transmisión y la comunicación de los eventos más banales de la vida diaria hasta las reflexiones más profundas. Desde sus orígenes, el desarrollo de la cultura humana ha estado ligada a la cultura del libro. Los desarrollos tecnológicos de la época moderna no deberían hacernos olvidar que los libros deben considerarse como textos esculpidos en rocas y en arcilla: los rótulos del Qumran, los manuscritos de la Edad Media... e incluso la documentación conservada hoy de forma electrónica.

5. Los libros han sido decisivos en el desarrollo del género humano y en la vida de los individuos. Hay libros que << cambian el mundo>>. Los libros que dan vida a las escuelas del pensamiento, sistemas de poder, imperios, ideologías y libros que han logrado que no sucumbieran a la destrucción. Los libros son instrumentos de supremas realizaciones creativas, son esperanza para el futuro, aunque también puedan destruirla. Este es su poder.

4. La Biblia como palabra de Dios

6. En casi todas las lenguas, la Biblia se llama el libro de los libros. Nos damos cuenta del significado que la Biblia asume en la vida de un cristiano y de la Iglesia cuando el lector concluye su lectura diciendo:<< Palabra de Dios>>. Lo que Dios ha dicho y revelado se nos comunica mediante el libro de los libros. << Las Sagradas Escrituras se conocen desde la infancia, dice Pablo a Timoteo (2Tm 3,5) aludiendo al hecho de que un joven cristiano debería ser educado en la lectura desde su más tierna edad.<<¿Entiendes lo que estás leyendo>>?, pregunta Felipe a un lector (Hch 8,30). Y contesta:¿<< Cómo lo podré si nadie me instruye?>>.

Leer aparece como una disposición natural para quienes se sienten cautivados por la palabra de Dios. Sin la cooperación del hombre y su disponibilidad en responder con el espíritu abierto a lo que se cuenta en el libro, éste queda como cosa muerta.

5. Los libros en la vida de los individuos

Los libros son distintos de los otros medios de comunicación. Ellos esperan pacientemente sin imponerse, pero nos pueden acompañar a cualquier parte. El lector puede tomar y retomar la lectura, confrontar un texto con otro sin necesidad de otros medios técnicos. Nos pueden ayudar a entender el contexto y las interrelaciones de los acontecimientos contemporáneos y a encontrar noticias de los parámetros de referencia para expresar un juicio. Los libros nos pueden transmitir toda clase de contenidos: al no estar ligados a la información superficial y eventos de la actualidad diaria, pueden proporcionar una visión del pasado del género humano y del mundo, de la búsqueda de la belleza, induciéndonos a examinar todo lo posible y a que nos demos cuenta de la totalidad de nuestra existencia, de su significado y de su dirección.

6. Importancia y papel de los libros religiosos

8. Los libros religiosos, instrumento de la tradición escrita de la Buena Nueva y del testimonio de sus fieles, son de extraordinaria importancia para todo lo que respecta a nuestras demandas sobre el significado y el fin de la vida humana, nuestra orientación religiosa y las decisiones que hay que tomar. Esto ha sido confirmado por un estudio de la primavera del 1980 en el que se demuestra que en un año el 50% de los habitantes de la República Federal alemana de más de 14 años se orienta hacia los libros religiosos con frecuencia, mientras que el 25% los lee al menos una vez al mes. La ocasión proviene de situaciones en las que se debe afrontar eventos capitales de la existencia humana como el nacimiento y la muerte, la alegría y el dolor, el sufrimiento personal y del grupo, al inicio y fin de un período de la vida, una nueva amistad o una separación. En todos estos casos, nos vamos a los libros para entender mejor y meditar. Más de un tercio de la población alemana querría comprar durante el año libros adaptados a estas circunstancias. En general, se va estos libros cuando se trata de problemas que se refieren al significado de la vida y a la orientación religiosa.

7. Los libros y los otros medios de comunicación

9. El libro ha asumido una posterior función con los periódicos, los panfletos y los opúsculos-guía que acompañan a los medios electrónicos.

Asociadas y no en competición con estos últimos, estas publicaciones demuestran que son un medio excelente para ponerse a disposición de la comunicación humana. Piénsese, por ejemplo, en los libros que se editan al mismo tiempo que las producciones TV o los videocasettes que contienen libros y que se emplean para enseñar en la escuela o en los programas de educación de adultos. Piénsese también en el uso que se hace con los medios audiovisuales en el campo de la instrucción religiosa que va desde la oración a la meditación personal.

8. Las casas editoras y las librerías

10. La Iglesia, gracias a sus organizaciones, ha contribuido no poco a los lejanos orígenes y al desarrollo de la cultura del libro. Esta obra no debería nunca debilitarse o disminuir en su entusiasmo. Sucede que la vida es un continuo empeño por parte de los editores católicos a favor de la cultura del libro y de los medios en general. Las casas editoras tienen riesgos económicos para los que la Iglesia debe estar preparada y estudiar con cuidado y de forma imparcial las ofertas y propuestas, manteniendo un diálogo continuo con los mismo críticos. Cada lector tiene su parte de responsabilidad garantizando unas editoriales independientes y pluralistas, libres de toda presión política y de la concurrencia co otras grandes corporaciones de la industria de los medios de masas.

Es importante que el lector encuentre en las librerías y bibliotecas los libros que mejor corresponden a sus demandas y que lo ponen en contacto con la vida diaria. Las casas editoras y las librerías católicas saben que es su deber ayudar a los lectores a que sepan elegir el inmenso material que ofrece el mercado del libro, orientando los intereses de los lectores e intentando que se haga posible con cierta facilidad la lectura de inspiración católica.

Este cometido no es nada fácil hoy en día. Este servicio debe alentarse y promoverse de cara al futuro. Una de las características peculiares del libro es

aquella mediante la cual el pensamiento y la personalidad de quienes se ocupan de su distribución adquieran una gran importancia. Por consiguiente, las librerías católicas tienen el deber de promover la formación cualificada de sus colaboradores.

9. Las bibliotecas públicas católicas

9.1. Importancia y papel

11. ...Las cosas desconocidas y nuevas que se pueden aprender en las bibliotecas estimulan la reflexión sobre cuestiones de la vida diaria que, de otro modo, pasarían inadvertidas. Además, los lectores asiduos piden una orientación cualificada y que se les dé una información precisa. Todo esto ha llevado a la Iglesia a instituir en las parroquias bibliotecas propias para dar el máximo acceso posible a la cultura del libro.

El trabajo iniciado por la <<Borromaesverein y St. Michaelsbund>> debe continuarse y desarrollarse. Hoy por hoy no se puede renunciar a las posibilidades que ofrecen las bibliotecas públicas católicas en nuestras parroquias. Su obra va más allá de la simple prestación de literatura o entretenimiento. En las comunidades parroquiales más activas, se ha desarrollado un tipo de consulta cualificada dirigida el gran público.

Las bibliotecas públicas católicas ponen a disposición las informaciones sobre al Iglesia, sobre el mundo y proporcionan material de orientación para la vida, ayuda y estímulo en la profesión y los mejores ejemplos de la literatura pasada y contemporánea. Es evidente que estas bibliotecas están al servicio del trabajo pastoral y educativo. Por eso ponen a disposición la información y el sostenimiento de toda la comunidad. Como lugar de formación en las ideas y opiniones, estas bibliotecas tienen una posibilidad óptima de convertirse en un momento de diálogo en el interior de la parroquia, un lugar donde las personas provenientes de experiencias de vida diversas se encuentran, atraídas por la variedad del material que se les ofrece.

Necesitan la atención que toda parroquia debe dar. Proporcionarles el material no es cosa sin importancia: se trata de uno de esos servicios que, para mantenerlos, necesitan de donaciones frecuentes. Cada biblioteca necesita los medios necesarios para una puesta al día y una renovación constante del material. Sus directores y colaboradores cumplen un servicio muy importante en toda la parroquia y hay que animarlos continuamente en su labor.

9..2. La cooperación

12. Las bibliotecas públicas católicas pueden lograr el máximo de su capacidad mediante la cooperación: entre las misma s bibliotecas católicas y las oficinas diocesanas, las bibliotecas científicas y los centros de medios de masa, las oficinas centrales de la <<Borromaeusverein y la St Michaelsbund>>y, finalmente, las otras biblioteca públicas.

En muchas ciudades y países, la biblioteca pública católica es la única estructura a la que se le ha confiado este servicio de administración pública. En otros casos, ha encontrado el modo de colaborar con otras bibliotecas públicas como las de otras iglesias cristianas, del ayuntamiento y otras instituciones.

13. Las bibliotecas públicas católicas son a menudo una preciosa ayuda para desarrollar un uso crítico y responsable de los otros medios de comunicación. Ellas son están dotadas de revistas, casette, juegos, dibujos y otros medios.

10. Recomendaciones finales

14. Para garantizar la permanencia de la cultura del libro en el futuro, es necesario actuar del modo siguiente:

- promover una educación a la lectura multicomprensiva que sepa hacer a cada individuo capaz de participar en la vida social y condividir el pensamiento humano en la toma de conciencia de la revelación de Dios;
- instaurar un diálogo constante sobre cuestiones vitales propuestas por la lectura;
- asegurar la producción y la distribución libre y pluralista de libros y de otras publicaciones que no estén sometidos a presiones políticas o económicos;
- gracias también a las financiaciones públicas lograr que los libros y las publicaciones de las bibliotecas públicas estén disponibles a todo el mundo, independientemente de su status social;
- motivar a las parroquias para que reconozcan su responsabilidad en esta área y actúen del modo más oportuno;
- crear y asegurar en la sociedad condiciones necesarias para un desarrollo posterior de la cultura del libro.

LA IGLESIA LOCAL Y LA COMUNICACIÓN

Cuarto Sínodo de la archidiócesis de Manila, actas y estatutos (1979)

El 6 de febrero de 1979 la archidiócesis de Manila cumplía 400 años. Con esta ocasión se celebró en Manila, del 21 al 28 de octubre, el 4º Sínodo de la archidiócesis, cuyo tema central fue el Pueblo de Dios. Las discusiones se desarrollaron en torno a tres áreas fundamentales: 1) el pueblo de Dios; 2) su trabajo y las relaciones recíprocas; 3) su relación con el mundo de hoy.

El 3 de abril del año siguiente se aprobó y se publico el documento final de la asamblea. El documento habla de la comunicación social refiriéndose en particular al ámbito de la parroquia y de la jerarquía. La sección sobre la comunicación social, inserta en el ámbito de las relaciones recíprocas, viene precedida por las relativas al culto y a la educación.

El sacerdote como comunicador, los canales de comunicación de la parroquia, la cooperación del clero con los religiosos y laicos para la planificación pastoral forman parte de los <<estatutos>> que siguen a la parte teológica, como en otros documentos de este Sínodo. A diferencia del documento de Puebla, que comienza con el análisis de la situación latino-americana, el texto de Manila inserta al final la parte que se refiere a la descripción informativa sobre la situación local. Esta descripción logra que las consideraciones y la propuestas sean más concretas y con un calado en las condiciones reales de la vida de la archidiócesis.

El documento del Sínodo de Manila es un ejemplo óptimo de acercamiento a la comunicación desde un punto de vista <<local>>. Entre los muchos documentos y pronunciamientos de la Iglesia sobre la comunicación, este texto representa uno de los raros en los que se habla de la parroquia como lugar de comunicación y del sacerdote como comunicador. Por lo que respecta a la situación de los medios en Manila las cosas han cambiado desde 1979, pero estos cambios no son objeto del actual documento.

LA IGLESIA LOCAL Y LA COMUNICACIÓN

I. ORIENTACIÓN DOCTRINAL

1. Introducción

- 1.1. Una comunicación eficaz entre los miembros de la Iglesia en sus relaciones interpersonales, en particular entre los sacerdotes, sacerdotes y parroquianos, sacerdotes y obispos y entre el pueblo de Dios, es un signo de la presencia de Dios, un testimonio visible de unidad, una proclamación tangible del Evangelio, no un mero dogma, sino un modo de vida, una vida de amor.
- 1.2. Además de la comunicación interpersonal, la Iglesia debe también comunicarse con el mundo, si quiere realizar el mandato de Cristo:" Id por todo el mundo y predicad el Evangelio a toda criatura"(Mc, 16,15). La Iglesia debe usar necesaria y urgentemente los medios tecnológicos como la prensa, la radio, la TV, el cine, y el teatro que, por su naturaleza, pueden unir e influenciar no sólo a los individuos sino también a las masas y a toda la sociedad.
- 1.3. El Papa Pablo VI ha subrayado con énfasis este punto: "Puestos al servicio del Evangelio, los medios son capaces de extender hasta el infinito el campo de la escucha de la Palabra de Dios, y llevar a la Buena Noticia a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante el Señor si no trabajase con estos poderosos medios que la inteligencia humana perfecciona cada día (Evangelii nuntiandi,45)".

2. El principio de la encarnación

- **2.1.** La comunicación de la Iglesia modelarse en el principio de la encarnación, es decir, de la comunión de Dios con el hombre.(Cf Communio et progressio, nn. 10-11).
- **2.2.** El principio de la Encarnación revela con claridad y fuerza lo que las comunicaciones de la Iglesia debieran haber sido. Mediante la encarnación, el Dios invisible se hace visible en Cristo, el Dios-Hombre. La divinidad invisible brilla a través de la humanidad visible de Cristo. Vemos, escuchamos y tocamos a Cristo en su cuerpo físico tangible, pero al mismo tiempo conocemos, sentimos y tenemos la experiencia de Dios en El. En otras palabras, hay siempre dos elementos en la encarnación: lo tangible y lo intangible.
- 2.3. De igual modo, las comunicaciones de la Iglesia, aún manteniendo la forma exterior de la comunicación humana ordinaria, sea la hablada o escrita, la imagen fija o móvil, o la interacción de la luz, color, movimiento o música, deben ser vehículo de una realidad trascendente e intangible. Más allá de lo que los sentidos pueden percibir, las comunicaciones de la Iglesia deben trasmitir " el espíritu y la vida": el espíritu de Cristo y la vida de la gracia. Al contrario, serían sólo signos y gestos vanos y sin significado alguno. Su esencia y su mensaje central es Cristo, que lleva la Buena Nueva para la salvación de los hombres. Esta es la verdad trascendental que debe expresarse en nuestra comunicación, sea de persona a persona o mediante los medios electrónicos.

3. Las comunicaciones de la parroquia

3.1. El sacerdote como comunicador. El principio de la Encarnación resalta la figura del comunicador como testimonio de vida. El comunicador debe ser un

signo auténtico e inteligente del mensaje que proclama. Para comunicar la Palabra de Dios de modo creíble, debe encarnar el mensaje en su propia vida. Debe existir una relación vital, una consonancia profunda entre el comunicador y el mensaje, de modo que el receptor perciba que lo que el comunicador dice, lo ha tocado y vivido personalmente.

- **3.2.** Los canales de comunicación de la parroquia. Para vivir una vida plena, todos deben tener acceso a un tipo de información cuidada y completa y tener también la posibilidad de expresar abiertamente los propios sentimientos como miembros de la comunidad de la Iglesia y de la sociedad. Esto hace que los que en la Iglesia ocupan cargos de guía y responsabilidad tienen el deber de asegurar el flujo libre de la información desde y para el pueblo de Dios, ya que sin información recíproca no existe comunicación mutua.
- **3.3.** Los hombres como comunicadores. La encarnación del cuerpo físico de Cristo es un evento histórico acaecido hace 2000 años. En su encarnación eterna en la Iglesia, el Cuerpo Místico de Cristo se hace visible a la comunidad de los fieles con quienes comparte la plegaria, el trabajo, los sufrimientos y la alegrías de la vida. Asume una apariencia exterior que todos los hombres puedan ver en las interacciones recíprocas del pueblo de Dios. Las formas tangibles de la interacción humana son la manifestación visible de la presencia intangible de Cristo que es Camino, Verdad y Vida.

4. Las comunicaciones de la jerarquía

4.1. Como la salud de un organismo depende mucho del sano funcionamiento de sus órganos vitales, así también el crecimiento saludable del Cuerpo Místico depende enormemente de la justa interacción de sus guías reconocidos: obispos, sacerdotes y religiosos. Revestidos de una gran autoridad e influencia los miembros de la Iglesia, reside en ellos la responsabilidad de dar buen ejemplo y establecer el tono de la comunicaciones vitales en el interior de la Iglesia.

- **4.2.** El Vaticano II en el decreto sobre la Oficina pastoral de los obispos declara: "Las relaciones entre el obispo y los sacerdotes diocesanos deben basarse en los vínculos de la caridad sobrenatural, de modo que la unidad de intenciones entre sacerdotes y el obispo haga más fructífera su acción pastoral. A este fin- ya que se hace un mejor servicio a las almas -, el obispo dialogue con los sacerdotes para tratar cuestiones pastorales; y no de forma ocasional, sino también en intervalos físicos.
- **4.3.** Ampliando este concepto de la comunicación-diálogo, el Directorio del Ministerio pastoral de los obispos afirma:" El obispo establece los objetivos del programa pastoral por grados...desde la escucha a los sacerdotes, religiosos y laicos hasta... Y todavía más:" Subrayando la importancia de la observancia de la ley para salvaguardar la verdad y la justicia, el obispo estimula la participación colectiva de los trabajos duros entre sagrados ministros, religiosos y laicos".
- **4.4.** Aunque la organización de la Iglesia es un objetivo importante, se precisa que no se trata de un diálogo del tipo" todo o nada". El diálogo de la Iglesia, en el pensamiento del Vaticano II, debe generar buena voluntad, caridad activa, ayuda recíproca y, finalmente, una comunión en la comprensión y en la ambición colectiva.

5. Los medios de comunicación

5.1. Los medios de masas. La sección "Desde Cristo evangelizador a la Iglesia evangelizadora" de la Exhortación apostólica La evangelización en el mundo contemporáneo, afirma que los medios de comunicación son algo digno de importancia: Cristo proclama la Buena Nueva a través de innumerables signos que provocan el estupor de las masas y corren hacia él para verlo, escucharlo y dejarse transformar por él.

- **5.2.** El Concilio Vaticano II había declarado que "ante los maravillosos inventos técnicos...la Iglesia acoge y sigue con particular interés los que se refieren al espíritu del hombre y han ofrecido nuevas posibilidades de comunicar con suma facilidad toda clase noticias, ideas y enseñanzas. Entre estos inventos ocupan un lugar privilegiado... la prensa, el cine, la radio, la TV y semejantes".
- **5.3.** De acuerdo con el principio de la encarnación, la forma externa y visible de estos inventos técnicos debe también representar la realidad trascendente e intangible de Cristo.
- **5.4.** Los medios de grupo. El documento de Puebla reasume de forma concisa las ventajas de los medios de grupo:" Sin descuidar la presencia necesaria y urgente de la Iglesia en los medios de masas, es también urgente intensificar el uso de los Medios de Comunicación de Grupo (MCG), que, además de ser menos costosos y fáciles de usar, ofrecen la posibilidad del diálogo y son más aptos para una evangelización de persona a persona, ya que llevan a un compromiso y adhesión realmente personales".

II. ESTATUTOS

1. El sacerdote como comunicador

96. Se deberá incluir en el interior de los programas de renovación del clero de la archidiócesis un curso de comunicación.

97. Como parte del programa sobre comunicación. el clero de la archidiócesis deberá seguir un curso de adiestramiento en el uso de los medios, llevado a cabo por un grupo de expertos.

2. Los canales de comunicación de la parroquia

- **98.** Cada parroquia deberá organizar una Oficina para la Comunicación Interna.
- 99. Se les pide a la parroquias que mantengan << forum para las familias>> y reuniones semejantes para destruir los muros de aislamiento y construir nuevos puentes entre los vecinos. Para organizar estas actividades, podrán pedir la colaboración de los expertos-formadores de la Oficina para la Comunicación Interna.

3. La planificación y la cooperación

100. El sistema de la Triada, en la que los representantes del clero diocesano, los religiosos y los laicos se reúnen para planificar, juzgar y colaborar en la realización del programa pastoral, deberá ponerse en práctica en todos los distritos eclesiásticos de la archidiócesis. Si se cree oportuno, los grupos de la Triada podrán organizarse desde los primeros niveles de los distritos.

4. Los medios y las estructuras de los medios de comunicación

- 101. Las parroquias y las escuelas, mediante las Oficinas para la Comunicación Interna, deberán participar activamente en la promoción de Radio Veritas, COR MANILA y otras publicaciones católicas.
- **102.** Radio Veritas y COR MANILA deberán hacer evaluaciones periódicas para ver si sus objetivos corresponden al principio de la encarnación y para juzgar su eficacia en llevar adelante la misión evangelizadora.
- 103. La archidiócesis ruega que los agentes de los medios y los que tienen talento y competencia se comprometan en la transmisión de los valores cristianos con su arte.
- **104.** La archidiócesis, gracias a la ayuda de colaboradores de talento y competencia y en colaboración con las agencias existentes de la Iglesia, deberá promover la producción de programas de valor, como por ejemplo, la información cristiana del domingo y las publicaciones para la formación.
- **105.** La Oficina Archidiocesana para la Comunicación desarrollará el papel de oficina de prensa de la archidiócesis.
- 106. Los expertos en medios de la archidiócesis y los apóstoles de la catequesis y de la liturgia trabajará juntos en la formación de un programa de acción conjunta.

III. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

1. Las comunicaciones de la parroquia

- 1.1. El sacerdote como comunicador.
- **1.1.1.** En un estudio realizado en la archidiócesis, la mayoría de los temas examinados, seleccionados a su vez en diversas parroquias, ha declarado que la vida de sus sacerdotes es para ellos ejemplar, inspiradora y semejante a la de Cristo.
- 1.1.2. En el mismo estudio, la Misa y la predicación dominical han tenido reacciones favorables. Los entrevistados han afirmado que la predicación es informativa, instructiva y de relevancia. Este resultado contradice una opinión común según la cual hoy debería haber misas dominicales sin predicación. Nueve entrevistados sobre diez han declarado que prefieren la Misa con predicación. Los que se han declarado contrarios, dicen que las homilías son a menudo pesadas porque su contenido y exposición son ineficaces.

1.2. Los canales de comunicación de la parroquia

1.2.1. En las parroquias que han sido objeto de este estudio, existen canales de comunicación, como por ejemplo, boletines con secciones dedicadas a los lectores y a sus sugerencias, encuentros regulares con la gente, organizaciones de la parroquia, archivos con material informativo variado y otras cosas.

1.2.2. Sin embargo estos canales de comunicación no siempre consiguen su fin. Los archivos no están al día; los boletines salen de forma irregular con lo que las informaciones vitales se comunican tardíamente; la comunicación dirigida o llevada por tales organizaciones se cierra a los miembros de las organizaciones y no llega a la gente.

2. Los hombres como comunicadores

- **2.1.** La archidiócesis de Manila, una gigantesca metrópolis, tiene que afrontar hoy el problema del aislamiento y de los cristianos aislados. Esta situación infeliz es una amenaza real para la comunicación y la interacción en el interior del Cuerpo de Cristo.
- **2.2.** Tenemos, sin embargo, ejemplos concretos, especialmente en las grandes parroquias del centro de la ciudad, donde la interacción interpersonal entre los parroquianos se reduce al mínimo. Se crea a veces una división social por la cual los ricos frecuentan sólo a los ricos, los pobres a los pobres, los letrados a los letrados y los iletrados sólo con los iletrados.
- **2.3.** También existen parroquias que, estando cercanas a las áreas comerciales, sirven como <<estaciones de servicio>> y las frecuentan cristianos ligados a un culto formal, gente que va a la iglesia sólo para responder a una obligación dominical y recibir los sacramentos, especialmente la confesión y la eucaristía.
- **2.4.** Con esto no se quiere disminuir el valor de los <<ri>stritos>> de nuestra fe. Tienen ciertamente su importancia, pero el cristianismo es algo mucho más

comprometido que ir a Misa el domingo y recibir la santa comunión. El cristianismo es esencialmente una realidad de comunión entre creyentes, y transformar esta realidad de comunión en comunidad es una seria responsabilidad religiosa común a todos los miembros. Ellos deben buscar la creación conjunta de un sentido de pertenencia y participar e una profunda comunidad de vida.

3. Las comunicaciones de la jerarquía

3.1. Los obispos y sacerdotes

- **3.1.1.** Existe en la archidiócesis un Consejo del arzobispado. Este organismo, compuesto por miembros ex oficio, elegidos y nombrados entre los rangos del clero, es sin duda un canal óptimo de comunicación que podría hacer forum para la comunicación entre obispos y sacerdotes.
- **3.1.2.** Sin embrago, la impresión general entre el clero de Manila es que el Consejo se ha reducido a un organismo de consulta en casos de disputas y descontentos, y esto no le ha ayudado a emerger como forum de comunión y diálogo, como dice el Vaticano II.
- **3.1.3.** Una vez más se quiere recalcar que, en base al principio de la encarnación, el diálogo de la Iglesia debería ser no tanto un diálogo sobre derechos sino sobre al vida.

3.2. La Curia y la comunicación

- **3.2.1.** Muchos sacerdotes de la archidiócesis sienten que hay una falta de flujo de información en las altas esferas de la jerarquía. El obispo no se siente suficientemente informado sobre lo que sucede en la parroquias. En el desarrollo de su trabajo pastoral, parece que prevalece a veces un espíritu kanya- kanya(individualismo) entre el clero. No hay una participación en las experiencias de relieve.
- **3.2.2.** De igual modo, muchos sostienen que no hay suficiente información desde la cúpula a la base.

4. El clero diocesano y los religiosos

- **4.1.** Un a de las tantas riquezas de la archidiócesis es la presencia de los religiosos. Entre todas las diócesis, Manila es la que tiene el número más elevado de institutos religiosos, femeninos y masculinos. Hay asociaciones intercongregacionales, pero hay poca interacción entre los varios institutos religiosos y el clero secular. Además, los mismos institutos están de alguna manera aislados de la gran comunidad de fieles.
- **4.2.** En el distrito de Quezon City hay una organización llamada TRIADE, compuesta por representantes del clero secular, religiosos y laicos. Su función principal es la de ser un vehículo de comunicación entre los sacerdotes de la parroquia, las comunidades religiosas y los laicos en el interior de la misma localidad. Mediante un diálogo a tres se trabaja por estimular la toma de conciencia del papel que cada uno puede desarrollar en la organización de la Iglesia local.

5. Los medios de comunicación social

5.1. Los medios de masas

- **5.1.1.** La archidiócesis de Manila va a tono con la Iglesia universal al reconocer la importancia de los medios de comunicación para la misión evangelizadora. Prueba de esta toma de conciencia son la ayuda constante dada a Radio Veritas, el esfuerzo heroico de organizar COR MANILA, los premios anuales de los medios católicos y la participación del Obispo en la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales.
- **5.1.2.** En la ciudad de Manila, el 98% de las casas tiene varios medios de comunicación. Casi todos poseen una radio en casa y otra en el coche. En el 70% de las casas hay un televisor, en el 60% se leen periódicos y en el 20% tebeos. Algunos usan todos los medios.
- **5.1.3.** Actualmente la archidiócesis de Manila se limita a usar la radio y la prensa, pero otras confesiones emplean muchas otras formas de medios para promover su credo y otras usan medios más sofisticados, para difundir a menudo valores falsos.
- **5.1.4.** La mayoría de nuestra gente no cae en la cuenta de que juntamente con la noticia, información especializada y el divertimento, los medios nos muestran valores y modos de vida contrarios al mensaje cristiano.

5.1.5. Los medios muestran a veces malas representaciones de la política de la Iglesia y a menudo lanzan ataques contra los valores cristianos. Sin embargo, estas representaciones y ataques no suelen tener réplicas en los mismos medios.

5.2. Los medios de grupo

5.2.1. Mientras que algunas parroquias han adaptado su culto litúrgico y los programas catequéticos al uso de los medios de grupo, la mayor parte de ellas tiene sus dudas en el uso de estos nuevos medios. Entre las razones principales de estas dudas está la falta de conocimiento de los medios, del personal competente, del tiempo para preparar el material y la puesta en escena.

EFFATÀ, ABRETE

CARTA PARA EL PROGRAMA PASTORAL << COMUNICAR>>

Cardenal Carlo Martini, Milán, 11 de agosto de 1990

Desde 1980 el Cardenal Carlo María Martini, el brillante profesor del Pontificio Instituto Bíblico de Roma y a Rector de la Universidad Gregoriana de Roma, es el arzobispo de la archidiócesis Milán, un campo privilegiado para experimentar el encuentro del Evangelio con la modernidad. Martini ha basado la pastoral en cinco pilares: silencio y contemplación, palabra de Dios, Eucaristía constructora de comunidad, misión y caridad.

En programas sucesivos ha tratado algunos aspectos característicos de la vivencia cristiana de hoy: educar, comunicar, vigilar(cf C. Martini, Programmi pastorali diocesani 1980-1990, Edizioni Dehoniane, Bolonia 1990).

En el bienio 1990-1991 la diócesis de Milán ha sido guiada por el propio obispo en los terrenos de la comunicación y de los medios de masa. La primera carta pastoral sobre este tema,"Effatà, Abrete", se articula según los tres momentos clásicos del análisis pastoral: ver, juzgar y actuar.

1. Ver: la fatiga de comunicar.

El itinerario comienza con una mirada a la masa de soledades...de la incomunicabilidades humanas que se encuentran el uno con el otro pero no se hablan, cada uno se queda silencioso ante una realización imposible de su desierto.(n. 5).

También la Iglesia aparece a menudo titubeante e insegura en la comunicación de la fe.(n. 10).

El Cardenal Martini se pregunta: ¿cómo encontrar en la Babel moderna de la comunicación una posibilidad de encontrarse?, ¿cómo transformar la comunicación de masas en comunicación personal y auténtica?

2. Juzgar: la comunicación en Dios, fundamento último de la comunicación humana.

En el interior de la escucha de la Palabra de Dios, el Cardenal Martini encuentra las leyes de la verdadera comunicación: la comunicación nace del silencio, necesita de tiempo, es progresiva, no tema los momentos de sombra, la transparencia no es nunca absoluta, está hecha de escucha, compromete siempre a la persona. María de Nazaret aparece como el ejemplo de la comunicación auténtica (nn. 18-38).

3. Actuar: las condiciones de la comunicación

He aquí la comunidad diocesana en estado de comunicación: el discernimiento, la comunicación del Evangelio, la comunicación en la Eucaristía y en la liturgia, la comunicación en la caridad, las técnicas de la comunicación aplicadas a la comunicación de la fe (nn.39-81) son las condiciones para pasar de las intenciones a la acción.

La segunda carta" El borde del mantel" trata de la relación Iglesia- medios de masas.

Esta carta es un acto misionero ha dicho el Cardenal Martini al presentarla a los sacerdotes de su diócesis (cf C.M,Presentazione de "Il lembo del mantello", en <<Ambrosius>> 57 (1991) 5, 409). La carta, efectivamente, retoma la exhortación del Papa a los evangelizadores para que vayan a los nuevos areópagos del templo moderno, los medios de comunicación social que está unificando a la humanidad convirtiéndola en una aldea global.

El desafío es grande: ¿ cómo es posible que los medios lleguen a ser mediadores de diálogo humano? El icono indicado por el Cardenal Martini hace pensar. " Con el icono de la mujer hemorroisa que toca el manto de Jesús y se cura, quiero mostrar que los medios no los demonizo, ni los canonizo, sino que los veo a la luz justa y precisa; pueden ser el instrumento de un camino hacia la persona, pueden facilitar el emerger de la persona partiendo de la masa (C.M. Martini, art. cit., p. 412)

La carta se divide didácticamente en tres partes: la ética de los medios; la pastoral de los medios; la espiritualidad de los medios.

En la primera parte (nn.6-24) hay dos diálogos: diálogo con el televisor para captar qué significa este instrumento para nosotros hoy; diálogo con los comunicadores. El Cardenal plantea algunas preguntas a los profesionales de los medios: ¿ cómo se nos transmiten las noticias?, ¿sois libres al elegir?, ¿ tenéis presente a la gente más que el juicio de los colegas o de vuestra carrera?, ¿ por qué tanta violencia y pornografía en la TV?

En la segunda parte (nn.25-33) el Cardenal Martini se pregunta sobre la relación Iglesia y medios: ¿qué se nos pide a nosotros como Iglesia? "Ante todo que pensemos bien acerca de los medios...Después se nos pide que actuemos bien. Cuatro indicaciones: la Iglesia deb decir y practicar la comunicación, promover una mentalidad abierta y más disponible a la información; debe desempeñar sobre todo un papel profético y educativo, no debe buscar apoderarse de los medios, sino influenciar la producción de mensajes, sirviéndose de los medios; debe también penetrar en los medios directamente, si ha tenido en cuenta los puntos precedentes (ib., p.413).

La tercera parte se dirige a la espiritualidad (nn.34-48):" Jesús es el hombre de los números pequeños; ciertamente que se interesa por las masas, pero en primer lugar de las personas, y una verdadera espiritualidad de los medios debe olvidar la idolatría de la muchedumbre recordando que existen las personas, las relaciones y que en cada fragmento tocamos el todo de Dios que se manifiesta" (ib.,pg 415).

INTRODUCCIÓN

¿Es posible encontrarse con Babel?

1. "Toda la tierra tenía una sola lengua y las mismas palabras" (Gn 11,1).

La Biblia idealiza así aquellos albores felices en los que los hombres se podían entender con facilidad y espontaneidad. Pero empeñados en un esfuerzo gigantesco por la omnipotencia tecnológica, los hombres no supieron mantener el equilibrio: se confundieron y se dispersaron. Esta confusión se considera en la Biblia como un castigo divino, que une para siempre el nombre da la ciudad al símbolo de la confusión de las lenguas y de la fatiga de los hombres y las culturas para entenderse entre sí:" Se le llamó Babel, porque el Señor confundió la lengua de toda la tierra" (Gn 11,9).

Babel representa la imposibilidad de todos los humanos de hablar entre sí una sola lengua. Representa señales que se entrecruzan, se confunden y eliden la narración. Babel es el lugar de encuentros fallidos: las lenguas no se entienden, los equívocos se multiplican y la gente no se encuentra. Todo lo más se nos burla, se nos irrita y cada se lamenta de que el otro no entienda.

Babel es el símbolo de la no-comunicación, del cansancio y de la ambigüedad a la que está sometida la comunicación en la tierra.

Babel es también el símbolo de una civilización en la que la multiplicación y la confusión de los mensajes lleva a la ruptura.

De aquí nace la pregunta angustiosa: ¿ cómo reencontrar en la Babel de hoy una comunicación verdadera, auténtica, en la que las palabras, los gestos, los signos vayan por caminos justos, se entiendan y tengan resonancia y simpatía?

¿Es posible encontrarse con esta Babel, insertarse incluso en una civilización confusa con lugares y modos de encuentros auténticos?, ¿ es posible comunicar hoy en la familia, en la sociedad, en la Iglesia, en la relación interpersonal?, ¿ cómo estar presentes en el mundo de los medios sin caer en un fárrago de palabras y en un mar de imágenes?, ¿ cómo educarse en una comunicación auténtica en una civilización y comunicación de masas?

EFFATA, ABRETE

2. Ante tantas preguntas sobre la comunicación humana contraponemos una escena de solución. Contemplamos a Jesús en el mundo en el que hay un hombre incapaz de comunicarse. Se trata de la curación del sordomudo Mc 7,31-37.

San Ambrosio llama a este episodio - y su repetición en el rito bautismal-"el misterio de la apertura": "Cristo ha celebrado este misterio en el Evangelio, como leemos, cuando curó al sordomudo" (I misteri, 1,3).

Dividimos la narración en tres tiempos: la descripción del sordomudo, los signos y los gestos de apertura, el milagro y sus consecuencias.

1. La narración evangélica precisa ante todo el desaliento de este hombre en comunicarse. Es uno que no siente y se expresa con sonidos guturales. No sabe ni lo que quiere, porque es necesario que los otros lo lleven a Jesús. El caso es en sí desesperante (7, 31-32).

2. Jesús no realiza el milagro en seguida. Quiere ante todo entender lo que este hombre quiere, se interesa por su caso, desea curarle. Para ello lo separa de la multitud, del lugar del griterío y de las cosas milagrosas. Lo lleva aparte, y con signos y símbolos le indica lo que va a hacer: le introduce los dedos en los oídos para abrir los canales de la comunicación, le unge la lengua con saliva para comunicarle su soltura. Son signos corpóreos que parecen chocantes. Pero, ¿cómo comunicar con quien está encerrado en su propio mundo y en su propia inercia?, ¿ cómo expresar el amor a quien está bloqueado en sí mismo, si no es con algún signo físico? Observamos que Jesús comienza sanando el oído. La curación de la lengua viene después.

A estos signos añade Jesús la mirada hacia lo alto y un suspiro que indica su sufrimiento y su participación ante esta dolorosa condición humana. Sigue la orden "EFFATA (7,34). Es lo que la liturgia dice antes del Bautismo de los adultos: el celebrante, tocando la oreja derecha e izquierda de los elegidos y con la boca cerrada, dice:EFFATA, para que pueda profesar la fe, la alabanza y la gloria de Dios (Rito dell'Iniziazione Cristiana degli adulti, n. 202).

3. Lo que viene a continuación de la orden de Jesús se describe como apertura (se le abrieron los oídos), se le desata la lengua y hablaba correctamente. Esta capacidad de expresarse llega a ser contagiosa y comunicativa: "Y le ordenó que no se lo dijera a nadie. Pero cuanto más se le ordenaba, más hablaba". La barrera de la comunicación ha caído, la palabra se extiende como el agua que ha roto las barreras del dique. El estupor y la alegría se difunden por los valles y las ciudades de Galilea:" Y llenos de estupor, decían: Todo lo hace bien: hace oír a los sordos y hablar a los mudos" (7,35-37).

En este hombre, que no sabe comunicar, Jesús lo lanza hasta el vértice alegre de una comunicación auténtica. Por eso podemos leer la parábola a la luz de nuestra cansada comunicación interpersonal, eclesial, social. Podemos individuar las tres partes de esta Carta: 1. darnos cuenta de las propias dificultades comunicativas; 2. dejarnos tocar y curarnos por Jesús; 3. reabrir los canales de la comunicación a todos los niveles.

Un bienio sobre la comunicación

3. La comunicación auténtica no es sólo una necesidad para la supervivencia de una comunidad civil, familiar, religiosa. Es también un don, un tesoro que hay que guardar, una participación en el misterio de Dios que es comunicación.

Todas estas reflexiones nos llevan a dedicar un bienio de nuestro camino pastoral al tema de la comunicación. No es un tema accesorio o de "lujo". Se trata de una comunicación del ser hombre y mujer y del ser de la Iglesia.

El tema viene a continuación del trienio EDUCAR 1978-1990 (Dio educa il suo popolo, Itinerari educativi, Educare ancora) y con los cinco programas pastorales 19801986 (La diensione contemplativa della vita, In principio la Parola, Attirerò tutti à me, Partenza da Emmaus, Farsi prossimo). No me detengo en explicar esta continuidad. Parecerá más calara en la tercera parte de la Carta actual.

Reflexionaremos sobre la realidad de la comunicación durante un bienio. En este primer año, nos ocuparemos de las condicione generales de la comunicación humana; en 1991-1992 consideraremos el mundo de los medios y nuestro puesto en esta difícil planeta.

La carta actual está dividida en tres partes que nos retrotraen al conocido trinomio ver, juzgar, actuar con la advertencia de que el juzgar o evaluar está en conexión con la escucha y la contemplación del misterio de Jesús, fuente de todo juicio justo.

Las tres artes de la Carta corresponden a las tres partes de la narración del sordomudo curado (Mc 7,31-37)

Desafíos actuales de la comunicación

4. ¿ Por qué el tema de la comunicación, siempre actual, lo es particularmente en este inicio de los años "90"?

Subrayo algunas ocasiones providenciales que caracterizan este momento histórico.

La primera mirada es al **continente europeo.** Hoy somos interpelados por la extraordinaria posibilidad de futuro que el Papa ha llamado con el nombre de " la Europa del espíritu" (cf. Discorso al Corpo diplomatico accreditato preso la S. Sede, 12 gennaio 1990).

Es necesario para que Europa haga un esfuerzo comunicativo entre países europeos, entre este y oeste, entre el norte y el sur de Europa. Este empeño toca de cerca la vida de las Iglesias: es un empeño de comunicación ecuménica y un compromiso de trabajar a favor de condiciones de vida en la que la paz, la justicia y la salvaguarda del medio ambiente se aseguren para todos. Este compromiso ha sido asumido por representantes de las Iglesias europeas de Basilea en mayo de 1989. Sin un salto de calidad en nuestra capacidad de comunicación, no elegiremos esta ocasión providencial y quizá única de nuestra historia.

La segunda ocasión se nos da por la presencia cada vez más consistente en nuestra diócesis de personas provenientes del tercer mundo.

La comunidad cristiana es llamada no sólo para emergencias asistenciales, sino también y sobre todo para preparar las bases de una Europa multiracial capaz de vivir en paz y justicia, superando riesgos de ghettos y de conflictos raciales que semejantes fenómenos llevan en sí mismos.

La tercera es la preocupación recientemente expresada por la Iglesia italiana en la relación Norte-Sur con la Carta sobre la cuestión meridional de octubre de 1989. Comentando esta carta en el discurso de san Ambrosio, 6 de diciembre de 1989,

recordaba que ella nos compromete en relaciones de mutua comprensión, fraternidad, acogida.

Los eventos de los últimos meses no ha hecho fácil esta deber. La carta de

la Conferencia Episcopal Italiana promulgó para los años 90 el tema de la caridad que

debe prepararnos para el ejercicio de esta comunicación fraterna.

La cuarta ocasión es la de la preparación al jubileo del año 2000. El Papa ha hablado de ello en su primera Encíclica. Queremos vivir esta vigilia del tercer milenio con un esfuerzo no sólo de apertura a todos, sino también de una renovada capacidad para comunicar el Evangelio en el contexto de una nueva evangelización. Esta comunicación de la fe no puede prescindir del mundo de los medios de masas que se convierte cada vez más en un escenario de la cultura europea y que amenaza con acabar con todo mensaje no

homogéneo de una cultura competitiva y que mira sólo éxito.

Para que una comunicación auténtica del mensaje sea posible en una Europa "mediatizada", tenemos que empeñarnos en mejorar todos los campos mediante nuestras capacidades comunicativas para ponerlas al servicio del Evangelio.

VER: LA FATIGA DE COMUNICAR

1. LA MULTITUD DE LAS SOLEDADES

5. "Desde allí se dirigió al lago de Galilea, subió a un monte y se sentó. Acudió una gran multitud llevando consigo cojos, lisiados, ciegos, mudos y otros muchos enfermos. Los colocaban a sus pies y él los curaba. De suerte que la multitud estaba admirada viendo hablar a mudos, sanos y lisiados, cojos caminando, ciegos con vista. Y glorificaban al Dios de Israel (Mt 15, 29-31). " Estaban estupefactos, y comentaban: Todo lo ha hecho bien; hace oír a los sordos y hablar a los mudos" (Mc 7,37).

Estas palabras de los Evangelios me recuerdan el SHOCK provocado durante la visita a Varanasi (Benares), la capital religiosa de la India.

A lo largo del río Ganges, antes de subir el último escalón de donde se desciende para el baño sagrado, hay en las escalinatas millares de miserables: leprosos, paralíticos, ciegos... Se agitan, gritan, tienden las manos a los que pasan pidiendo limosna. Se mueven con fatiga, cogidos a los palos que hay en el centro del camino buscando un lugar mejor para pedir limosna. Es una visión que conmueve. Ninguno de ellos habla con el que está al lado, ninguno parece pensar en su vecino y en sus sufrimientos. Cada uno busca hacerse notar más que el otro con gritos y gestos para atraer la atención de los peregrinos. Pienso a menudo este triste espectáculo cuando considero la multitud de la incomunicación humana que se tocan el uno al otro pero no hablan.

¿Pero es así?

6. Cada uno, sin embargo, me dirá: "¡No exageramos con estas imágenes tristes! Sabemos comunicar y no se nos ocurre pedir nada a nadie.

Es verdad que hay bellos momentos comunicativos en nuestra sociedad. Piénsese, por ejemplo, en la fácil comunicación que existe entre los padres y los hijos en los años de la infancia. Son estos momentos los que nos hacen entender los diversos aspectos de la vida y darnos cuenta de que las cosas no van como deberían ir.

Intentemos hacer una pequeña exploración más allá de las apariencias.

a) Dentro de nosotros

7. " No estoy en paz conmigo mismo. Estoy en contradicción conmigo mismo, No logro expresar mis sentimientos como me gustaría. Y a la larga, esto me deprime. No entiendo siento tanta confusión"...

Estas expresiones no son inventadas. Son un repertorio de lo que sentimos dentro de nosotros mismos o se comunica mediante la confianza de los otros...La fatiga de vivir dentro de sí mismo, a nivel personal, una comunicación límpida entre pensamiento y corazón , entre deseos y acciones, entre sueño y realidad, entre sentimientos y expresión externa, entre malhumores y desahogos, es algo que llevamos dentro y que tal vez se ha convertido en algo connatural al pensar que no hay remedio para la pequeña neurosis que cada ser humano debe soportar. Pero cuando leemos, por ejemplo, alguna vida de santos o una autobiografía o cuando encontramos a alguna persona que tiene dominio sobre sí misma, que vive en paz, entonces intuimos que existe un modo diverso de vivir que nos debe ser connatural, pero...

b) En la familias

8. La fatiga de la comunicación en la relación de la pareja y entre padres e hijos es proverbial que estimemos felices excepciones en aquellas parejas o padres que dicen que no tienen problema al respecto. Son poco creíbles. Sin embargo sería posible mejorar el tejido comunicativo en el interior de la familia si hiciéramos un esfuerzo por lo esencial: la salud y la alegría de la vida.

No hablamos de los casos en los que la comunicación está bloqueada. Son casos que terminan con el divorcio o con una relaciones tumultuosas, o con relaciones fallidas que son en Occidente un tercio(1/3) de las uniones matrimoniales.

En el caso de los hijos nos encontramos con rupturas dramáticas por la droga o elecciones asociales; incluso cuando no se llega a tales excesos, la conflictibilidad o al menos el bloqueo comunicativo, el mutismo entre padres e hijos a los 1-17 años llega a niveles preocupantes.

c) En la sociedad

9. Las experiencias de cansancio en la comunicación entre los diversos temas sociales es tan alto que estamos casi resignados a un conflicto permanente entre grupos con intereses distintos tanto a nivel económico como a nivel cultural y sobre todo político. No está mal que haya un cierto conflicto en los diversos niveles. Pero hoy se ha llegado a un cierta "neurosis social". Cansa a los agentes sociales, económicos y políticos.

d)En la Iglesia

10. También la iglesia aparece en la comunicación diaria. El nivel de conflicto de la sociedad civil se transmite también a las instituciones eclesiásticas. Hay dificultades en la comunicación interna de las parroquias: entre párroco y sacerdotes colaboradores, entre sacerdotes y Consejo pastoral, entre parroquia y movimientos, entre distintos grupos de fieles y distintas categorías sociales y culturales (por ejemplo: antiguos residentes y nuevos inmigrantes). Un síntoma de esta fatiga comunicativa se da con la multiplicación de pequeños grupos homogéneos, interesantes para su comunicación interna.

También la comunicación de la fe, deber primario de la comunidad cristiana, aparece titubeante y e incierta. Los padres se cansan de comunicar su fe a los hijos, especialmente después de una cierta edad, los creyentes se sienten avergonzados de comunicar su fe a los no creyentes.

Y éste es uno de los problemas más dramáticos de nuestra cultura occidental, que parece que ha entrado en un "mutismo de fe" que se resiente de parálisis.

e) En la comunicación de masas

11. Tras las dificultades expuestas, la comunicación de masas se convierte en una caja de resonancia de todos los conflictos, incluso de los interpersnales. Desde la pequeña crónica negra hasta los grandes fenómenos políticos, el lenguaje y el tono de los instrumentos de la comunicación de masa (radio, periódicos, semanarios, TV) tienden siempre a suscitar sensaciones fuertes y excitantes para vender mejor otras informaciones. La cosa se convierte en preocupante cuando la "caja de resonancia" aparece unida a los intereses de los fuentes y ocultos. Todo esto consigue que las mismas relaciones interpersonales se hagan cada vez más difíciles.

Entonces, ¿ es así?

12. Volviendo a la pregunta inicial sobre la "multitud de la soledades" podemos concluir que, gracias a Dios y a nuestro remanente de salud mental y humana, hay miles de canales comunicativos que, partiendo de nuestras relaciones interpersonales, están bloqueados. Pero hay una multitud de soledades que gritan su necesidad de tener salud.

Por eso retornamos a esta Carta al programa pastoral de Jesús, Señor y Maestro de la comunicación humana, que ha hecho oír a los sordos y hablar a los mudos, para que nos asista en este camino del restablecimiento de comunicaciones auténticas entre nosotros y nuestra sociedad.

2. EN LAS RAÍCES DE LA INCOMUNICACIÓN

13. ...Hablo como obispo y me limito a indicar aquellos puntos nucleares que pueden ayudarnos a cambiar la dirección de nuestra vida. Me interesa, por tanto, responder ahora a la pregunta: qué hay en las raíces de a multitud de incomunicación? No hablo de las raíces propiamente estructurales, sino a la imperfección de los medios de comunicación humanos, Hablo de algo mucho más dañino y perverso.

Una idea equivocada de comunicar

14. Siempre es peligroso simplificar en una materia tan compleja... Se trata de una falsa idea de la comunicación humana que está a la base de tantos fracasos de comunicación de uno con otro. Esta visión tiene un fallo por exceso: se quiere demasiado, se pide lo que la comunicación humana no puede dar, se quiere que todo sea rápido, se quiere, en el fondo, el dominio y la posesión del otro. Y, sin embargo, más allá de todo esto hay un mundo fascinante de fusión de espíritus y corazones, una comunicación dulce y transparente, una reciprocidad perfecta si sombras y sin velos. No se debe buscar al otro para poseerlo.

Las raíces culturales

15. Sería interesante analizar esta manía de posesión en sus raíces culturales: es típico de esta época que identifica el saber con el poder. Se promueve el imperio de la subjetividad y por eso se tiende a instrumentalizar al otro. En una voluntad de poder no existen intercambios sino dominio.

Crisis ecológica, agresividad social, ruptura en la comunicación

16. La crisis ecológica denunciada por todos, tiene su raíz en una relación instrumental violenta entre hombres y naturaleza. Los tiempos y modelos de la producción y del consumo fuerzan los tiempos biológicos hasta hacerlos saltar. Sentimos que la naturaleza necesita acercamiento y diálogo, no dominio.

Nos lamentamos mucho de la violencia y de la agresividad en las relaciones interpersonales y sociales. También aquí nos encontramos de frente a una voluntad de dominio para lograr lo que se quiere. Esto explica tanta desenvoltura en la lucha política y la gran facilidad de saltarse la licitud. Se quiere obtener de cualquier modo lo que se desea.

El miedo de comunicar se acentúa más todavía en los jóvenes porque no han aprendido a respetar los ritmos de la propia persona y de la otra. Como la naturaleza tiene ritmos que no se pueden forzar si no es distorsionándola, así con mayor razón, la persona no puede acercarse si no es en el respeto a su subjetividad e iniciando un diálogo respetuoso que permita una comunicación auténtica.

Estos ejemplos demuestran que en la raíces de tantos fracasos comunicativos hay un compromiso de fondo que permea la relación humana, incluso con las cosas inanimadas, porque, de hecho, existe una desviación de la verdadera concepción de la comunicación : un querer poseer, dominar, disfrutar, identifica consigo mismo.

3. DE LA RENUNCIA A LA ESCUCHA

Dos posibles focos de la fatiga en comunicarse

17. Hay dos cosas que matan el alma: "la desesperación y la falsa esperanza", dice san Agustín. Esto vale también para la comunicación: una falsa esperanza de comunicar absorbiendo al otro y haciéndolo completamente homogéneo a sí mismo lleva al fracaso de la comunicación auténtica; así se rompen las amistades,

naufragan los matrimonios, nace la desconfianza y el estancamiento en donde antes había alianza y confianza.

Hay, sin embargo, otra alternativa: aprender a comunicar de modo correcto aprendiendo la escucha del evangelio de la comunicación. Jesús que ha hecho oír a los sordos y hablar a los mudos viene a nosotros como maestro de comunicación, si nos disponemos a seguirlo por el camino de esperanza que él nos propone.

Esta es la oración que hace la Iglesia con el niño tras bautizarlo:" Señor Jesús que haces oír a los sordos y hablar a los mudos, te conceda escuchar su palabra y profesar tu fe para alabanza y gloria de Dios Padre" (Rito del Battesimo dei bambini, n. 74).

EL BORDE DEL MANTO

Para un encuentro entre Iglesia y medios de comunicación

INTRODUCCIÓN

El borde del manto de Jesús

1. La multitud se reúne en torno a Jesús y lo apremia desde cualquier parte. De pronto Jesús pregunta: ¿Quién me ha tocado? Los discípulos le decían: Ves que la gente te está apretujando ¿y preguntas quién te ha tocado? El miraba en torno para descubrir a la que lo había hecho. La mujer, asustada y temblando, pues sabía lo que le había pasado, se acercó, se postró ante él y le confesó toda la verdad. El le dijo:- Hija, tu fe te ha curado. Vete en paz y sigue sana de tu dolencia.

Queridísimos lectores de esta Carta pastoral, el año pasado he titulado la Carta programática 1990-1991 Effatá, Abrete refiriéndome a la curación del sordomudo (cf. Mc 7,31-37). En ella leía el icono de una sociedad que necesita ser curada por los propios bloques comunicativos. Este año, continuando con el mismo tema, tomo como milagro emblemático de Jesús el de la curación acaecida en el simple contacto del borde del manto. ¿Por qué?

El tema de este año son los medios de comunicación de masas (prensa, radio, TV). He pensado mucho en cómo poner en relación los instrumentos técnicos de nuestra época con el mensaje de Jesús. Y mi imaginación se ha sentido atraída por esta página evangélica. Leo en ella tres realidades que caracterizan nuestra civilización, tan condicionada por los medios de masas: la masa, la persona y la comunicación

Ante todo la masa: es la multitud anónima que rodea a Jesús. Muchos lo tocan incluso físicamente, y no sucede nada; no se distingue a ninguno, nadie asume un papel de relieve; ninguno aparece con un rostro o un deseo propio. Es la imagen de las masas que se cualifican como disfrutadores pasivos de los medios de masas.

Entre la masa hay una persona emerge. Tiene un proyecto, una voluntad precisa y sobre todo una gran fe. Jesús le dirá: Hija, tu fe te ha salvado. Tiene tanta confianza en Jesús que piensa que con sólo tocar el manto, se curará. Por eso, estando metida en la misma multitud, vive un proceso de intensa "personalización", entra

en contacto auténtico con Jesús, contacto del que el mismo Jesús es consciente y hasta lo dice públicamente. De la masa ha salido una persona.

Este emerger de la persona ha acaecido mediante la comunicación de curación que hace Jesús a la mujer. Pero, a diferencia de otras veces en las que la comunicación es directa (Jesús habla, ordena, toca), aquí es suficiente el borde de su manto para establecer la posibilidad de un encuentro.

2. ... También mediante los medios de comunicación social es posible una verdadera comunicación humanizante y salvífica. Es necesario favorecer el proceso de salida de la masa para que las personas dejen de ser disfrutadores anónimos de los mensajes y de las imágenes masificadas y entren en una relación personal como receptores dialogantes, activos y vigilantes.

¿Cómo es posible que no se abran verdaderos canales comunicativos en el ámbito de la comunicación interhumana, de la comunicación entre Iglesia y sociedad, de la comunicación entre las personas humanas y el Misterio divino?, ¿ cómo es posible que mediante mi televisor (entendido como el símbolo de los demás medios) entre yo en contacto con la fuerza salvadora de Jesús?

¿Maldición o don? Pequeña digresión sobre el significado "teológico" de mi televisor.

3. Al escribir esta carta sobre los medios, alguien me decía: Si tiene la intención de escribirla, grite en voz alta contra el daño causado por la TV en las conciencias.

Ciertamente hablaré. Estamos convencidos de que los medios y, en particular, la TV tienen un poder que puede ser destructivo, nefasto y engañoso. Sin embargo me he sentido impulsado a iniciar mi Carta con una imagen

positiva por estos dones de Dios, colocando como fondo el manto de Jesús. La imagen de este texto evangélico me lleva a hacer un diálogo entre el televisor y el manto de Jesús.

Respuestas a la pregunta de maldición o don

a) La Trinidad en la Cruz y la comunicación

4. En Effetà he visto el modelo supremo de la comunicación porque es el momento en el que Dios se comunica a los hombres: el misterio pascual de la cruz y de la resurrección.

La Trinidad en la Cruz ha sido el icono concreto en el que he querido inspirarme para sondear la profundidad de la comunicación interpersonal querida por Dios: como el Padre permite que su Hijo vaya a la muerte en un gesto de suprema gratuidad, y el Hijo obedece por amor a nosotros, así la comunicación entre los hombres exige gratuidad y acogida y debe desarrollarse en un clima de reciprocidad y libertad de las que es testigo el Espíritu Santo en su relación con las Personas divinas. Estas relaciones forman y constituyen la verdadera comunicación interhumana.

Este compromiso del Dios trinitario en su comunicación al hombre revela ya de por sí el valor intrínsecamente bueno de todo acto comunicativo y, por consiguiente, el valor de todo instrumento de comunicación que tiende a mediar o a multiplicar tal acto. Y si Dios se revela agape en su comunicación, es decir, amor gratuito que no se encierra en sí mismo, sino que exige darse sin condiciones y reservas, la bondad última de todo acto comunicativo entre los hombres reside en su participación en esta caridad divina. La comunicación establece entre los seres humanos relaciones de solidaridad, que expresamos con la imagen de Dios impresa en la criatura.

Si es verdadero que el designio de salvación del Padre abarca todo lo que existe, y la misión del Hijo y del Espíritu Santo reúnen la completa realidad creada, todo medio comunicativo posible entre los hombres puede ser adoptado

por el Dios trinitario para unir el corazón del hombre. Por eso, incluso un televisor puede evocar la imagen del borde del manto de Jesús Salvador del hombre.

De hecho, todo lo que ha sido creado lo ha sido por el designio salvífico divino para gloria de Dios Padre, que al fin será todo en todos (1Cor 15,28). Todo lo que existe ha sido creado con vistas a Jesús y por medio de él (Col 1,16) y ha sido asumido y salvado por él.

También trabaja el Espíritu Santo que sopla donde quiere y que puede servirse de todo para cumplir su obra. Todo medio creado de comunicación puede elegirse y utilizarse por Dios como su vida para llegar al corazón del hombre...Una visión pesimista, que juzgue de partida negativamente los medios, se opone a esta visión de fe, que motiva una esperanza de fondo respecto al planeta de los medios.

Tal lectura no es ni mucho menos un optimismo ingenuo: en el centro del designio divino de salvación está la Cruz de Cristo, que es el juicio del pecado del mundo. Aunque Dios lo pueda elegir todo para reunir a la persona humana en su conciencia y libertad, todo lo que existe bajo el sol puede falsearse por el uso que se haga de la libertad del hombre, sellada por el pecado.

Es el carácter ambivalente de toda realidad humana, incluso la de aquella que se expresa en las formas de la comunicación de masas: si ellas pueden responder al designio divino y acercar a Cristo al corazón humano y el corazón del hombre al de Cristo, bajo la acción del Espíritu Santo acogido o escuchado con una conciencia recta, igualmente pueden ser instrumentalizados por los poderes de este mundo y convertirse en funcionales para intereses gravemente contrarios a la voluntad de Dios.

Los medios de masas pueden llegar a ser el borde del manto no solamente lleno de polvo, sino arrancado del vestido de Cristo. Pueden utilizar su poder hasta hacer caer a la persona en una especie de esclavitud que depende de quienes los gestionan. Piénsese en las posibilidades de manipulación de la información y en los condicionamientos que se pueden ejercer en la opinión pública y en las elecciones éticas y políticas. Por eso, un optimismo de fondo hacia los medios de masas suscita y promueve una vigilancia atenta y el ejercicio del discernimiento crítico.

5. La segunda consideración mira al hecho de que Dios ha hablado con palabras humanas y se ha revelado con gestos y eventos que forman parte de la historia de este mundo. Esta dato demuestra cómo el Señor no ha desdeñado las formas de la comunicación humana, antes bien las ha revelado plenamente en sí mismas. Se podría decir que, desde que Dios ha hablado con palabras y hechos humanos, estamos seguros de que las palabras y eventos de este mundo son aptos para ser vehículos de su comunicación, capaces de transmitir su amor, su verdad y su vida mediante los pobres términos y gestos limitados de nuestra experiencia. Los medios de masas, en la variedad de lenguajes usados por ellos (verbal, imágenes, sonoro, gestual, vibraciones y emociones) son medios potenciales en los que el Verbo no desdeña vivir, bordes de su manto, a través de los cuales se puede transmitir su poder salvador.

Incluso aquí no debemos esconder las posibles ambigüedades: el lenguaje humano no los agota. Dios es más grande que las palabras y los gestos del hombre; los medios de masas, en su mejor utilización, tienen de todos modos una capacidad relativa y limitada.

El borde del manto nos lleva a la Persona que lo lleva puesto. Podría quitárselo cuando ya no le vale. Los medios de masas son medios y no fines, realidades instrumentales, penúltimas y no últimas, que podrían esconder y obstaculizar el camino de lo verdadero, pero incluso cuando estuvieran abiertas a ella, no la agotarían del todo.

Esta premisa teológica, un poco larga, me permite hablar ahora con mayor soltura y libertad del encuentro posible entre el hombre y Dios mediante los medios de masas, y consiguientemente, del posible encuentro entre la Iglesia y el planeta de los medios de comunicación social. Lo haré sobre todo imaginándome a mí mismo y a cada uno de vosotros en diálogo con el televisor encendido (primera parte). Después de habernos entretenido un poco en la sala de estar, saldremos de casa para andar (segunda parte); e iremos siempre juntos para juntarnos en un satélite, desde el que observaremos nuestro pequeño mundo (tercera parte). Pero no os preocupéis, al final volveremos a casa sanos y salvos y enriquecidos en el corazón.

DIÁLOGOS CON EL TELEVISOR

1. DIÁLOGO DE UN FIEL CON SU TELEVISOR

TU HABLAS DEMASIADO

6. Una vez al menos, querido televisor, te vas a ver obligado a escucharme. Eres tú quien habla, haces que te miremos, a que estemos callados, a que no podamos hablar entre nosotros en casa. Cuando estoy sentado en la butaca me siento frente a ti un poco atemorizado, mando callar a mis hijos que perturban que te oiga bien. Pero esta vez quiero tomar yo la iniciativa; te enciendo y tú me escuchas. Hacía tiempo que quería decirte algo y entenderme contigo. Porque tú has llegado a ser importante, parte de mi vida; no quiero ni confesarlo pero sin ti nos falta algo. Incluso el Obispo debe haber hablado mucho de ti. Dices que puedes parangonarte con el borde del manto de Jesús. Hay en ti casi una fuerza divina. No eres uno más de tantos electrodomésticos que hay por casa, un utensilio del que me sirvo o, peor, un peligroso medio de deseducación. Intento dialogar contigo y tú debes escucharme.

Sabes, se dice que hablas demasiado. Un documento de la UNESCO dice que el tiempo medio pasado ante ti por una persona adulta supera diariamente en los Estados Unidos las 5 horas, y los niños 7. En nuestro país casi la mitad de los chicos pasa ante ti más de 4 horas al día, los otros de 2 a 4 horas. Alrededor de 1/4 de niños entre 6 y 113 años afirman que siguen los programas de la tarde hasta las 22 horas.

Quisiera tener contigo una relación justa. No querría ni cerrar la llave en un armario y mucho menos ser teledependiente; no quisiera tener contigo una relación satisfactoria como ocurre con el juego, el alcohol pero tampoco quiero ignorarlos. Quisiera evitar estos dos extremos. Hay familias entre mis amigos que poseen dos o tres televisores: uno en la cocina, otro en el salón, otro en el dormitorio y algunas en cada habitación... Hay casas en donde el televisor está funcionando desde la mañana hasta la noche con alguna pequeña interrupción. Es curioso y un poco triste que algunos párrocos, en el caso de la visita de la familias por Navidad o Pascua, se recomienda que se apague el televisor cuando viene el sacerdote.

Hasta tal punto te has convertido en parte de la casa que siempre estás encendido y con presencia activa. Alguien dice que eres un miembro de la familia, y cuya pérdida puede acarrear luchas en las relaciones personales. Una investigación llevada a cabo en los Estados Unidos describe así los efectos "traumatizantes" de la abstinencia televisiva obligatoria: sólo el 1,80% de las familias ha acusado una desorientación leve, mientras que todos los otras han experimentado una sensación más o menos grave, hasta una cuota del 25% que ha acusado desorientación y frustración semejante al luto por una persona querida. No quisiera ser de estos teledependientes, ni mucho menos terminar entre quienes te consideran un invento diabólico.

También la Iglesia ha mostrado una atención creciente hacia ti. Ha llegado a afirmar que los medios de masas son una versión moderna y eficaz del púlpito. Gracias a ellos se logra hablar a multitudes (Evangelii nuntiandi, n. 45). ¿ Qué hacer frente a compromisos tan diversos: situarse entre los admiradores incondicionales o entre los detractores a ultranza?

Quisiera poder asumir frente a los medios de masas el estilo evangélico que exige saber ver en el mundo y en los medios el germen del grano bueno junto con la cizaña. Pero, ¿por qué no me hablas también tú un poco?

¿Sólo un contenedor?

7. TV. Me siento alabado por parangonarme con el borde del manto de Jesús. Sé muy bien que no soy sólo un medio y como todo medio dependo del uso que se haga de mí. ¿No estás de acuerdo?

Creo ha sido demasiado modesto. Es verdad, para mucha gente tú eres solamente un contenedor del que se pueden extraer cosas buenas y dañinas. Hablamos de los medios de masas, es decir, de los medios como instrumentos o vehículos. Estas personas dicen: hagamos de modo que estos medios nos traigan mensajes positivos y edificantes, y excluyan mensajes negativos; así los medios de masas toman contacto con la verdad y con el bien. Me vienen a la mente las críticas feroces que Pier Paolo Pasolini hizo contra la TV:" Si los modelos de vida propuestos a los jóvenes son los de la TV, ¿ cómo se puede pretender que la juventud más expuesta e indefensa no sea criminal?

Ha sido la TV la que ha acabado con la era de la piedad y ha iniciado la era del placer. Ha difundido la persuasión según la cual bastaría llenar de contenidos positivos e interesantes los medios de masas, considerados hasta ahora como indiferentes ante los contenidos. Pero tú, querido televisor, no eres simplemente un contenedor. El hecho de que existas cambia de algún modo nuestra relación con la realidad.

¿Ventana abierta al mundo?

8. TV. Soy una ventana, una ventana abierta al mundo. Sin mí tú estarías cerrado en tu pequeño mundo, extraño a los acontecimientos del mundo que te llevo a casa.

Lo que dices es exacto. Cuando a mitad de los años 50 entraste en nuestras casas y en nuestra vida, te acompañaba un eslogan que nos invitaba a escucharte:" La TV es la ventana abierta al mundo". Este eslogan es verdadero. En los meses pasados nos has traído la guerra del Golfo a casa y nos has hecho ver los adelantos tecnológicos de los armamentos y al mismo tiempo el absurdo de poner la inteligencia al servicio de la destrucción. Nos has traído también la llamada incansable del Papa por la paz.

Todos los días nos haces participar de la misma respiración

del mundo...

Se dice que gracias a los medios de masas y sobre todo a la TV el mundo se ha convertido en una aldea global donde todos saben todo de todos. Liberados de la ignorancia y siempre mejor informados deberíamos encontrarnos en un universo cada vez más comprensivo.

Pero la imagen de la aldea global creada por los medios de masas es engañosa: crean una información cada vez más amplia, pero no han favorecido la comunicación. Un estudioso de los medios dice que deberíamos teóricamente hallarnos en un universo más comprensivo e informado, más abierto a la interacción, y disponible para que, liberados de los lazos de la ignorancia o de la conciencia imperfecta, viviéramos más encerrados en nuestra propia cueva y en nuestro hábitat psicológico.

El eslogan de la TV " ventana abierta al mundo" es sólo verdadero en parte. El mundo que la pequeña pantalla nos trae a casa es una imagen electrónica que corresponde parcialmente a la complejidad de la realidad encuadrada por la cámara. Se suele repetir:" lo bello del directo", y pensamos que el directo televisivo nos trae a casa la realidad de una manera que no corresponde a las cosas. Entre la cámara que graba un hecho y yo sentado en la butaca ante el televisor, existe un proceso complicado y artificioso de selección y construcción de las imágenes. La dirección o el realizador decide qué imágenes deben transmitirse. No recibo la realidad inmediata y directa, sino sólo aquellas imágenes, aquellos puntos de vista sobre la realidad, que el realizador ha decidido seleccionar y transmitir.

Veo siempre una realidad "montada", reconstruida según el punto de vista del director. Con mayor razón cuando no se trata de directo, sino de programas grabados y reconstruidos en el montaje. Es, por tanto, un mundo artificial y producido lo que me traes a casa. Y de este modo, por muy real que me aparezca, me quedo siempre como un espectador extraño, incapaz de intervenir en la realidad en la que me da la impresión de que estoy inmerso.

9. TV. Pero yo, a pesar de todo, soy un medio de información y tan importante que todos buscan tenerme de su parte. Así, no hago nada más que multiplicar el servicio que se me pide, y que antes lo daba sólo la prensa.

Sí, lo reconozco; eres importante. De hecho, las fuerzas políticas y los grandes grupos económicos desean tenerte a su servicio. Quieren tenerte de su parte para no perder el poder. Los defensores del orden constituido, como los promotores del cambio, buscan tus servicios.

Reconozco tu función de información, entendiendo con este término los datos, las noticias, las informaciones que nos transmites. Este papel informativo y formativo se ha acentuado principalmente en los primeros años de tu vida. Las personas de una cierta edad recordarán una transmisión que se titulaba" Nunca es demasiado tarde" para una campaña de alfabetización. Existía también la llamada TV de los niños con programas confeccionados para ellos. Esta función escolar de la radio, de la TV y de los periódicos no se minusvalora Se puede decir que la unificación lingüística de nuestro país ha llegado con la TV, a cien años de la unidad política.

Es verdad que Pasolini acusó a la TV de haber cancelado los dialectos y las diferencias humanas y culturales de nuestro país para producir una "homogeneización" banal y superficial. Incluso en este sentido es difícil atribuirte solamente las culpas y olvidar tu papel informativo.

Pero el término informar quiere decir, al pie de la letra, dar forma, plasmar una determinada realidad. Sabemos que los medios informan, es decir, modifican, signan y plasman. Sucede con los medios como cuando los niños juegan en la playa...En este sentido los medios de masas in-forman sobre todo porque dan una cierta forma a a la realidad, reinterpretándola según unos criterios precisos e interesados. La información televisiva no se aleja de los límites propios de la información que da la prensa. Sabemos que la selección de las noticias que hay que dar y el modo de dar las noticias corresponden al interés propio de la cabecera del periódico o de su ideología.

Cada día, la redacción de un periódico se encuentra frente a una gran cantidad de datos y sucesos. ¿ Cuáles elegir, evidenciar, censurar o colocar en

los márgenes? Esta selección es ya comporta una toma de postura sobre lo que se cree importante. La selección se guía por su venta. este criterio tiende a producir una selección negativa de las informaciones y noticias. La preferencia va por la noticia "shocking" de signo negativo. " Lo negro vende más que lo blanco" es la regla de todo redactor de crónica. Si el filtro principal de todas las noticias sobre la sociedad es negativo, no debemos extrañarnos del aumento de desconfianza generalizada de los ciudadanos frente a la sociedad e instituciones. No es infundado suponer un lazo entre la caída progresiva de confianza en todas las instituciones públicas y privadas, observadas desde los años 60 en muchos países. Y esto se debe a un estilo particular de la comunicación medial.

Además, los periodistas y la redacción trabajan sobre materiales ya elaborados por las Agencias y bancos de datos. Mediante las cinco grandes Agencias de prensa pasa al menos el 1,80% de las noticias difundidas en todo el mundo. Estas Agencias imponen o dan su implícito juicio de valor y su modelo cultural. El peligro es real: el alejamiento de las fuentes y, por tanto , del trabajo propio del periodista, aumentará la distancia entre quien escribe y la realidad. El periodista se convierte cada día más en una especie de técnico especializado: de periodista-informador a periodista habituado al tratamiento de la información, periodista-tipógrafo.

Respecto a la banca de datos, la más rica y eficiente es la del New York Times. Es superficial afirmar que sólo almacena y memoriza los que están en inglés. Todo el mundo acude a esta banca. Y esto trae consigo lo que se llama la "colonización cultural", que se lleva a cabo mediante la realización de producciones televisivas- pensemos por ejemplo en series como Dallas, Dynasty, Beautiful - vendidos o cedidos gratuitamente a los países más pobres.

En muchas escuelas se ha introducido la lectura de periódicos como una forma de educación de los chicos para captar las lógicas con las cuales se construye la información. Es una educación que también hace falta en el mundo de las imágenes.

Los medios y la conciencia

10. TV. Entonces, ¿estás convencido de que soy - como se dice -"un persuasor oculto", una voz y un mensaje que se insinúa engañosamente?

Ciertamente tienes resortes de persuasión y consigues hacer imaginar como verdaderas cosas que no existen. Y no es menos tu poder persuasivo el que convence a hombres y mujeres del Europa y del Mediterráneo a afrontar viajes absurdos para ir hacia países de las maravillas del bienestar que han visto en TV, sin pensar que incluso en estos países hay fatiga, injusticia y pobreza.

La conciencia expuesta al mensaje televisivo corre el riesgo de dar consistencia de realidad a la ficción del espectáculo y, finalmente, puede confundir el uno con la otra; este riesgo afecta más a la conciencia de los jóvenes y la no formada por claras orientaciones de valor. Podremos decir que nuestra conciencia, inmadura e indefensa, es una especie de esponja que absorbe el ambiente en el que se sitúa.

Las opiniones que da tu pequeña pantalla o las columna del periódico gozan de gran autoridad. SE oye repetir a menudo: "Lo ha dicho la TV, lo ha dicho el periódico". Quien se atreve a dar su parecer sobre la pequeña pantalla, sobre quien habla en la radio o escribe en el periódico, adquiere una patente de autoridad y de credibilidad prescindiendo a menudo de la solidez de sus argumentos...Sólo en situaciones políticas en las que el sistema de los medios de masas esté en manos del poder público, se pueden comprobar actitudes de confianza instintiva. Las tentativas de información alternativa o de contra-información no han logrado que se aminore la credibilidad de los medios más difundidos y hegemónicos.

¿ Nos salvará el telecomando?

11. TV. Es verdad que los medios somos tendencialmente autoritarios. Tenemos frente a nosotros a personas que como esponjas pueden absorber todo o casi todo. Pero en estos años algo está cambiando. Desde la mitad de los 70 comenzaron a llegar a nuestras pantallas los programas de algunas TV extranjeras: en seguida llegaron las emisoras locales o privadas, no dependientes de la RAI. La presencia de múltiples redes ha puesto en movimiento y ha contribuido a desvelas la información. Ha llegado también el telecomando que permite saltar de un programa a otro con gran facilidad.

¿ No te parece que todo esto hay algún

valor que elegir?

El zapping puede ser el instrumento de un control por parte del espectador ante los medios de masas. No somos nunca los huéspedes de nuestro público porque nos puede dejar con el telecomando. Si un programa televisivo no llega a una cierta cuota de telespectadores, se suprime. Es la ley inexorable del mercado: si el producto no atrae a la gente, no vale nada. Paradójicamente, la multiplicación de los medios de masa produce una especie de victoria para el usuario...Y creo que en un futuro próximo se multiplicarán las oportunidades de elecciones libres, de la utilización personalizada de los medios de masa. Baste pensar en la difusión de videos, con la posibilidad de grabar y conservar los programas que libremente se han escogido.

Déjame decirte que tu defensa de los medios de masas como medios para hacer crecer la libertad de elección no me convence del todo. Y me explico. Con el telecomando tenemos la impresión de dominar el medio televisivo. Pero este uso termina produciendo una utilización fragmentada del medio, una búsqueda incesante de imágenes agradables, creando lo que los estudiosos llamamos" flujo" televisivo, es decir, un diluvio de imágenes sin pies ni cabeza.

Las decisiones sobre los programas y sus contenidos se subponen a la ley férrea:¡ qué audiencia, qué índices de escucha! Las emisoras están preocupadas por no perder espectadores porque su pérdida indica poco valor de los espacios publicitarios. Este cuidado por no perder espectadores se traduce en nivel bajo de los programas y en una superflua banalidad.

La multiplicidad de las emisoras corre el riesgo de no favorecer el auténtico pluralismo... Y no menos preocupante es el fenómeno de la concentración de las cabeceras periodísticas y de los comunicadores, que perturba el equilibrio de este delicado sector de la información.

TV. Pero hacer espectáculo quiere decir también atraer la atención, interesar. Sin espectacularidad los medios no reunirían tanto público.

Cierto, existe en los medios una dimensión "popular" que no conviene minusvalorar. Ellos permiten a grandes estratos, y no sólo a las élites, que estén informados y que sean partícipes; pero esta lógica de los espectáculos tiene sus peligros. Digamos algún ejemplo: la muerte por hambre, por miseria endémica y diaria, no es un espectáculo y por eso se habla poco; la muerte por catástrofe puede interesar eventualmente. El debate político, difícil para los medios, ha llegado a ser espectáculo mediante la búsqueda de efectos sensacionalistas y escandalosos.

Los medios y el medio ambiente

12. Apenas han pasado 30 años de los primeros programas televisivos y los medios de masas, sobre todo la TV, no son ya los de ayer.

Te observo y extraño de lo que has cambiado. Quisiera expresar este cambio. En los orígenes tenías una función autorizada de información y formación, de medio y vehículo de conocimientos. Hoy eres un paisaje, determinas una cultura, un modo de pensar y de vivir. La radio, la TV, el ordenador y los videos forman parte de nuestra casa, nos acompañan en cada momento. En las grandes estaciones de las ciudades europeas, mientras se aguarda el tren, varias pantallas televisivas tiene el papel de distraer con anuncios publicitarios o videoclip. Lo mismo

sucede en los supermercados. Más que mirar nos sentimos siempre mirados por muchas pantallas pequeñas.

Hoy te has convertido en una excitación y en un estímulo sensorial. Basta ver las discotecas con su música y efectos luminosos, los video. El lenguaje electrónico de los medios no se dirige en primer lugar a la inteligencia sino a los sentidos y a la emotividad. Es excitación antes de ser concepto.

Los medios de masas no son ya una pequeña pantalla a la que se mira o una radio que se oye. Son una atmósfera, un ambiente en el que se está inmerso, que nos atrapa de todos lados. Vivimos en este mundo de sonidos, imágenes, colores, impulsos y vibraciones como un primitivo estaba inmerso en la selva, como un pez en el agua. Es nuestro ambiente, son los medios un nuevo modo de sentirse vivos. Vivos, ¿pero cómo? Recientemente se ha desarrollado la tesis siguiente: como la ideología dispensa de pensar, como la burocracia dispensa de actuar, así los medios de masas dispensan de sentir (cf. M. PERNIOLA, Del sentire, Einaudi, Torino 1991). Los sen- timientos superficiales, ¿ destruirán los profundos?

Hace algún tiempo, cuando aparecieron los primeros walkman, muchos se indignaron. Esos chicos con los auriculares escuchando música mientras van por la calle o en bicicleta y siguiendo con su cuerpo los movimientos que les provoca la música, esos chicos no escuchan solamente música, sino que llegan a ser música. El lenguaje excitante y estimulante que nos envuelve, ¿ qué produce en nosotros, sobre todo en los más jóvenes?

TV. Pero no puedes negar que desde los medios de masas vienen las palabras, los contenidos, los mensajes que se dirigen también a la inteligencia.

Sí, pero detrás de las palabras e imágenes está la modulación que escapa del control de nuestra conciencia. Dicen los expertos que la modulación, en los medios, representa el 70% del mensaje. Más que las ideas, más que los contenidos cognitivos, cuenta la modulación.

La comunicación medial no es ante todo comunicación de conocimientos de un emisor a un receptor. Comunicar es siempre transmitir estímulos y compartir vibraciones intensas. Y esta cultura, hecha de vibración emotiva, y por eso

fuertemente envolvente, comporta serios interrogantes sobre todo para los generaciones jóvenes. El peligro es ahogar la verdad con mis sensaciones, con mi vivencia emotiva.

Se oye decir a menudo:" Es verdadero porque lo siento verdadero". Cuántas personas unen sus elecciones, incluso religiosas, a un estado de ánimo, al hecho de "sentirse"... De este modo se considera verdadero sólo lo que se filtra a través del sujeto emotivo. No pocas experiencias religiosas recientes se relacionan más al contagio emotivo de grupo, a la vibración sensible que a la fuerza objetiva y persuasiva de la Palabra. Por eso en estos años se ha pedido a todos, sobre todo a los jóvenes, de ir a la Escuela de la Palabra debido a su fuerza creativa y formativa.

Palabras e imágenes

13. TV. Hablas así porque has sido educado con los libros y mediante la escritura. Hoy el libro cede el paso a la cultura de la imagen. Pero no creo que se pueda decir que la cultura de las imágenes, la TV en particular, haya deshabituado en la lectura. Es lo contrario. Bastará un dato: en 1982 los 8 diarios de más difusión en Italia vendían cerca de 2.484.000 ejemplares, en 1990 se llegó a 3.350.000 ejemplares. La lectura, al menos diaria, ha tenido un alza considerable.

Como yo, las personas de mi generación hemos sido educados con los libros y con la cultura de la palabra. Hoy los chicos nacidos y crecidos en la cultura audiovisual tienen mayor familiaridad con el mundo de las imágenes que con el de la palabra.

Quisiera probar y señalar los límites de una cultura hecha principalmente de imágenes. Una bella página de la Evangelii nuntiandi de Pablo VI pone de manifiesto el valor de la palabra:" Sabemos bien que el hombre moderno, harto de discursos, se muestra a menudo cansado de escuchar, y peor aún, inmunizado contra la palabra. Conocemos también las ideas de numerosos sociólogos y psicólogos que afirman

que el hombre moderno ha superado la civilización de la palabra y vive en la de las imágenes (...). La fatiga ha provocado al día de hoy muchos discursos vacíos, y la actualidad de muchas otras formas de comunicación no deben, sin embargo, disminuir la fuerza permanente de la palabra, ni perder su confianza en ella. La palabra es siempre actual, sobre todo cuando es portadora del poder de Dios" (n. 42).

Cuando una realidad determinada se someta a la mirada de las imágenes, tiende a asumir en seguida fuerza de verdad. La veo y me digo que es verdadera. El procedimiento de la palabra es distinto. Una educación mediante el libro y la palabra es principalmente crítico y discursivo; habitúa a obedecer diversos pasos y aproximarse gradualmente a la realidad mediante la verificación constante de las propias afirmaciones, la muestra de las pruebas y el contraste con loas argumentaciones contrarias.

Una educación confiada a la sola imagen es incapaz de llevar a la muestra de pruebas, a la valoración de los razones y al juicio de nuestros discursos, siempre parciales con la verdad. La síntesis más bella es aquella que tiene lugar en al Biblia: palabras densas y claras que expresan imágenes, narraciones y símbolos capaces de envolver emotivamente y de hacer pensar.

En lo contrario, está extrema simplificación propia de la comunicación con los medios de masas, la reducción de la complejidad a fórmulas, eslogan y estereotipos.

14. TV. Lo que dices de las imágenes es verdad, pero parcial. Quisiera subrayar el influjo que los medios de masas, sobre todo la TV, han tenido sobre la comunicación periodística. Podremos afirmar que entre información video e información escrita no se ha establecido nunca una relación compleja, positiva o negativa.

La información a través de la TV ha acelerado los ritmos de la información escrita: las noticias dadas por la TV nunca son viejas para el periódico. La TV ha impuesto también a los periódicos su criterio espectacular eliminando lo que no se preste al criterio de la espectacularidad. Para el periódico es noticia sólo lo espectacular. Pero así como el campo de la información nunca está cubierto por la TV,

los periódicos se ven obligados a transformarse, a no contentarse con la noticia, sino hacer un trabajo de investigación y profundización. Veo en esto un influjo positivo del medio televisivo sobre el de la prensa.

Sí, la observación me parece válida y una vez más nos obliga a discernir con cuidado, en los medios de masas, efectos francamente negativos desde los problemáticos o positivos. Pero ten en cuenta del hecho de que no siempre los servicios más amplios, ofrecidos por los diarios, representan de verdad una profundización.

TV. Querría continuar defendiendo el mundo de las imágenes. Estamos habituados a atribuir al mundo de las imágenes cada culpa. Pero no hace falta olvidar que también la palabra puede usarse como medio de seducción, de persuasión oculta. Cuántas veces, sobre todo el uso público de la palabra, está al servicio de fines propagandísticos para atraer el consenso. La historia de este siglo nos ha mostrado cómo los dictadores no recurrían solamente a la represión violenta, sino a la persuasión retórica, es decir, a la palabra no como instrumentos de comunicación auténtica, sino como medio de seducción y de mentira. El Papa, en su Encíclica Centisimis annus, descifranado los acontecimientos de 1989, que han cambiado profundamente los Países del Este, subraya el papel negativo de la ideología, esto es, de una palabra sin verdad.

Tu denuncia de carácter innegable de la ideología la encuentro totalmente aceptable. También la cultura de la palabra y del libro, y no sólo la de la imagen, puede estar al servicio de la manipulación de las conciencias. Por ello no debemos contraponer una cultura de la palabra y del libro, que seria buena y educativa, a una cultura de la imagen y de lo audiovisual, que sería mala y deseducativa.

Querría citar el Evangelio de Juan, que comienza así:" En el principio era la Palabra (Jn.1,1); por tanto primacía de la Palabra. El mismo evangelista concluye así." Muchos otros signos hizo Jesús en presencia de sus discípulos, pero estos no están escritos en este libro. Estos han sido escritos para que creáis que Jesús es el Cristo, el Hijo de Dios y para que , creyendo, tengáis vida en su nombre" (Jn 20,30-31). La Palabra encarnada se expresa con palabras y con signos. También la Constitución dogmática del Concilio Vaticano II sobre la Revelación Divina afirma que la comunicación de Dios con le hombre, en Jesús, se cumple con "gestos y palabras", con eventos y palabras.

Debemos reconocer que nuestra cultura occidental está construida sobre el primado de la comunicación verbal, dejando en la sombra otros registros comunicativos no verbales. Es también la experiencia de cada uno de nosotros: la comunicación verbal se revela inadecuada para comunicar una experiencia que no puede constreñirse por el rigor de los conceptos. Pienso que experiencias tan comprometidas o radicales están al límite de los recursos humanos.

Por eso, el mismo Jesús, antes de hablar ha actuado y cuando ha querido desvelar los misterios del Reino, una realidad, por tanto, que está más allá de nuestras comprobaciones, ha contado parábolas, ha recurrido al lenguaje de las imágenes. Todo el lenguaje religioso está entretejido de símbolos, metáforas, imágenes; ni siquiera la sola palabra no basta cuando intentamos comunicar el misterio de Dios y de su Reino.

TV. Me parece que estás descubriendo en mí algo positivo, estás descubriendo que el simple contacto con el borde del manto de Jesús puede generar una comunicación auténtica en él.

Sí, creo que este diálogo contigo me ha ayudado a no demonizarte, sino a tomarte en serio.

TV. Hasta aquí has tomado tú la iniciativa del diálogo. Ahora querría hacerte una pregunta: ¿ por qué vas en contra mía? Tú me atribuyes un papel desproporcionado a mis recursos.

Es verdad que yo in- formo, plasmo la mentalidad y las costumbres, pero también es verdadero que reflejo los valores, los compromisos, el humor del público, esto es, la costumbre dominante. Yo y todos los demás medios estamos envueltos en esta sociedad. Se podría decir que la sociedad tiene los medios que quiere y que se merece.

Te doy las gracias porque me invitas a colocar los medios de masas en el universo civil más vasto. Los medios lo reproducen y lo amplifican en un solo aspecto. Me gustaría decirte que nos basta tampoco una gestión "cristiana" de los medios; se debe llevar a cabo un largo camino de formación de una costumbre ético-civil y un empeño educativo en la participación política.

para concluir: He dialogado contigo acogiéndote entre toso los otros medios porque te considero un poco el símbolo de esta ciudad de babel de los medios de masas en donde vivimos y deseamos encontrarnos.

A partir de ti, he dialogado con la prensa y la radio; he aprendido que, en el fondo, si usamos de estos medios mal la culpa es nuestra, pero si queremos podemos usarlos bien.

Y usarlos bien quiere decir ante todo adquirir una conciencia crítica, es decir, la capacidad de distinguir lo verdadero de lo falso, la cizaña del trigo, la capacidad de ser objetivos, de no demonizar los medios ni de idolatrarlos. Hace falta crecer en la libertad interior, en el desapego de las sensaciones demasiado inmediatas y comprometidas, hace falta imponerse una cierta ascesis, ser capaces de hacer sacrificios y renuncias por parte del receptor. Y esto es nada más que la mitad de la historia. Demos un paso más en nuestro siglo.

Las antenas nos interrogan

27. Ciertamente, la primera tentación sería la de criticar, protestar e ir contra las antenas y repetidores que pueblan las ciudades. Nos crean en sentimiento de opresión, como si entre el cielo y nosotros se colocase un velo, un obstáculo, un diafragma, una red que nos atrapa y nos paraliza. Nos movemos en el peligros terreno de la desconfianza y de la renuncia.

Las antenas televisivas representan un desafío, interpelan, plantean preguntas a todos y en especial a los cristianos: ¿ sois capaces de escuchar?, ¿de comunicar?, ¿qué modos usáis?, ¿qué lenguajes?, ¿qué mensajes enviáis?, ¿qué hacéis para hacer eficaz la comunicación?

Cierto, los cristianos pueden señalar iniciativas y realizaciones concretas, esfuerzos poderosos de hombres y grupos.

Si hoy reflexionan sobre este tema es porque aguardan muchos problemas ulteriores y sus soluciones...

Para hablar de los medios de masas y de cómo debemos los cristianos plantearnos nuestras relaciones con ellos, los emisores y empresarios y los políticos que fijan las reglas, creo que debemos ante todo mirar dentro de nosotros, contemplar la experiencia de la Iglesia y de al comunidad cristiana.

Preguntémonos entonces: ¿creemos de verdad en la comunicación?,¿ favorecemos la circulación de las ideas?, ¿el diálogo?, ¿ el encuentro?,¿ la aportación de cada uno?, ¿tenemos una opinión pública dentro de la Iglesia?, ¿ la alimentamos?, ¿la animamos?, o bien ¿tememos la sola existencia y los efectos?, vemos intelectualmente lo positivo, pero ¿ no quedamos posiblemente mirando los riesgos?

¿ Hay opinión pública en la Iglesia?

28. "La opinión pública" en la Iglesia ha existido siempre. Los tiempos históricos y las realidades han condicionado la consideración. Inmersa en momentos de gran dificultad, provenientes del exterior o de acontecimientos históricos internos, o exaltada en tiempos de gran creatividad colectiva (como en el Vaticano II), se puede decir que la existencia de la opinión pública ha permitido a la Iglesia llegar hoy en condiciones de representar un punto de referencia para la humanidad entera.

A los 20 años de la publicación de "Comunión y Progreso", la Instrucción pastoral de la Comisión Pontificia para las Comunicaciones sociales, algunos pasajes representan puntos clave en este sentido. Bastaría pensar en la consideración según la cual la opinión pública se ve como diálogo entre los miembros de la Iglesia que es un "organismo vivo" (n.115); baste pensar en la importancia dada a los católicos para comunicar y dialogar (n. 114); o en la importancia que se da a la "auténtica libertad de expresión de las propias ideas, fundadas en el sentido de la fe y de la caridad (n.116); baste pensar en el valor de la "libertad de palabra en la Iglesia que no sólo no va contra su solidez y unidad, sino que dinamiza la opinión pública...Todo esto favorece y ayuda a la concordia y a la armonía de los espíritus" (n. 117).

Pero lo que dijo este documento ha quedado, en parte, olvidado y no se ha llevado a la práctica. ¿Qué hacer? Me parece que son cuatro los problemas que hay que proponer cuando queramos actuar dentro de una perspectiva pastoral:

- a) la Iglesia debe decir y practicar la comunicación;
- b) la Iglesia debe desarrollar principalmente un papel educativo y profético;
- c) la Iglesia puede influenciar la producción de mensajes, contando con la mediación profesional;
- d) los cristianos deben entrar en los medios de masas, gestionándolos directamente

Veamos cada uno de estos problemas.

La Iglesia debe decir y practicar la comunicación

28. Leyendo los periódicos y viendo la TV, me doy cuenta de que los medios dan espacio a la Iglesia y a los acontecimientos eclesiales sobre todo cuando habla el Papa o la Conferencia Episcopal, o algún obispo que se dirigen al público por varios motivos.

Es obvio que el Magisterio o la jerarquía representan fuentes importantes de la información de naturaleza religiosa. Pero me pregunto por qué los medios no se ocupan también de otros eventos o situaciones menos relevantes que se refieren a la comunidad cristiana

Existen motivos por parte de la TV y de la prensa: posiblemente es más seguro y fácil para los agentes de la comunicación acudir a fuentes autorizadas y determinadas. Me pregunto si no existe alguna responsabilidad por nuestra parte en facilitar una información que termina por dar una corta imagen de la Iglesia.

Quiero preguntarme a mí mismo, a los sacerdotes, religiosos y religiosas, laicos comprometidos, representantes de asociaciones, grupos,

movimientos si cumplen todo lo que es necesario para darse a conocer, para comunicar la extraordinaria vitalidad de la experiencia eclesial, los problemas que acompañan nuestra vida y nuestra búsqueda diaria.

Existen parroquias que tienen una vida intensa de fe y de promoción humana en los barrios en los que están enclavadas y en los que se arriesgan en llevar una palabra de esperanza. Hay grupos de voluntarios que van allá donde nadie va. Hay animadores que siguen categorías particulares: ancianos, incapacitados, personas en dificultad. Hay muchas "Madre Teresa" inmersas en el anonimato. ¿Es posible que el bien no sea nunca noticia?.

Cierto, no todo es comunicable; la vida de fe de una comunidad no se vive para ir a la prensa, como su profundidad no se mide por el índice de notoriedad. Respecto a la limosna dice Jesús:" Que no sepa tu mano izquierda lo que hace tu derecha" (Mt 6,3) Pero también dice: "Resplandezca vuestra luz delante de los hombres" (Mt 5,16).

Las Cartas de los Apóstoles abundan en intercambios de noticias entre las comunidades.

Estoy convencido de que debemos promover una mentalidad más abierta y disponible para la información. Muchas veces somos objeto de juicios superficiales porque ofrecemos pocas ocasiones de información correcta, documentación y diálogo.

No es imposible establecer relaciones claras y leales con los agentes de la información. Proporcionándoles elementos suficientes y fundados en conocimientos, podemos intentar un trato respetuoso y una relación recíproca.

La reticencia es mala consejera, y a menudo es hija del miedo, de la inseguridad, de lo irracional...

Las costumbres no se cambian de hoy a mañana y un cambio de mentalidad debe prepararse con iniciativas de sensibilización del clero y de los fieles y acompañado con instrumentos técnicos oportunos (oficina de prensa, centros de documentación) que ayuden a todos.

El Señor no nos ha hecho cristianos sólo para proteger nuestra fe, para difundir cuanto sabemos, sino sobre todo para dar testimonio de la esperanza que hay en nosotros. Estoy convencido de que nuestro camino, hoy, está en alimentar una opinión pública viva y fecunda de la Iglesia, crear una circulación de informaciones que nos permita a todos sentirnos parte importante y significativa de la comunidad.

La murmuración representa la sombra de la comunicación. Salir fuera a gritar la fe no es hoy una simple metáfora evangélica.

Desarrollar una papel educativo y profético

30. Hemos tenido ocasión de hablar en las páginas anteriores, de la TV como "ventana al mundo".

La ventana constituye un símbolo importante en nuestra vida, capaz de grandes posibilidades evocativas. La ventana nos permite abrir nuestro "yo cerrado" para admirar, contemplar y observar. Pero curiosamente se puede decir que ella representa también la imagen del posible aislamiento de la realidad. Se dice "estar la ventana" para significar a la persona que no quiere comprometerse en nada. Como si fuera ajena a lo que asa en el mundo. La ventana es para mí indispensable si quiero relacionarme con el exterior, con los otros...

Creo que hoy hay ara nosotros un doble desafío. El de aprender a abrir la ventana para que entre el aire, sentir el olor del aire, recibir la llamada a la interrelación continua, a la solidaridad de la aldea global y saber bajar a la calle. Y al mismo tiempo, el desafío de aprender a cerrar la ventana, porque con la mejores intenciones y predisposiciones, no somos omnipotentes y no podemos dejarnos invadir más allá de los límites de la tolerancia humana, de la tutela de nuestro equilibrio.

Es esencial que sepa abrirme, que sea atento, receptivo, disponible. Pero al mismo tiempo que sea capaz de cerrar, hacer una pausa, retirarme para reflexionar sobre lo que he visto, medirme, comprobarme y regenerarme pronto para la apertura próxima y el sucesivo movimiento de disponibilidad.

Creo necesario considerar los medios de masas a la luz de esta función: abrir y cerrar, salir y retirarse. Es un movimiento natural y vital, es el movimiento de nuestro corazón, sístole y diástole.

Es importante que, como cristianos, recuperemos un compromiso abierto y vigilante, personalmente y como comunidad. Si el trabajo es comprometido y convencido, podremos ayudar a los otros. Abre y cierra, enciende y apaga el televisor, mira y reflexiona, lee y piensa. Se trata de una obra de carácter educativo muy seria.

Esta obra representa un cambio de mentalidad, una conversión: de una mentalidad fundada en la defensa, limitada a la elaboración de medir la prevención, preocupada por tener el mundo fuera porque tiene elementos contaminantes, se pasa a una mentalidad de confronto o encuentro.

Es la imagen del borde del manto de Jesús, que nos interroga y nos provoca. Es el ver, juzgar y actuar lo que han enseñado los Padres conciliares. La solidez de la fe y de los valores cristianos es para medirnos con el mundo, no para encerrarnos en fortalezas bien protegidas de nuestros ambientes.

No encontrarse representaría hoy una operación de pérdida casi suicida, porque somos parte de una aldea global. Si hay una guerra en otra parte del mundo, se la sigue en directo; si explota un reactor de la central de Chernobil se sufren la radiaciones aún estando sentado en tu cómoda butaca... No se puede permanecer insensible ante los otros

Creo que podremos llegar también a gestos simbólicos de gran significado para que el hombre recupere su capacidad de abrirse y cerrarse.

Por ejemplo, pienso en una jornada de silencio, en una especie de blackout voluntario. Se decide apagar el televisor por un día: todos. Un gesto no de protesta, condena, anatema... sino de alegría, alegría verdadera porque está todo inspirado en la salvaguarda de algo vital. **Se apaga y se enciende**, se hace fiesta, se habla, se discute, se dicen las cosas para las que no hay tiempo, se elaboran encuestas, propuestas.

O bien, nos quedamos solos, se escribe la carta retrasada; o se telefonea a los amigos...En suma: se recupera el lugar de lo gratuito, de la creatividad y de la inventiva.

Este es el lugar del silencio contemplativo, en el que se encuentra el gusto por la oración. Quien quiere aprender a orar, apague la radio y el televisor: "Entra en tu habitación, y cerrada la puerta, ora al Padre en secreto", decía Jesús (Mt 6,6).

Estos gestos y compromisos son un símbolo de lo fácil que es sustituir la red televisiva por redes de relaciones humanas directas y auténticas y por las relaciones con Dios. A la relación unívoca entre yo y el televisor, entre tú y el televisor...se afianza la relación conmigo mismo, contigo y con los otros y de todos nosotros con el Señor...

Como cristianos, tenemos el deber de activar toda una serie de iniciativas de carácter educativo con el "abrir y el cerrar". Pienso en cursos de formación en las parroquias, catequesis, formación religiosa...Tenemos ya escuelas y manifestaciones educativas en lo social y político. Hay que comenzar a pensar en los medios de masas como una realidad no eludible. Se trata de informar a las personas acerca de los lenguajes y de las técnicas.

Pero se trata también de dar vida a momentos específicos de discusión y de profundización. Cuando se crearon los cineforum, miles de jóvenes se encontraron en las salas para discutir el film. Entre el mensaje y la sociedad emergía una opinión pública; el cine era de verdad un medio entre la cultura y la sociedad que lo había producido y las personas.

Hoy, que falta un trabajo de toma de conciencia colectiva, los medios de masas, mirándolo bien, corren el riesgo de no ser ni siquiera medios, si nos apartamos de la espiral perversa que reduce las potencialidades comunicativas a una relación entre la TV y cada individuo.

Pienso que sería oportuno relanzar lugares de discusión y de profundización, realizando junto al cineforum iniciativas que podremos llamar teleclub o teleforum. El crecimiento y el dominio de la opinión pública, hoy sin voz, resultaría más eficaz en la gente que no la formulación de juicios morales por parte de la autoridad.

En la atención educativa entra también la activación de una responsabilidad política en los encuentros con los medios de masas. Será deber de los laicos cristianos hacerse cargo de intervenir para que el sistema de los medios, que tiene un enorme impacto ético, cultural y educativo, sea disciplinado y dirigido con vistas a un interés general. Aprecio particular merece el sistema mixto- público y privado- en el

campo de los medios. La creación de concentraciones en un sector tan delicado puede llegar hasta comprometer a la misma democracia. De todos modos es un deber reconocer el papel desarrollado por la radiotelevisión públicas, como expresión de toda la comunidad nacional. Tal servicio evita, al menos en parte, la lógica despiadada del índice de degradación.

Influenciar la producción de mensajes

31. Nuestras iglesias están repletas de espléndidas obras de arte. Pintores y escultores han pasado a la historia gracias a los trabajos efectuados para altares, ábsides, paredes, púlpitos, vidrieras, portales...

Pero al lado de obras maestras existen también obras de artesanos...Todos estos materiales llevan el sello de la tradición, de un trabajo, de una atención requerida por la Iglesia y sus fieles. Los tiempos han cambiado profundamente. Ha cambiado la conciencia que la comunidad tiene de sí misma en relación con la sociedad, el papel de la Iglesia se ve de formas diferentes; como cristianos, debemos recuperar y relanzar la función de enviados para los medios de masas.

Hoy que no se vive la fe ya solamente en lugares sagrados y de culto, hoy que una sociedad supertecnificada iguala y se hace indiferente a los valores, nos toca recuperar energías y potencialidades, pues corremos el riesgo de dispersarnos y de llegar a una secularización.

Quizá los realizadores, los guionistas, agentes culturales, periodistas no piensan en nosotros; no afrontan ciertos temas, no revelan ninguna sensibilidad porque están inmersos, como nosotros, en un clima secularizado, y no porque seamos malos o distraídos.

Uno de nuestros problemas de hoy, en nuestras relaciones con los medios, es salir de la adicción y demandar. Tenemos, como personas adultas, que proponer y avanzar en exigencias.

¿Qué pedir o exigir? La primera exigencia que viene a la mente es la de algunos contenidos con los que debemos mostrarnos exigentes. Queremos que los medios de masas hablen del hombre, de sus problemas, de las dificultades objetivas, de los sentimientos, de los motivos por los que vivir, de los Países, de la naturaleza, historia y riquezas de la historia de la vida cristiana y de Dios. Nos gustaría que se propusieran los temas de la interioridad, la alegría, la esperanza y la fatiga diaria para realizarnos.

Pero nos interesan, además de los contenidos, los modos. En los debates sería importante que el espectador pudiese encontrar un clima civil, respeto mutuo de las personas e ideas, en lugar de polémicas o provocaciones entre los participantes.

Si es verdad que los jugadores de fútbol con su logotipo pueden crear en los tifosis o aficionados ultras reacciones de tensión y de violencia, no es menos verdadero que el clima de encuentro cívico entre la gente depende también de los modelos televisivos, del comportamiento de hombres políticos o exponentes de la cultura a la que los medios dan siempre más espacio.

- **32.** Nuestra petición podrá tener mayores posibilidades de obtener respuesta por parte de los interlocutores si somos:
 - claros en las propuestas;
- respetuosos de las posibilidades técnico-lingüísticas de los medios;
 - confiados en los valores profesionales de los comunicadores;
 - espléndidos en alabar y admirar a quien se lo merezca.

También existe en nuestro mundo ignorancia acerca de los poderes y las leyes propias de los medios e incrustaciones formadas en parte de prejuicios en las relaciones con los comunicadores. Se tiene en general cierta sospecha de ellos. Los periodistas, por ejemplo, se ven por muchos como intrusos, personas que hacen perder el tiempo, no demasiado preparadas en temas religiosos...Los realizadores y artistas son juzgados por su parte externa.

Debemos aprender a ponernos en relación con ellos de forma nueva, con plena conciencia y sentido de dignidad...

Si queremos audiencia, está bien que partamos de una postura de respeto y de entusiasmo por su profesión de agentes de la comunicación. Así entablaremos un diálogo de tú a tú. La autoridad en este campo se conquista mediante los comportamientos, los compromisos, la claridad y la firmeza si es necesario.

Las "condenas" de programas y de obras representan la razón última. Antes de expresarlas, vale la pena que nos preguntemos si no proporcionarán una publicidad indirecta. Cuando hacemos una condena, viene siempre una ruptura

Entrar en los medios directamente

33. Creo que la presencia de los católicos en el mundo de los medios puede acarrear contestaciones.

No pretendo referirme al trabajo meritorio que ya se desarrolla por fieles laicos en las emisoras independientes de la información y al precioso testimonio de fe que ellos logran dar. Tampoco puedo sustraerme de la gran contribución que dan a la formación de una opinión pública en la comunidad eclesial los diarios católicos, los semanarios, los mensuales, las radio diocesanas, así como la órdenes religiosas que tienen por constitución y tradición, un compromiso específico en los diversos campos de la comunicación: diarios, emisoras de TV y radio, revistas y editoriales.

Quiero subrayar la importancia del medio radiofónico: la primacía que en él puede asumir la palabra, el tipo de relación personal que puede favorecer, la compañía que crea, la discreción con que acompaña a quien trabaja o viaja, al que está solo o enfermo, hacen que se adapte al estilo pastoral. Muchas de nuestras comunidades han captado su importancia y se sirven de ella.

Todas estas iniciativas son animadas, sostenidas en donde haga falta mediante la implantación técnico-editorial para que puedan competir con dignidad y profesionalidad ante los deberes de información y de formación a las que están llamados.

Como comunidad eclesial nos esperan ulteriores obligaciones, comenzando por un salto de calidad en la consideración de los medios.

Desde el punto de vista pastoral está claro que los medios de masas de matiz católico deben apuntar al mundo de las opiniones e intentar una lectura de los hechos a la luz de los valores. Es impensable competir con la radio o TV pública o privada en el plano de la cantidad de noticias y de servicios. Pero tenemos que hacer las cosas con calidad, dando las noticias de otro modo, otro talante, evidenciando lo que los otros no dicen porque piensan sólo en la audiencia y por eso no las icen Existe así todo un tejido de cosas hechas, de solidaridad, educación, comunicación que se ignoran y que, sin embargo, constituye un precioso patrimonio de noticias y de informaciones susceptibles de formar opinión.

El objetivo es preparar a los católicos para que den noticias que no dan los otros con informaciones cualificadas, documentos, debates con el sello de una Iglesia viva. Viva porque está animada por una opinión pública muy motivada; viva porque permite la circulación de ideas, temas, intercambios de valoración, experiencias de fe y de compromiso diario. Viva porque los medios promueven un diálogo continuo entre laicos y pastores y porque son los primeros en hacerse eco del mundo, subrayando la dificultad y los problemas de la existencia, los puntos cruciales sobre los que se fundamentan las enseñanzas magisteriales: pensamos en temas de la familia, de jóvenes, ancianos, trabajo, ambiente, paz. Viva porque a través de los medios la Iglesia puede hacer oír su voz ante problemas como la casa, la asistencia, la salud, el voluntariado...que afectan de cerca de la gente.

Pero hay algunas hipótesis de las que simplemente hago un esbozo, dejando a las personas competentes que las _evalúen. El compromiso directo en los medios podría comportar al menos tres órdenes de problemas en un futuro no muy lejano:

a) reconsiderar lo que se llamaba "acceso" con las emisoras públicas o privadas. El tema se ha profundizado y estudiado mejor incluso en las componentes técnicas, pero hay que individuar los modos y los caminos para que se dé

voz a temas e instancias de carácter religioso. Asociaciones y movimientos locales pueden tener un papel importante;

- b) valorar la posibilidad de una presencia televisiva de calidad autónoma, gestionada por los laicos que asumen el honor de la empresa. El panorama actual de las redes de trabajo(network) deja entrever posibles espacios para iniciativas que se hacen cargo de un servicio cultural, incluso con modalidades nuevas;
- c) estudiar la posibilidad, por parte de los empresarios cristianos, de intervenir en los niveles productivos, por ejemplo con "agencias-programas" que ofrezcan servicios que formen opinión. En esta línea se mueven los centros de producción católica en diversos países del mundo.

EN DIÁLOGO CON HOLLYWOOD

(Los Angeles, 15 octubre 1992)

El cine se ha convertido en la forma contemporánea de arte por excelencia y la TV es hoy el vehículo principal de la cultura popular. Sólo la familia los supera en la capacidad de comunicar valores y formar las conciencias. La Iglesia tiene una larga tradición de colaboración con los artistas: los estimula " a abrir su creatividad para un fin trascendente", mientras ellos la ayudan a comunicar sus valores. Con estas premisas el Cardenal R. Mahony, arzobispo de Los Angeles, ha dirigido una carta

pastoral a los autores, realizadores, productores y actores del cine y de la TV. En su diócesis se encuentra Hollywood, donde se producen la mayor parte de las películas y telefilms que circulan por todo el mundo.

El texto, en forma de diálogo, no hace hipótesis alguna de reglamentar la creatividad de los autores, ni a la libertad de juicio de los espectadores. Describe, por el contrario, algunos aspectos problemáticos de la producción cinetelevisiva (la relación enriquecimiento-espectáculo y la de libertad-responsabilidad, el papel de los índices de audiencia) y presenta criterios de valoración general (sobre personajes, conflicto, desarrollo de la historia) y específica sobre determinados temas (entre los cuales la sexualidad, el bien, la violencia). esta introducción. El texto apareció en Il regno-documenti 38 (1993) 9, 302-309. El texto original inglés en Catholic International 21 (1992) 3, p. 1023 ss..

Durante millares de años la gente, cada vez que se empobrecía, estaba sola, confusa o sentía la necesidad de reunirse para dar un sentido a la propia vida, ha contado historias: historias de amor e historias de guerra, historias de valor o de desesperación, historias verdadera s o inventadas, historias cómicas o lacrimógenas. El elemento común a todas la s historias es que cada una contiene una parte verdadera sobre la historia de los hombres.

Las historias divierten. Nos gusta contarlas y escucharlas. ¿Por qué? Somos narradores de historias. Porque frecuentemente las historias nos llevan al pasado, nos unen a los otros y nos hacen capaces de distinguir las cosas, ponerlas juntas y llegar a captar el significado y el fin de nuestra vida.

A lo amplio y largo de su historia los hombres se han reunido en torno al fuego para contarse historias. Más tarde la han puesto por escrito. En tiempos más recientes se han reunido en torno a una estufa en la cocina contarse sus historias. Algunas veces ha musicalizado sus historias y las han cantado acompañándose con la

guitarra o el bajo. En nuestro siglo hemos descubierto nuevos modos de contar historias, modos que se llevan a cabo con nuevas y maravillosas tecnologías y nuevas emociones del arte. La TV- tanto en su parte informativa como de espectáculo- es un modo electrónico de contar historias. Se ha convertido en el vehículo de la cultura popular. Y el cine es el modo cinematográfico de contar historias. Ha llegado a ser la forma contemporánea de arte por excelencia.

Estos dos acontecimientos tienen un profundo significado para todos los que de corazón poseen la dignidad de la persona humana y el bienestar de la, familia humana.

Publico esta carta pastoral en el 5° aniversario de la visita de Juan Pablo II a Los Angeles y de su discurso a los líderes de la industria del espectáculo, en el cual decía:"...en cuanto a los comunicadores de la palabra humana, sed los custodios y los administradores de un inmenso poder espiritual que pertenece al patrimonio de la humanidad y está destinado a enriquecer a toda la humanidad entera".

Dirijo esta carta pastoral a tantos hombres y mujeres que ocupan puestos de importancia en la industria nacional del espectáculo: productores, realizadores, autores, técnicos, actores, artistas y a todos aquellos que forman parte de la producción y programación televisiva y espectáculos cinematográficos. También escribo para nuestra comunidad católica y a todas las personas de buena voluntad esparcidas por nuestro país, que son los espectadores de estos esfuerzos.

En esta carta quisiera compartir algunas reflexiones breves introductorias a la información televisiva, para pasar después a una tratado del espectáculo ofrecido por la narración de historias, tanto en la pequeña pantalla del televisor como en la gran pantalla del cine.

I. INFORMACIÓN TELEVISIVA

Creo que la información televisiva tiene que dar gracias providenciales a la vida social y política de nuestra gente. En su mejor expresión, puede crear un electorado inteligente que es la base de una sana democracia. Puede ser también

la tribuna desde la cual se debaten las grandes cuestiones de la sociedad, punto focal para un diálogo incesante, que es la linfa vital de una sociedad libre. El problema es el acceso, y en el sistema actual lo que lo asegura son los dineros.

A menudo el problema es también la condensación de ideas que parece ser que se exige. Un flash de 30 segundos es difícilmente adecuado para una discusión razonable de los serios problemas que se nos presentan.

También creo que la información televisiva tiene un papel providencial que jugar en la unión de los pueblos de la tierra. Y lo hace llevándonos al corazón , a la mente y al alma personas de otras partes del mundo, que pueden ser muy diversas de nosotros por el color de la piel, la lengua, la cultura, la educación, la fe religiosa, el patrimonio étnico, la orientación política o económica. Todas estas personas comparten con nosotros una humanidad común, una pertenencia común a la familia de Dios en esta tierra. Un modo correcto de hacer televisión puede ayudarnos a tener esta experiencia.

La información televisiva puede ayudar a unir los pueblos de la tierra permitiéndonos tener la experiencia en los mismos sucesos y en el mismo momento. Estoy pensando en acontecimientos diferentes como los primeros pasos en la luna, la caída del muro de Berlín, los juegos olímpicos, el hambre de Etiopía y Somalia, la noche de los Oscars, los estudiantes en la plaza Tienanmen, la elección del Papa o la del presidente. Centenares de millones de personas de cualquier parte del mundo han visto estos acontecimientos importantísimos casi al mismo tiempo. Esto debe acercarnos y ayudarnos a tener la experiencia de una humanidad común.

Una sola imagen televisiva- la toma de la tierra desde el espaciolo dice todo. Quien logra mirar esta maravilla, se dice a sí mismo:¡ He aquí donde vivo y donde vivimos todos. ¿Estamos aquí unidos?

La TV nos ayuda a entender que lo que tenemos en común es mucho más profundo e importante que lo que nos separa. Somos de verdad hermanos y hermanas los unos de los otros. Cuando la TV se usa se modo correcto, puede llevarnos a la plegaria de Jesús "para que todos seamos uno en el Padre (Jn 17,21-23).

Pero la información televisiva puede hacer algo más que darnos cuenta de nuestra unidad fundamental. También puede ayudarnos a tener experiencia de aquello que nos separa. Puede estimularnos a afrontar la crueldad que aflige a la historia. Puede despertar en nuestros corazones las necesidades y los sufrimientos de nuestros

semejantes. Puede hablar por aquellos que no pueden hacerlo- los jóvenes, los pobres, los marginados - y sus peticiones de justicia.

Puede quitar la máscara del rostro de la guerra. Puede revelar la avidez que hay tras el racismo, la hipocresía del sexismo, la desesperación detrás de la ciega violencia. Y puede llevar a juicio- ante millones de personas - a quien viola los derechos humanos, a quien no respeta el medio ambiente, a quien va contra la paz y confianza públicas.

II. ESPECTÁCULO

Pero la TV no es sólo un medio de información. También es un espectáculo. Los telefilms, los grandes escenarios y los films semanales se han convertido en los ingredientes básicos del espectáculo popular. A quien hace y ve estos programas y los cinematográficos dirijo estas las reflexiones de esta carta.

Lo hago porque Los Angeles es la capital mundial del espectáculo. Gran parte del espectáculo mundial se idea, se financia y se produce en esta zona. Mucha de nuestra gente vive del espectáculo.

Lo hago también por motivo del poder moral de estos medios. En esta sociedad, en este tiempo, sólo la familia supera a los medios en su capacidad de comunicar valores, formar las conciencias, proporcionar modelos de comportamiento y motivar la conducta humana.

No lo hago porque sea un realizador o un productor, un guionista o un autor, un técnico del montaje o un compositor. Me gustan estas formas de arte, pero no soy competente en ninguna de ellas. Más bien hablo como guía de una comunidad religiosa que comprende una parte significativa de espectadores y que tiene una responsabilidad particular en la promoción de la salud moral y en el crecimiento espiritual de todos los hijos de Dios.

III. ARTE Y RELIGIÓN

La comunidad religiosa tiene una larga tradición de colaboración con los mejores artistas del mundo- pintores, escultores, arquitectos, músicos, comediógrafos, poetas o novelistas - para crear obra de arte que durante siglos han iluminado y estimulado, elevado y recreado el espíritu humano. Estos artistas han ayudado a la Iglesia a contar su historia, a compartir sus perspectivas, a comunicar sus valores y a expresar su fe en los actos litúrgicos y en los símbolos sagrados, una contribución que el Concilio Vaticano II ha confirmado en el decreto Inter Mirifica sobre los medios de comunicación social (1963). Nos agrada pensar que la Iglesia haya ayudado a estos artistas a aumentar sus actitudes y a desarrollar al máximo sus creatividad.

¿La Iglesia les ha ayudado de este modo? Les ha pedido a estos artistas que abran su creatividad a un fin trascendente. Los ha estimulado a que afronten los interrogantes más profundos y duraderos del hombre en torno a su propia condición. Les ha ayudado a que vayan al fondo de sí mismos, a dar voz a sus deseos espirituales más íntimos, y a dar cuerpo a sus intuiciones más personales. ¿ Cuál ha sido el resultado? Estos artistas han creado obras de significado duradero, obras que continúan enriqueciendo a todos nosotros.

Esta mutua y fecunda colaboración entre comunidad artística y religiosa ha sido posible porque la religión y el arte tienen mucho en común. Ambas surgen de los más profundos sentimientos de la personalidad humana. Ambas se encuentran con los niveles de la personalidad humana y tienden a recavar sus

experiencias. Ninguna de las dos refleja una comunicación simplemente mental o cerebral. Tanto la religión como el arte buscan hacer que la materia sea transparente para el espíritu.

Un ejemplo de los lazos entre el arte y la religión puede verse en el nacimiento del teatro occidental, tanto la tragedia como la comedia, en los rituales religiosos, primero en la antigua Grecia y después en los atrios de las grandes catedrales de la Europa Medieval.

Esta afinidad entre religión y arte es particularmente verdadera para el catolicismo. Somos una religión que cuenta historias. La esencia de nuestra fe es la historia del amor apasionado de Dios por todos los miembros de la familia humana y de nuestra respuesta ambivalente e inconstante al amor de Dios. Esta aventura incesante ha traído una nueva intimidad mediante la alianza de Dios con el pueblo hebreo y se ha cumplido en el nacimiento, muerte y resurrección de Jesús.

La aventura continúa ahora en la vida de la Iglesia y en lo profundo del alma de cada uno de nosotros cuando luchamos por aceptar el amor de Dios y por responderle. Este es e drama central de toda vida humana. Bajo distintas apariencias y de muchas formas ésta es la historia de la familia humana.

Para el católico la esencia de la vida interior de Dios es comunicación, en un cierto punto autorevelación y después donación de sí. Para nosotros Jesús es la palabra de Dios, el modo con el que el Padre se revela a nosotros. "Dios ha amado tanto al mundo", dice Juan, " que envió a su Hijo unigénito para que quien crea en él tenga vida eterna" (Jn 3,16).

Para nosotros Jesús es la Palabra o la imagen de Dios hecha carne, ha llegado a ser humana, visible, tangible, vulnerable, terrena, sensiblemente presente entre nosotros. Este Jesús continúa viviendo su vida de resucitado no sólo en nosotros en el alma de quienes creen en él, sino en todo miembro de la familia humana, especialmente en los pobres y necesitados. Cuando nos abrimos a ellos, respondemos a sus necesidades, nos abrimos nosotros mismos a Dios que vive en ellos.

¿Cuál es el resultado? Dios se da a nosotros mediante ellos. Este es el modo con el que Dios actúa de ordinario: hace de lo humano un vehículo de lo divino. Frecuentemente nos habla, nos hace partícipes de su amor para nosotros a través de otras personas, a través del lenguaje y los gestos humanos, mediante los signos

totalmente humanos como son el vino, el agua y el aceite. El catolicismo es también una religión de signos y símbolos sagrados, una religión sacramental.

¿ Por qué maravillarse si los católicos sentimos tanta afinidad con los artistas que usan palabras e imágenes para condensar la vida humana y destilar la experiencia humana, contando la historia humana y revelando su significado trascendente? ¿Por qué maravillarse si amamos historias que van más allá de la superficie de la vida humana y exploran sus profundidades misteriosas? ¿ Por qué maravillarse si amamos historias que reflejan de modo particular su historia de amor que está en el corazón de la experiencia humana?

¿ Y por qué maravillarse si buscamos un diálogo con los que hacen films en la industria del espectáculo? Su poder - en el bien o en el mal - es impresionante. Lo que crean no sólo refleja la sociedad humana sino que contribuye también a formarla:" Vuestra influencia sobre la sociedad es muy profunda", dijo Juan Pablo II en su discurso a los líderes de esta industria." Centenares de millones de personas ven vuestros films y programas televisivos, oyendo vuestras voces, cantando vuestras canciones y reflejan vuestras opiniones.

Es indiscutible que vuestras decisiones más pequeñas pueden tener un impacto mundial". Es raro que un sacerdote, un ministro o rabino, un educador, un político o un dirigente comercial tengan el poder de un director de cine para elevar o degradar a la persona humana.

IV. ENRIQUECIMIENTO Y ESPECTÁCULO

Es obvio que los directores de cine tienen el deber de divertir: la diversión es un valor humano. Los hijos de Dios necesitan reír, llorar, fantasear y jugar. El espectáculo es un modo para hacer todas estas cosas. Pero en el momento en que se divierten, los directores de cine, como todos los artistas, tienen también el deber de

enriquecer a su público, de participar con él alguna intuición sobre lo que significa ser persona, estimulándola a tener cuidado de su propia vida y usar de la propia libertad para crecer, para decir "sí" a sí mismo, a progresar en el amor y en la participación con todos los hermanos y las hermanas de la familia humana: así, al hacer su contribución a a la edificación de una sociedad humana de paz y justicia en la que todos vivimos.

No creo que los directores de cine puedan entretener de modo completo al público sin enriquecerlo al mismo tiempo entreteniéndolo. El entretenimiento sin enriquecimiento es superficial y sin compromiso. El enriquecimiento sin entretenimiento es simplemente dañino: no enriquece a nadie. No es cuestión de entretenimiento o enriquecimiento. Es cuestión de entretenimiento y enriquecimiento.

V. LIBERTAD Y RESPONSABILIDAD

Fundir entretenimiento y enriquecimiento es un estímulo creativo de capital importancia. El deber de los directores responsables es extremadamente difícil y por eso necesitan de mucha libertad para asumirlo.

Esto significa libertad explorar a fondo en los personajes de sus historias: libertad de enfrentar la parte demoníaca de sus personajes con la parte divina; libertad de examinar honestamente las decisiones en las que se debaten; libertad de mirar las consecuencias de esas decisiones; libertad de decir la verdad como ellos la ven; libertad de hacerlo del modo más convincente que puedan; libertad de probar las cosas, de arriesgarse, hasta de fracasar. La libertad artística es esencial para el proceso creativo.

Los directores son muy celosos de su libertad. Pero una breve reflexión los convencerá de que la libertad, tan querida por ellos, no puede estar separada del orden moral, de las exigencias de la verdad, de una solicitud por el bien común o el bienestar de otras personas. Esta separación llevaría no a la libertad sino al arbitrio.

Nos alegramos de la primera enmienda de nuestra Constitución que protege nuestro derecho, no sólo de adorar a Dios según nuestras conciencias, sino también de decir la verdad tal como la vemos. Pero ninguna persona razonable diría que la primera enmienda nos da el derecho de encender fuego en un teatro lleno de gente o de difamar a otro ser humano o de jurar en falso. La libertad artística debe ser siempre responsable.

El deber de un director responsable porque una parte de su público puede ser joven, que no están emotivamente maduros. Pocos de ellos saben renunciar a la satisfacción inmediata de una necesidad o de practicar la autodisciplina. La afirmación de sí mismos es débil y sus valores están en continuo cambio. Llevan en sí una carga de energías turbulentas que no están todavía bajo el dominio de la razón.

Considerado el poder de un film, lo que para un adulto maduro y disciplinado podría ser un retrato refinado y real de una experiencia humana significativa, podría llevar a un joven vulnerable y sensible a un comportamiento autodestructivo y antisocial. La exclusión de menores de 17 años es una ayuda limitada, visto que la mayor parte de los jóvenes llega a la madurez emotiva después de los 17 años (se hace aquí una referencia a la clasificación de la Motion Picture Association of America - MPAA- una comisión de diez personas, todas padres, que valora el film según una escala de cinco niveles, desde "G", para todos, "NC- 17", exclusión de chicos hasta 17 años: la clasificación tiene el valor meramente indicativo para las familias y no es obligatorio para las salas de cine).

Temo que tanta publicidad televisiva dé esta impresión. Implícitamente dicen:" si no posees lo que vendemos, no eres nada, y como ser humano eres u fracaso". Esto es idolátrico y explica el desequilibrio que aflige a tantos jóvenes.

La regla de oro se aplica aquí. Los directores responsables no harán a su público lo que no querrían que se les hubiera hecho a ellos, o a sus hijos adolescentes. No herirán la sensibilidad en nombre del teatro o de la tragedia. Al contar historias, deben ser comprometidas y convincentes desde el punto de vista cinematográfico, no jugarán con las emociones incontroladas de los espectadores menos maduros. Al buscar el placer del público, no incitarán los instintos bajos, el narcisismo, el hedonismo y la concupiscencia. No dirán a sus espectadores (solo) parte de la realidad, la parte fácil de oír y ocultarán la otra parte, la que requiere duro trabajo, disciplina y amor desinteresado.

VI. EL SISTEMA

Las responsabilidades de los directores son graves. Sus decisiones son estrechamente difíciles y más aún por el sistema comercial en donde trabajan.

La TV es una empresa guiada por los índices de audiencia. Los programadores establecen como objetivo un segmento de espectadores - aquellos que probablemente comprarán los productos que marca la publicidad - y después seleccionan los programas a su parecer cubrirán el segmento demográficamente deseado. La industria cinematográfica es semejante. Produce aquello que los productores cree que la gente pagará por ver.

Este sistema comercial tiene sus desventajas. Tiende a ignorar las necesidades de la totalidad (de los segmentos) de los espectadores, al someter el espectáculo al marketing, al concentrar el poder inmediato de la programación en pocas manos, al decir a la gente solamente aquello que quiere antes que aquello que necesita, al recurrir al mínimo común denominador y al imponer severas restricciones a la libertad de los directores.

Tiene, sin embargo, una gran ventaja. Hacer simplemente lo que les guste a los espectadores. Este es un poder importante y comporta una responsabilidad importante.

VII. LA RESPONSABILIDAD DEL ESPECTADOR

Se ha dicho que en una democracia la gente tiene la forma de gobierno que merece. Lo mismo se puede decir del espectáculo. El público, tanto en el cine como en casa ante el televisor, debe conocer los géneros en donde se apoya el film.

Esto no resta responsabilidad a los directores. Y también hay que afirmar que el público debe asumir su parte de responsabilidad. Ni el público ni la comunidad creativa puede renunciar a las propias responsabilidades y no echar la culpa al otro en el estado actual de las cosas.

¿ Cómo hace el espectador responsable para decidir los programas televisivos y cinematográficos que tiene que ver y cuál de ellos sugerir a los amigos? ¿Cómo pueden los padres responsables ayudar a los hijos a que tomen estas decisiones? ¿ Cómo hace el crítico para evaluar lo que ve? ¿Y qué hace el director responsable para decidir qué tipo de historias debe contar y de qué modo?

No son preguntas fáciles de responder, ni decisiones sencillas las que se deben tomar. El espectador, el padre, el crítico, el director deben resolverlas en lo íntimo de su recta conciencia.

Porque soy contrario a la censura, no propongo un código que regule lo que los directores pueden crear, ni quiero imponer lo que los espectadores inteligentes pueden ver.

Mi contribución mediante esta carta pastoral está dirigida más bien a proponer y ofrecer criterios que espero sean de ayuda y guía a los directores y a los espectadores en su esfuerzo por responder a tales preguntas y a tomar decisiones.

VIII. CRITERIOS GENERALES

Un buen film o un buen programa televisivo está formado de muchos ingredientes. Desde el punto de vista de los valores humanos, hay tres de interés particular: los personajes, la naturaleza del conflicto y el desarrollo de la historia.

VALORACIÓN DE LOS PERSONAJES

En el libro del Génesis, el Señor nos dice que ha creado al hombre a su imagen y semejanza. Esto significa que todo ser humano es copia y morada de Dios. Esto da a cada persona una dignidad infinita, un valor divino. Esta dignidad se expresa cuando las personas se abren a la realidad y se aferran a la verdad, cuando tienen cuidado de sus vidas y ejercen su libertad de modo responsable, cuando eligen el crecimiento de llegar a ser plenamente vivas, personas completas, confiando su vida a Dios que nos ha llamado a la amistad con él, y cuando llegan a compartir el amor con Dios y con los otros. El amor, más que ninguna otra cosa, es lo que nos hace semejantes a Dios. El amor es la realización de la personalidad humana, la fuente de nuestras alegrías más grandes.

Sin embargo, amar no es nada fácil para los seres humanos. Y tampoco lo es el sentido de responsabilidad, libertad, renuncia, crecimiento y apertura a la verdad. En nosotros mismos encontramos energías contrarias - energías negativas, autodestructivas -, una tendencia a mentirnos, a despilfarrar la libertad con una forma servil de seguridad, a elegir lo negativo y la muerte antes que el pleno florecer de nuestra vida, a echarse atrás, a tener miedo ante las exigencia precisas del amor, a caer en la fosa de las serpientes del narcisismo y del rencor, en la apatía y en la autoconmiseración. San Pablo lo ha dicho muy bien:" No hago el bien que quiero, sino el mal que no quiero" (Rom 7,19).

Es un hecho que no se puede negar: somos criaturas ambivalentes - lacerados o heridos entre los polos positivos y negativos de nuestro ser, entre la verdad

y la ilusión, el amor y el odio, la libertad y la destrucción, entre deseos de vida y de muerte, a veces, bajos de forma y otras imperfectos, animados y maravillosos.

Este conflicto incesante es el corazón, el núcleo de la condición humana. Y es también materia de una gran narración.

Para evaluar los personajes de un film o TV desde el punto de vista de los valores humanos, debemos preguntarnos:

- 1. ¿ Son creíbles? ¿ Me puedo relacionar con ellos? ¿Puedo encontrar mi eco en ellos?
- **2.** ¿Me introduzco en los personajes de la historia? ¿ Llego a saber lo que piensan, sienten y eligen? ¿Se me da alguna idea de por qué han llegado a ser lo que son, y por qué hacen las cosas que hacen?
- **3.** ¿ Me agradan? ¿ Siento compasión cuando sufren? ¿ Veo algo divino en los personajes mezquinos? ¿ Algo demoníaco en los ricos o admirables?
- **4.** ¿Qué cosas dicen estos personajes de mí mismo, de las personas que me rodean?

Valoración del conflicto

El motor que pone en movimiento casi todas las historias - cómico-dramáticas - es el conflicto entre el bien y el mal.

El "bien" es lo que permite que el divino obrar actúe en nosotros. Exalta la vida, responde a la vida y celebra la vida. Está apegado a la verdad completa, sin importarle a qué precio. Usa la propia libertad para compartirla con los otros. Cura, reconcilia, ama.

El "mal" es lo opuesto. Elimina lo divino que existe en nosotros. A primera vista, parece bueno: promete mucho. Pero hay que estar a la expectativa. En el corazón del mal hay un terrible vacío y la mentira, la verdad a medias empleada para distorsionar la verdad, una mentira a la que está dispuesto a defender y proteger de cualquier modo. El mal lleva consigo este miedo de que se le desenmascare y se transforme en odio sometido a presiones; un odio que se manifiesta en violencia verbal, emotiva o física. No en vano Jesús llamó a Satanás mentiroso y asesino.

Para evaluar el conflicto en un film o TV, nos preguntamos:

- 1. ¿Con qué profundidad y honestidad se trata el mal? ¿Vemos su inicio fascinante, la disparidad entre lo que promete y lo que hace, la mentira que constituye su misma esencia, el miedo que le persigue, la bajeza que hay en el corazón, el vacío deshumanizante que aflige a quienes sucumben, la violencia que es su culmen? ¿Vemos los efectos que ahogan, envanecen y destruyen la vida?
- **2.** ¿ Con qué profundidad y honestidad se trata la bondad, el bien? ¿Va el film más allá de las imágenes superficiales de bondad y el respeto formal con que mucha gente lo considera? ¿Vemos las severas exigencias que impone: el precio que debe pagar la persona que opta por el mal, el valor que se nos pide para responder a tales demandas? ¿ Vemos que la bondad es premio en sí misma, tanto si se le reconoce a la persona como si se le aplaude o no?

Valoración del desarrollo de la historia

En la estructura clásica de la historia de un film, cuando los personajes principales o protagonistas necesitan o quieren algo, deben superar un obstáculo tras otro para conseguir el fin. Al inicio de la historia los protagonistas manifiestan un problema, surgen complicaciones y el problema se agrava cada vez más.

En cada paso de la historia los protagonistas se ponen a prueba y tiene que tomar una decisión. Finalmente, en el último acto, se toman decisiones cruciales hasta que se resuelve el conflicto. A veces los protagonistas logran lo que quieren y otras veces no. En el proceso o desarrollo, los protagonistas se cambian Alguna vez, tras haber sido sometidos a pruebas, castigados o premiados, se crecen; otras no lo alcanzan porque han renunciado a ello.

Para evaluar el desarrollo de la historia de un film o TV, debemos preguntarnos:

- **1.** La solución de la historia, ¿ es real? El cambio de los personajes desde el principio al final, ¿ es creíble? ¿Sucede por circunstancias externas o por elecciones interiores? Los personajes, ¿ crecen o retroceden? En el primer caso, ¿qué produce el crecimiento en ellos? En el segundo, ¿ a qué se debe el retroceso?
- **2.** El film,¿ evita el un romanticismo vacío, una visión de la vida mediante tonos rosáceos, en los que la virtud triunfa y el vicio se castiga? El film, ¿ evita por otra parte, un desesperado cinismo que dice que la verdad es inalcanzable, el crecimiento imposible, el amor una ilusión en sí mismo, la esperanza no existe y la vida no vale la pena vivirse?
- **3.** O bien, ¿ refleja el film una visión más equilibrada y real, afirmando que no somos vulnerables al mal, las desilusiones y los fallos, penas y conflictos y que son inevitables en esta vida, a no ser que las aceptemos de modo que nos puedan ayudar para nuestro crecimiento personal? "Todo concurre para el bien de

aquellos que aman a Dios" (Rom 8,28). Esta es la visión trágica pero característica de muchas comedias.

CRITERIOS ESPECÍFICOS POR ÁREAS DE INTERÉS

PARTICULAR

A) RELACIONES

"No está bien que el hombre esté solo", dijo el Señor en el jardín del Edén (Gn 2,18). Somos seres sociales. Descubrimos quiénes somos, nos realizamos con nuestras cualidades y las conseguimos en relación con otras personas.

Las relaciones se dividen en tres categorías

1. La realización yo-tú. Es la más rica y la más profunda de las relaciones humanas. La mayoría de las personas puede mantenerlas con un número concreto y determinado. Valiéndome de las intuiciones de Martin Buber, describiría esta relación así: dos personas, que están una frente a la otra, se abren, se miran recíprocamente, se dan una a la otra y se dicen "sí".

Están una frente a la otra porque ambas se consideran como mundos buenos en sí mismos. Ninguno es satélite del otro. Se abren una a la otra porque participan de la más íntima, personal y vulnerable parte de su sí en una total confianza y honestidad. Dicen un "sí" la una a la otra porque sintonizan. Este es el corazón de la fidelidad. Dicen un "sí" la una a la otra no solamente por lo que reciben, sino por lo que ven en la otra: una persona humana cuya alma refleja el rostro de Dios. Este "sí"

incondicional crea una profunda forma de unión emotiva. Dos personas se convierten en una. Cada una se preocupa de la otra y del amor por la otra, lo mismo que se preocupa uno de sí mismo.

2. La amistad yo-tú. Es la más común de las relaciones humanas auténticas. Ambas personas se reconocen y se afirman como fin en sí mismas, buenas en sí mismas. Sin embargo esta relación no es tan íntima, ni la comunicación tan profunda y plena de confianza como en la relación yo-tú.

3. La relación yo-objeto. Es una relación no auténtica en cuanto que una parte no es tratada como persona sino como un satélite de la otra, existente para la otra, pero privada de dignidad y de valor en sí. Estas relaciones se caracterizan por la instrumentalización y por el disfrute.

La intimidad de una relación puede juzgarse en base a la calidad

la comunicación entre las personas implicadas. Cuanto más abiertas y confiadas, honestas y vulnerables sean las relaciones del uno para con el otro, tanto más íntimas son las relaciones. Cuanto más superficiales, falsas y deshonestas sean las comunicaciones, tanto más lejos se encuentran el uno del otro. Las relaciones comienza, se expresan y se alimentan con una comunicación profunda, íntima y personal. Cuanta más verdad comparten las personas, mejor es su relación. No puede existir amistad - por no hablar de amor - sin un compromiso que esté precedido por la verdad. La fidelidad se inicia aquí. La deshonestidad es el ácido que corroe las relaciones. La mentira destruye.

Para evaluar las relaciones en un film o TV, nos

preguntamos:

de

1. ¿ Qué dice el film sobre las relaciones entre los varios personajes? ¿Vemos el valor requerido para mantener una relación yo-tú? ¿ Se dan pistas para la superación de sí mismos? ¿ Vemos la degradación que una relación yo- objeto

comporta? ¿ Nos dan ganas de que la persona humillada se libre del solo placer y recupere su dignidad?

2. ¿ Cuántos personajes se comunican entre sí al principio del film? ¿ Y al final? ¿ Tienen dificultad en compartir el uno con el otro la propia vulnerabilidad? ¿Por qué? La aceptación de sí, ¿ es para ellos un problema? ¿Por qué? ¿Y la confianza? ¿Qué requiere la fidelidad? ¿Se sienten tentados de alejarse de la verdad? ¿Qué ocurre a sus relaciones cuando sucumben?

B) SEXUALIDAD

La sexualidad es una parte maravillosa y sagrada de la vida humana y, por tanto, debe entrar en el trato honesto de la condición humana. El acto sexual es una forma única y privilegiada de comunicación humana. Mucho más que la compleja y significativa unión de dos cuerpos. Presupone una relación yo-tú y determina la fusión de un hombre y una mujer en todos los niveles de sus personalidad: físico, psicológico y espiritual. Afirma también algo mucho más preciso; "Te pertenezco sólo a ti, para siempre".

Este mutuo compromiso es permanente y exclusivo cuando se expresa con palabras delante de la comunidad religiosa, porque se origina un pacto de amor que llamamos matrimonio. La tradición cristiana sostiene que la intimidad sexual tiene sentido en el matrimonio y que, fuera de él, el acto sexual pierde su significado más profundo y se convierte en algo deshonesto.

preguntarnos:

Para evaluar la sexualidad en un film o TV, debemos

1. Cuando los personajes hacen una relación sexual, ¿ qué se dicen el uno a la otra?

En el caso de que digan con sus cuerpos algo que no piensan, ni sienten el corazón y el alma, todo se reduce a un placer físico, falto de vida. Esas escenas son inauténticas, inadecuadas y vacías.

- **2.** Las escenas de sexo, ¿ se tratan con elegancia, delicadeza y respeto que merecen? ¿ Son parte esencial de la narración o gratuitas? ¿ Qué efecto tendrán en un público joven e inmaduro? ¿ Os gustaría que vuestros hijos adolescentes vieran esas escenas? ¿Y sus amigos?
- **3.** Esas escenas, ¿ transmiten la belleza de la sexualidad auténtica o rebajan esta parte tan importante del ser humano? ¿Estimulan a los espectadores a ser más honestos, sensibles y amables en sus relaciones con los otros?

C) LAS MUJERES

Los hombres y las mujeres son físicamente distintos. Lo pueden se incluso emotivamente. Me parece que las mujeres tienen una propensión especial para reflejar la ternura de Dios y, además, en su designio tienen igual dignidad. Las mujeres desean tener iguales derechos en el campo económico y político, iguales oportunidades

en el trabajo y en su trato. El matrimonio es una sociedad paritaria que abarca todos los campos del hogar.

Para evaluar el retrato de las mujeres en el film, nos preguntamos:

1. ¿ Cómo se trata a las mujeres en la historia? ¿Son personas que poseen la misma e intrínseca dignidad que el hombre?, y, a nivel más profundo, ¿ afrontan los mismo anhelos de crecimiento y toma de conciencia de que son libres y capaces de amar como Dios quiere? ¿O se da en el film la impresión de que son algo inferiores y consideradas como objetos más bien que como personas iguales que el hombre?

- **2.** ¿ Se da especial importancia a la maternidad? La contribución que hacen las madres con sus hijos y con la sociedad, a menudo con grandes sacrificios, ¿ se afirma y se aprecia en el film de forma adecuada?
- **3.** Las presiones, tensiones y angustias de las madres que trabajan, \dot{b} se les explota en su sensibilidad, sinceridad y compasión?

D) LA FAMILIA

La mayoría de las familias, por ejemplo americanas, da una gran importancia a la vida familiar, porque esta vida, aunque compromete mucho, da también mucho. Es en ella en donde busca la mayoría de los americanos su propia realización y en donde se fundamenta la propia vida.

Para evaluar el papel de la familia en el film, nos preguntamos:

- 1. ¿ Qué comunican los miembros de la familia en el film? ¿ Hay sinceridad y confianza, aceptación de la vulnerabilidad y de las emociones o existe miedo y opresión? ¿ Participan los miembros honestamente el uno con el otro en lo que experimentan?. ¿ O viven **superficialmente** papeles sus papeles respectivos deberes? Si es así, ¿ por qué?
- 2. ¿Vemos el valeroso sacrificio que exige la vida familiar de los padres, la fuerza moral necesaria para renovar continuamente el amor recíproco y con los hijos, a pesar de los cambios, la fragilidad humana y los litigios inevitables? ¿Vemos la superación del "yo", la continua necesidad de perdonar y olvidara los seres humanos imperfectos ara vivir en armonía y felicidad los unos con los otros?
- **3.** ¿Vemos cómo los niños florecen en una atmósfera de amor y cómo se alteran cuando el amor no existe? ¿Vemos los efectos letales en las luchas de los padres? El derecho de los niños es tener una casa habitada con el cariño de los padres, ¿ se reconoce y se afirma esta realidad? ¿Vemos la tragedia, especialmente en los niños, provocada por la ruptura de la familia?

E) RELIGIÓN

La mayor parte de los americanos cree en Dios y reza regularmente. Mira a Dios para darle un sentido a la propia vida. Busca en Dios la fuerza y la sabiduría para hacer frente a los cambios y resolver los problemas. Ve a Dios como la motivación última de lo que hace, es decir, como el fundamento último para su modo de vivir.

Para evaluar el aspecto religioso, nos preguntamos:

1. La dimensión religiosa de los personajes de la historia, ¿es transparente? Si no lo es, ¿ por qué motivo? A medida que los problemas aumentan, ¿ se dirigen a Dios para pedirle ayuda? ¿Qué fuerza tiene como factor motivante su fe en Dios? ¿ Los vemos discutir con Dios, enfadarse por su fe en Dios? ¿Los vemos hacer cosas que no harían si tuvieran fe en Dios? ¿Les ayuda su fe a comprender mejor su propia vida?¿ Son felices, más fuertes, más atentos los unos con los otros a causa de su fe? Si no, ¿por qué?

2. ¿Son activos en una comunidad religiosa, adorando a Dios y sirviendo a la comunidad mediante la misma comunidad religiosa?

F) TRABAJO

El trabajo tiene un papel importante que jugar en la vida humana, no sólo como un medio de ganarse la vida y de contribuir al bien público, sino también como crisol en el que desarrollar los propios talentos como escuela de autodisciplina, como fuente de autoformación y vehículo para expresarse a sí mismos.

Para evaluar la presencia del trabajo, debemos preguntarnos:

- **1.** ¿ Vemos la necesidad del trabajo, sus satisfacciones, lo que puede y no puede dar?
- **2.** ¿Vemos el esfuerzo fatigoso que requiere y la realización que puede dar?
- **3.** ¿Vemos también la necesidad de encontrar un equilibrio entre el trabajo y los otros aspectos de la vida?

G) BIENES

Los salarios y las cosas que se pueden comprar contribuyen a construir nuestra vida. Nos colocan en situación de hacer cosas que no podríamos sin ellos, nos dan sentido de seguridad y de libertad para proseguir nuestra realización.

Pero los sueldos y los bienes que no pueden satisfacer los deseos más profundos de nuestro corazón. Ni pueden garantizar la felicidad que proviene no de lo que tenemos sino de lo que somos o llegamos a ser. No es cuestión de riquezas exteriores, sino interiores, aquello que hemos aprendido y de lo que tenemos experiencia, aquello que hemos creado y sobre todo a quienes hemos amado y quienes nos aman.

Para evaluar el lugar de los bienes en un film, nos preguntamos:

- 1. El film, ¿ da de algún modo la impresión de que los suelos y las cosas que con ellos podemos adquirir son el requisito indispensable para una vida feliz, riqueza y felicidad?
- **2.** La búsqueda de estos sueldos en el film, ¿ une a la gente o la separa? Las preocupaciones por las cosas, ¿hace que los personajes del film sean más humanos o menos?
- **3.** ¿Cómo se trata en el film al pobre y al oprimido? La justicia respeto de los derechos de los otros -, ¿ es una adecuada respuesta a las necesidades del pobre y del oprimido? ¿ Qué puede dar el pobre al rico que le contrata?
- **4.** ¿Vemos el valor de las cosas que podemos comprar con los sueldos, la diferencia entre riqueza interior y exterior?

H) AUTORIDAD

Cada comunidad humana necesita de un guía para comunicar la visión de la comunidad, para presidir el diálogo, articular el sentido y ejecutar la voluntad. Alguien debe interesarse por el bienestar de al comunidad, coordinar sus actividades, proteger a sus miembros débiles y necesitados, reconciliar sus altercados y mantener unida a la comunidad. El fin de la autoridad no es nunca dominio, sino servicio. Existe para la gente, no viceversa.

Para evaluar la presentación de la autoridad en el film, nos

preguntamos:

- 1. ¿De qué modo cumple la autoridad en el film con su responsabilidad? ¿ Cuál es su papel, si existe, en los encuentros de los personajes de la historia? ¿Busca dominar o servir?
 - 2. Si el director del film se burla de la autoridad, ¿ qué ocurre?
- **3.** ¿Te imaginas a los personajes del film en un mundo sin autoridad? ¿Te gustaría vivir en un mundo así?

H) VIOLENCIA

Tensiones, conflictos entre individuos y grupos son inevitables, dada la condición humana pecadora e imperfecta. No sabemos lo que siente la otra persona, lo que piensa o lo que haría y, por tanto, tenemos miedo. Después, el miedo se convierte en hostilidad y, con la provocación, la hostilidad puede desembocar en una forma de violencia verbal, emotiva y física. El gran interrogante, en un film como en la vida, es resolver el conflicto. Hay dos posibilidades:

1. El camino de la violencia. Una persona atemoriza a la otra. Esto crea la reacción de la persona violenta como la de la violentada. A menudo la segunda siente el rencor y busca la forma de vengarse. Así comienza un nuevo ciclo de violencia. Todos tenemos la violencia en nuestro interior. No hace falta mucho para manifestarla. La violencia es el modo bajuno de resolver los problemas.

2. El camino del diálogo. Los individuos implicados afrontan el conflicto y deciden resolverlo hablando. Se empeñan en buscar la verdad mediante el diálogo, incluso si éste puede comportar el cambio de la propia postura. Se empeñan en amar a los propios enemigos afirmando que en ellos existe el bien y, por tanto, deben abstenerse de toda violencia verbal, emotiva o física." Amad a vuestros enemigos, haced el bien a quien os odia, rezad por vuestros perseguidores, si uno te pega en una mejilla, preséntale la otra" (Mt 5,39.44). Esto requiere una gran fuerza moral, puesto que hace falta más valor para soportar las diferencias que para infligirlas. Tanto Gandhi como Martin Luther King nos han mostrado el poder de la no - violencia.

Desgraciadamente, en América y en muchos lugares del universo hay situaciones para las dos posibilidades. ¿ Qué hace uno si su adversario rechaza la invitación al diálogo y amenaza con la violencia contra él o los otros? La mayoría de los moralistas están de acuerdo en mantener que la autodefensa es un derecho y que, en ciertos casos, el uso de la fuerza para proteger a inocentes puede ser indispensable, pero sólo como el último recurso y con el mínimo daño posible. Sin embargo, la violencia existe en la vida real y en el cine.

Para evaluar la violencia en el film, debemos preguntarnos:

- 1. ¿ Se requiere la violencia en el film? ¿Se presenta como un medio para solucionar conflictos? ¿Se presenta honestamente? ¿Vemos la bajeza que subyace en su origen? ¿ Vemos la pena y la deshumanización que genera en la persona que la sufre y en quien la comete? ¿Vemos lo que genera la violencia?
- **2.** La no violencia camino del diálogo -, ¿ se presenta como una alternativa creíble? ¿Qué comporta la historia? ¿Vemos la firmeza moral necesaria? ¿Podría ser el auténtico modo de reconciliar a los enemigos?

- **3.** El dilema moral de alguien que es amenazado por la violencia, ¿ explota de modo sensible? ¿Vemos la diferencia entre el amor a los enemigos y el dejarse llevar por la ira? ¿Qué hace una persona no violenta ante el furor que siente cuando alguien le hace sufrir? ¿ Estamos obligados a defendernos? ¿Tenemos derecho a imponer a otro nuestra opinión?
- **4.** El film, ¿se inclina por los impulsos agresivos y violentos que anidan escondidos en el corazón humano? ¿Es peligroso que los espectadores permanezcan menos sensibles con los horrores de la violencia por el hecho de verla?

CONCLUSIONES

Los criterios que he formulado y los valores que los sustentan, no son exclusivos de una comunidad religiosa, grupo étnico, de un cierto nivel de instrucción, de una clase económica o de un partido político. Seguramente la Iglesia católica no tiene el monopolio sobre ellos. Siendo valores humanos, son reconocidos por todas las personas. En Estados Unidos hay un gran consenso, dice el Cardenal Roger Mahony en su carta pastoral titulada EN DIÁLOGO CON HOLLYWOOD, a favor de estos valores. La mayoría de los americanos no los ponen discusión. Estos valores son los que desean ver en los espectáculos populares.

Creo que todo los que tienen en el corazón la dignidad de la persona humana y el temple moral - católicos o protestantes, cristianos o hebreos, hindúes o musulmanes, budhistas o agnósticos - deben trabajar juntos en la promoción de esta clase de espectáculos.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN AMERICA LATINA

Tercera conferencia general de los obispos latino-americanos sobre la "Evangelización hoy y en el futuro de América Latina (PUEBLA, MEXICO 1979)

La tercera Conferencia general del episcopado latino-americana tuvo lugar al inicio de 1979 en Puebla, en Méjico. El "Consejo Episcopal Latino Americano" (CELAM) es considerado como el organismo más alto de planificación y reflexión de la Iglesia latino-americana El encuentro de Puebla tuvo lugar después del de 1986 en Medellín, Colombia, durante el cual la Iglesia latino-americana había cumplido un paso decisivo hacia los "opción" por los pobres. Ya en esta ocasión anterior la comunicaciones sociales eran reconocidas como una fuerza especial y como medios vitales para el trabajo pastoral de la Iglesia en América Latina.

Las conclusiones de Medellín dedican un capítulo entero a los medios de comunicación social. Otras partes importantes del documento son las de la promoción humana mediante la justicia y la paz, la familia, la educación y los jóvenes. Existe también una sección sobre la Evangelización y crecimiento de la fe a través de la pastoral, la catequesis y la liturgia. La tercera parte, que tiene por objeto la Iglesia visible y sus estructuras, abre con un capítulo sobre los movimientos laicos y continúa hablando de los sacerdotes, de los religiosos, de la formación del clero, de la pobreza de la Iglesia y de la interrelación entre las actividades pastorales y las estructuras a su disposición. La parte inicial del último capítulo del documento de Medellín habla de los medios de comunicación social y, en particular, de su papel en relación con la Iglesia. Se consideran, juntamente con los otros medios, como instrumentos de sensibilización,

sostén y guía para una participación activa y como agentes cruciales en el proceso de transformación, integración y desarrollo de la dignidad humana y crecimiento de la fe.

En el mundo de hoy, se afirma en el documento de Medellín, la Iglesia no puede realizar su misión" en cada rincón del mundo" si no emplea los medios de comunicación social para unir a toda la gente (n.7) Los medios de la comunicación social se ven también como instrumentos para la autopresentación de la Iglesia. Además, el documento de Medellín requiere, entre otras cosas, que se tenga un compromiso pastoral dinámico, y subraya la necesidad de una formación profesional y apostólica adecuada y de una educación en los medios en todos los niveles: se debe impartir una formación específica al personal de la Iglesia, especialmente a quienes van a proclamar la Palabra (nn.13-16).

Este documento se refiere a una cultura emergente de los nuevos medios y a la necesidad de una teología adecuada y a una seria búsqueda en el campo de la comunicación (n.17).

El contenido general del documento de Puebla presenta en su primera parte una panorámica histórico-sociológica de la realidad pastoral en América Latina. El tema de la segunda parte es la evangelización y el plan de Dios de salvación. La evangelización como comunión y participación son los temas de la tercera parte, cuyo primer capítulo trata de los centros de la comunión y participación (La familia y las comunidades eclesiales); el segundo capítulo habla de los agentes de la obra pastoral: los ministros de la jerarquía, los religiosos, los laicos; el tercer capítulo, finalmente, trata de los medios para la comunicación y participación. Los medios de la comunicación social son el objeto de la quinta sección de esta capítulo, al que sigue la sección sobre la Liturgia, la oración privada, la piedad popular (1), el testimonio (2), catequesis (3) y educación (4). En este contexto, la comunicación se coloca entre los medios de evangelización, así como la Evangelii Nuntiandi lo había ya hecho con los medios. El Diálogo para la comunicación y la participación es el tema del capítulo final de la cuarta parte, que habla de la comunicación y de la participación. El documento de Puebla, ya de por sí interesante, hubiera adquirido una dimensión más global si el término comunión se hubiera sustituido por el de comunicación: la comunicación es un elemento necesario que lleva a la comunión. La comunión es una forma de comunión continua.

El documento de Puebla, especialmente sobre la comunicación social, tiene una importancia que va más allá de América Latina. Sus conclusiones son el testimonio de cómo los obispos de un todo un continente ven, juzgan y promueven la comunicación de la Iglesia, sobre todo desde un punto de vista pastoral

También el capítulo tercero (La cultura cristiana) de las Conclusiones de la cuarta Asamblea general de la Conferencia de los obispos latino-americanos, celebrada en Santo Domingo en 1992, hay una sección sobre la comunicación social y la cultura (nn. 279-286) que no hace otra cosa sino repetir y reflejar posteriormente sobre consideraciones a propósito de la comunicación social contenidas en otros documentos de la Iglesia. Las perspectivas teológicas (n.279) toman el camino de la sección de Puebla titulada "Evangelización y comunicación" y ven la comunicación como un camino que debe emprenderse para llegar a la comunión (comunidad). Hay también una referencia a Aetatis novae (Nueva Era) (n.6) - que cita a su vez la Communio et progressio y a Juan Pablo II en la apertura de aquella misma Conferencia:" A fin de que la intensificación de la presencia de la Iglesia en el mundo de los medios llegue a ser una de nuestras prioridades".

En la sección que se refiere a los desafios pastorales (n. 280) se habla de los avances tecnológicos, del desarrollo de la industria de las comunicaciones, de los peligros de la publicidad y de la programación televisiva en general; se deplora la insuficiente presencia de la Iglesia en los medios y en las telecomunicaciones y se ve la transmisión como un nuevo desafío. Las "líneas pastorales" animan a todos aquellos que mediante los medios de comunicación defienden su identidad cultural". Ellas intentan "coordinar las comunicaciones de masa con la comunitaria y de grupos y pide que la Iglesia tengan sus propios medios (n. 281). Además, se refieren a la elaboración de políticas y estrategias de la comunicación (n. 282), a las organizaciones católicas de los medios (n.283), a la preparación técnica, doctrinal y moral de todos los agentes pastorales y a una adecuada educación de los receptores para los medios (n.284)

Finalmente, se anima a que las universidades católicas al estudio de la informática (n.285) y a que se hagan todos los esfuerzos para coordinar las editoriales católicas para una función pastoral planificada (. 286)...Las Conclusiones de Santo Domingo impulsan una acción educativa y un compromiso por la comunicación moderna (n.300).

Indice de los temas

	1. Introducción
	2. Situación
866)	2.1. Visión de la realidad latinoamericana (n.865)2.2. Visión de la realidad de la Iglesia latinoamericana (n.
	3. Opciones
	3.1. Criterios (n. 867)3.2. Orientaciones pastorales
	DOCUMENTO DE PUEBLA
	1. INTRODUCCIÓN

La evangelización es comunicación; hay que tener en cuenta

todos los aspectos de la transmisión de la Buena Nueva. La comunicación como acto vital

social nace con el hombre mismo y ha sido potenciada en la época moderna mediante los poderosos medios tecnológicos. La evangelización no puede prescindir hoy de estos medios.(EN n.45; CP, n.1)

2. SITUACIÓN

2.1. Visión de la realidad latinoamericana

865. La comunicación social surge como una dimensión amplia y profunda de las relaciones humanas. Por medio de ella el hombre, individual y colectivamente, entra en relación con el mundo, cae bajo la influencia de la civilización audiovisual y sufre la contaminación de la "polución vibrante" (CP, 8). Por la diversidad de medios existentes (cine, radio, TV, prensa, teatro...) que operan de forma simultánea y masiva, la comunicación social incide en toda la vida del hombre y ejerce sobre él, de forma consciente o subliminal, una influencia decisiva La comunicación está condicionada por la realidad sociocultural de nuestros países y a su vez constituye uno de los factores determinantes que sostienen dicha realidad.

Reconocemos que los medios de comunicación social son factores de comunión y contribuyen a la integración latinoamericana, a la expansión y democratización de la cultura; contribuyen igualmente a la distracción de la gente que vive fuera de los centros urbanos; acrecienta la capacidad perceptiva mediante estímulos visuales y auditivos de evidente penetración sensorial.

A pesar de estos aspectos positivos debemos denunciar el control y la manipulación ideológica que sobre estos medios de comunicación social ejercen los poderes políticos y económicos comprometidos en mantener el "statu quo" e incluso crear un orden nuevo de dependencia-dominio o, por el contrario, subvertir este orden para crear otro de signo opuesto.

El disfrute de las pasiones, de los sentimientos, de la violencia y del sexo para fines consumistas constituye una flagrante violación de los derechos

individuales. La misma violación se manifiesta con la misma falta de discriminación de mensajes, repetitivos o subliminales, con escaso respeto de la persona y de la familia. Los periodistas no siempre se muestran objetivos y honestos en la transmisión de noticias pues a veces son ellos mismos los que manipulan la información callando, alterando o inventando sus contenidos para desorientar a la opinión pública.

El monopolio de la información, tanto por parte de los gobiernos como por parte de los intereses privados, permite el uso arbitrario de los mensajes según intereses sectoriales. Particularmente grave es el tratamiento de la información en nuestros países que hacen empresas transnacionales. La programación, en gran parte extranjera, produce una transculturación no participativa y destructora de valores autóctonos; el sistema publicitario y el uso abusivo del deporte, como evasión, los vuelve alienados; su impacto coercitivo con las masas provoca con el aislamiento la desintegración de la comunidad familiar

Los medios de comunicación social se han transformado en vehículos de propaganda del materialismo reinante, pragmático y consumista y crean en nuestro pueblo falsas expectativas, necesidades fícticias, frustraciones graves y una malsana ansia competitiva.

2.2. Visión de la realidad de la Iglesia latinoamericana

866.

Existe en la Iglesia latinoamericana una cierta percepción de la importancia de la comunicación social, pero no así de la comunicación como hecho global que tienen en cuenta todas las relaciones humanas y la misma pastoral, y el lenguaje específico de los medios. Se le ha pedido a la Iglesia que publique documentos sobre esta materia, pero se está tardando tiempo en poner en práctica sus enseñanzas. Hay una utilización insuficiente de las ocasiones de comunicación que normalmente se tienen en la vida de la Iglesia, medios e instrumentos específicos de los que se hace una utilización incompleta o se colabora poco con ellos para la pastoral de conjunto. No

existe en la Iglesia latinoamericana una gran preocupación para educar al pueblo de Dios mediante la comunicación social y capacitarlo para un compromiso crítico frente al bombardeo de los "mass media", para contrastar el impacto de sus mensajes alienantes, ideológicos, culturales y publicitarios. Esta situación se grava por la escasez del uso que se hace en los Cursos organizados en este campo y por el poco papel asignado a los medios como fuente de evangelización y por la escasa atención que se reserva a los propietarios y técnicos de estos medios.

Es necesario recordar aquí, como fenómeno altamente positivo, el desarrollo rápido de los Medios de Comunicación de Grupo (MCG) y de los pequeños medios con una producción cada vez más creciente de materiales para la evangelización y con empeño cada vez mayor por parte de los agentes pastorales, favoreciendo así un crecimiento seguro de la capacidad de diálogo y de contacto. La Iglesia latinoamericana ha hecho en estos últimos años muchos esfuerzos por favorecer una comunicación en su interior. Sin embargo, en muchos casos, cuanto se ha realizado hasta ahora no responde plenamente a las exigencias del momento. La expresión pública de opiniones en el interior de la Iglesia se reduce a manifestaciones esporádicas, y por tanto insuficientes, que tienen poca influencia en la totalidad de la comunidad eclesial.

3. Opciones

3.1. Criterios

- **867.** a) Integrar la comunicación en la pastoral de conjunto.
- b) En el interior de las obligaciones que hay que realizar en esta campo, dar prioridad a la formación en la comunicación social, tanto del público en general como de los agentes pastorales en todos los niveles.
- c) Respetar y favorecer la libertad de expresión y la correlativa libertad de información, presupuestos esenciales de la comunicación social y de su función en la sociedad, en el interior de la ética profesional en conformidad con la Communio et Progressio.

3.2. Orientaciones pastorales

- **868.** A la luz de la problemática latinoamericana y teniendo en cuenta el fenómeno de la comunicación social y sus implicaciones en la evangelización es oportuno formular las siguientes propuestas pastorales:
- a) Urge que la jerarquía y los agentes de pastoral conozcan, comprendan y experimenten más profundamente el fenómeno de la comunicación social, con el fin de que adapten las propias respuestas pastorales a esta nueva realidad e integren la comunicación en la Pastoral de conjunto.
- b) Para hacer efectiva la articulación de la pastoral de la comunicación con la pastoral orgánica es necesario crear donde no existe y potenciar donde ya existe un Departamento o un organismo específico (nacional o diocesano) para la comunicación social e insertarlo en las actividades de todas las áreas pastorales.
- c) El deber de formación en le campo de la comunicación es un acto prioritario. Urge formar en este campo a todos los agentes de la evangelización: para los aspirantes al sacerdocio y a la vida religiosa es necesario que esta formación se incluya en los planes de estudio; para los sacerdotes, religiosos, agentes de pastoral y para los mismo responsables de los organismos nacionales o diocesanos de comunicación social, es necesario programar cursos de formación permanente. Especial atención debe reservarse a los profesionales de la comunicación y una formación más adecuada para quien se ocupa de la información religiosa.
- d) Cada Iglesia particular, en el interior de las normas litúrgicas determine la fórmula más adecuada para introducir en la liturgia, que en sí misma es comunicación, los medios de sonidos e imágenes, los símbolos y las formas de

expresión más idóneas para representar la relación con Dios, de modo que faciliten una mayor y más adecuada participación en los actos litúrgicos.

- e) Educar al público receptor para que asuman un compromiso crítico frente al impacto de los mensajes ideológicos, culturales y publicitarios que nos bombardean continuamente con el fin de contrarrestar los efectos negativos de la manipulación y de la masificación. Se recomienda a los organismos eclesiales continentales (UNDA, OCIC, UCLAP) que dediquen particular atención a la formación tanto del público receptor como de las personas mencionadas anteriormente.
- f) Sin descuidar la necesaria y urgente presencia en los medios de comunicación de masas, es urgente intensificar el uso de los medios de comunicación de grupo (MCG) los cuales, además de ser menos costosos y de una más operatividad más fácil, ofrecen la posibilidad del diálogo y son más aptos para una evangelización de persona a persona que suscita una adhesión y un empeño verdaderamente personales (cf EN, 45,46).
- g) Para una mayor eficacia en la transmisión del mensaje la Iglesia debe usar un lenguaje actualizado, concreto, directo, claro y cuidado. Este lenguaje debe estar cerca de la realidad en la que vive el pueblo, su mentalidad y su religiosidad de modo que se reciba con facilidad. Por eso es necesario tener en cuenta sistemas y expedientes del lenguaje audiovisual propio del hombre de hoy. Se recomienda un uso cuidado del sonido en los lugares de culto.
- h) La Iglesia, con el fin de iluminar a la luz del Evangelio los acontecimientos diarios y ayudar al hombre latinoamericano en base al conocimiento de sus ocupaciones de hoy y de cuanto influye en él, debe tener canales propios de información y de noticias que aseguren la intercomunicación de nuestras Iglesias y su diálogo con el mundo. Esto es muy urgente, ya que la experiencia demuestra que hay continuas distorsiones del pensamiento y de las obras de la Iglesia por parte de las agencias de información,

i) Dada la situación de pobreza, marginación e injusticia en la que se encuentran inmersas grandes masas latinoamericanas y la violación de los derechos humanos, la Iglesia, en el uso de los propios medios de comunicación, debe estar siempre y cada vez más con la voz de los desamparados, aún con el riesgo que eso implica.
j) Las limitaciones que hemos tenido en el continente nos lanzan a confirmar el derecho social a la información con sus correspondientes obligaciones éticas impuesta por la verdad y la intimidad de las personas. Estos principios son válidos en el interior de la Iglesia, la cual debe aceptar con humildad las críticas incluso las más injustas.
k) La presencia de la Iglesia en el mundo de la comunicación social exige importantes recursos económicos que deben aportar todas las comunidades cristianas.

EL DEBER PASTORAL DE LAS COMUNICACIONES SOCIALES

Nota de la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales

PRESENTACIÓN

Esta Nota pastoral que presentamos a la comunidad eclesial italiana y a cuantos trabajan en el sector decisivo de las comunicaciones sociales, tiene lugar a los 20 años del decreto conciliar Inter Mirifica.

No se trata de una tardía conmemoración de aquel documento, sino de un instrumento que, subrayando sus grandes temas, los vuelve a retomar en forma de indicaciones pastorales en nuestra comunidad eclesial y en nuestro país, hoy.

No hay nadie que no reconozca en el desarrollo de las comunicaciones sociales un gran factor de crecimiento y que, sin duda, caracterizan al hombre y a la sociedad. Poder de progreso cultural, social, económico; en una palabra: progreso humano. Efectivamente, es mediante las vías de la comunicación cómo el futuro se anticipa cada vez más en aquello que constituye todavía nuestro presente.

Si esto es verdadero - como lo es - la Iglesia, para recorrer el camino que desde Cristo la lleva al hombre contemporáneo, debe emprender con más decisión la senda de las comunicaciones sociales. Esta es la nota pastoral y las indicaciones que ofrecemos.

Progreso humano, progreso de la verdad del hombre. Esto se debe al poder de los medios técnicos más avanzados. ¿Pero es así? No se puede ignorar que, siendo capaces de anticipar el futuro en el presente, nunca como hoy tenemos el futuro en nuestras manos

Deber prioritario de la misión de la Iglesia, valiéndose incluso de los medios de comunicación social, es la defensa de la promoción de la verdad integral del hombre, creado a imagen de Dios para un destino eterno y, por tanto, no reducible a las interpretaciones parciales y limitadas que las ideologías y filosofías de diversa naturaleza hacen.

Si la Iglesia para sostener al hombre en sus necesidades materiales y para aliviar el sufrimiento mediante amplia red de iniciativas de caridad, no puede tampoco olvidar su deber de "caridad intelectual" como servicio a la verdad.

Est servicio se concreta en una atención particular a la generaciones jóvenes. Sus demandas deben encontrar respuestas verdaderas porque en el Evangelio hay energías para el presente y el futuro. Cultura, es decir, crecimiento de lo humano en su verdad, Desde este punto de vista, un uso prudente y valioso de los medios de comunicación social, es una condición indispensable.

Damos gracias a los Miembros de la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales, Obispos delegados de las regiones, a los expertos coordinados por la Oficina nacional. Deseo que nuestra Nota pastoral sea un instrumento útil para una misión siempre renovada de la Iglesia en nuestro país.

Giuseppe Casale, Presidente de la Comisión Episcopal para las Comunicaciones Sociales.

NOTA PASTORAL

1. El hombre y la comunicación

La comunicación se considera como componente fundamental y vital para cada persona, los grupos y la sociedad. La historia de la humanidad es historia de comunicación, es decir, desarrollo de las actitudes del hombre para comunicar a los otros sus intenciones, deseos, sentimientos, conocimientos y experiencias.

Es vital porque si faltara esta dinámica, se resentiría la historia y el propio hombre. La comunicación es un hecho íntimamente ligado a la naturaleza humana y le pertenece. Soma tanto más "humanistas" cuanto más crece nuestra capacidad de comunicar

Ella es, efectivamente, el elemento que permite al hombre manifestarse completamente, expresarse su libertar. La comunicación está a la base del conocimiento y del progreso humano. Es comunicándose entre sí como los hombres entran en contacto auténtico, es decir, son y permanecen como seres sociales, se comprenden, actúan y progresan.

Por otra parte, todo el patrimonio cultural se transmite de generación en generación a través de la mediación de la comunicación a todos los niveles, desde el signo escrito al hablado, desde la imagen fija a la movida. Además, por el hecho de que el hombre pueda establecer una trama de relaciones, la sociedad se convierte en parangón de un complejo sistema nervioso de cooperación y puede considerarse como una amplísima red de relaciones recíprocas, cuya eficacia depende de la habilidad de los hombres en su comunicación de los unos con los otros.

Por tanto, es innegable la importancia de la comunicación como confirman diariamente las ocasiones de la vida en las que se experimenta la necesidad continua de establecer relaciones con nuestros semejantes.

2. Las comunicaciones de masas y la promoción humana

La investigación o búsqueda de la comunicación no puede hacer en abstracto: ella se refiere al tiempo en el que se vive y a los modos típicos que la distinguen bajo la óptica de lo comunicativo.

Nadie pone en duda que los medios de masas contribuyen a marcar con sello propio lo distintivo de la época en que vivimos. Es la época de la sociedad de masas, una sociedad que se construye con la relaciones como eje sobre el que circula la comunicación.

Pero, ¿ cuál es la relación que la comunicación de hoy, principalmente de masas, instaura entabla con el hombre y cuáles son sus posibilidades de promoción humana?

A pesar de las polémicas actuales, no se puede ignorar que las nuevas técnicas comunicativas, prensa, cine, radio, TV, telemática se empeñan en favorecer el crecimiento intelectual y moral, representan verdaderas ocasiones de enriquecimiento para el hombre, su vida interior y su vida de relación.

Sobre todo los instrumentos de la comunicación audiovisual, dotados de un gran poder de atracción, estimulan la afirmación de una presencia tangible de valores humanos. Además, la oportunidad de realizar un encuentro eficaz entre hombres diversos, culturas, historias e ideologías distintas hacen que estos instrumentos tengan una dimensión planetaria.

Los medios de comunicación, puesto que representan hoy una experiencia fundamental, hay que afrontarlos evitando el pesimismo de quienes se escandalizan y la de los optimistas superficiales.

Las comunicaciones de masas tienen un papel determinante en el plano de la promoción humana. Son conquistas debidas al progreso de la ciencia y de la técnica. Hoy se han convertido en los protagonistas y en el centro de intereses del hombre: porque el hombre, a pesar de la incomunicación de la que es víctima hoy en día, está destinado a comunicar.

Este discurso de los medios de masas está unido al realismo al que miran los signos de la civilización como fuentes que deben cooperar en el proceso formativo, no solamente porque son idóneos para prestar servicios de valores, sino porque están dotados de un lenguaje fácilmente comprensible.

3. La revolución tecnológica

La llegada y la difusión de las nuevas tecnologías en el campo de la información es indudablemente un paso adelante para un mejoramiento de la comunicación entre los hombres y podría serlo incluso de la misma condición humana. Sería, por tanto, anacrónico ignorar esta presencia que ofrece "nuevas vías y modos para que los hombres encuentren el mensaje evangélico", mucho más que los medios tradicionales

Estaría fuera de lugar ignorar los problemas que van unidos a las innovaciones radicales de la tecnología en el campo de la comunicación. Con las nuevas tecnologías nos encontramos frente a una realidad (la de la comunicación social) en continuo movimiento.

En el estado actual de las cosas no estamos todavía en condiciones de comprender toda la aportación del fenómeno y de anticiparnos a sus efectos en el plano psicológico, social y cultural. Se advierte que ejercen un cambio en la formación de la mentalidad del hombre y en la misma calidad de vida.

Las nuevas tecnologías comunicativas, mientras crecen las posibilidades de información, pueden dar lugar, a causa de la cantidad inmensa de noticias que se transmiten, a una especie de agresión capaz de condicionar el desarrollo cultural. Este peligro no es sólo teórico, es sobre todo real si se tiene en cuenta el papel de las grandes empresas que operan en el campo de las nuevas tecnologías: dueños pueden serlo tanto de los medios como de sus contenidos.

Las nuevas tecnologías que se expanden por su propia fuerza y por las exigencias económicas y políticas, se imponen en el crecimiento humano de la sociedad antes incluso de ser evaluadas y asimiladas convenientemente.

No hay que minusvalorar los peligros que estos medios pueden acarrear a la sociedad cuando se ponen a la órdenes de poderes o intereses o si se usan en contra de la dignidad de la persona humana.

Más allá de estas consideraciones que no significan rechazo al progreso, queda el hecho de que la comunicación- con la llegada de las nuevas tecnologías -

penetra en cada aspecto de la vida, por eso no puede considerarse como un servicio marginal, secundario... y su desarrollo no puede dejarse a su antojo.

Queda también el hecho de que las nuevas tecnologías pueden facilitar la información de la vida de la Iglesia para los creyentes y los no creyentes, practicantes y no practicantes.

Esta posibilidad, si se quiere que se convierta en real, compromete a la Iglesia a dar sus propias noticias de un modo nuevo que responda a las nuevas técnicas y a las exigencias del usuario informático.

4. La comunicación en el interior de la Iglesia

La Iglesia, comunidad en comunión, pueblo que ha recibido de Dios la misión de instaurar y anunciar a todo el mundo el Reino de Cristo, es un organismo vivo que se alimenta con el diálogo entre sus miembros, condición del progreso de su pensamiento y de su acción. La Lumen Gentium(Luz de la Gentes) del Vaticano II subraya:" Dios quiere santificar y salvar a los hombres no individualmente y sin ningún lazo entre sí, sino que quiere hacer de ellos un pueblo que lo reconozca y que le sirva fielmente".

La comunicación entre sus miembros es, pues, un hecho fundamental para la misma vida de la Iglesia y un exigencia querida por Dios.

La comunicación que facilita la relación entre los diversos componentes de la comunidad eclesial y favorece el desarrollo de una opinión pública en la Iglesia, hace posible a cada uno de sus fieles el ejercicio del derecho a ser informados de todo lo que pasa para tomar parte activa en la vida de la Iglesia (CP,119).

El ritmo natural y el desarrollo normal de los deberes de la Iglesia requiere que entre las autoridades eclesiásticas, las instituciones católicas y los mismos fieles haya un continuo flujo y reflujo de noticias y de opiniones.

Para lograr este objetivo se exigen estructuras funcionales oportunas, pero sobre todo es necesario que se forme y se difunda una mentalidad de la comunicación entre los responsables de la acción pastoral y los componentes de la comunidad eclesial.

Hay oficinas y agentes cualificados pero hace falta también que la comunidad eclesial se empeñe en desarrollar en su interior una acción que favorezca la formación de una capacidad crítica que pueda recibir y dar las informaciones con vistas al crecimiento de las personas y de las comunidades.

Las mismas estructuras en las que se articula la comunidad eclesial de nuestro país (parroquias, diócesis, asociaciones, movimientos) deben considerar la comunicación como factores que caracterizan sus actividades.

La comunicación, bien entendida y llevada a cabo, ha de mirarse "entre los medios más válidos de los que disponen los hombres para consolidar la caridad, fruto y causa a un tiempo de la comunión.

Una comunicación bien entendida no puede ignorar las modalidades, los lenguajes, los canales mediante los cuales se realiza en la sociedad en la que la comunidad eclesial se inserta y es parte viva. Hoy las modalidades de al comunicación cambian profundamente; nuevos lenguajes han sustituido a los tradicionales, los canales por los que pasa la información se han multiplicado tanto que todos pueden servirse de la comunicación con gran facilidad,

Olvidar esto significa marginarse de la sociedad de los hombres y contribuir a hacer más difíciles las mismas relaciones en el interior de la comunidad eclesial.

5. Comunicación y Evangelización

La Iglesia, afirma la Lumen Gentium, "signo e instrumento de la íntima unión con Dios y de la unidad de todo el género humano, entiende con mayor claridad ilustrar a sus fieles y al mundo entero la misión universal. Las condiciones presentes del mundo hacen más urgente este deber de la Iglesia con el fin de que todos los hombres de hoy estén más estrechamente unidos por vínculos sociales, técnicos y culturales y puedan también conseguir la plena unidad en Cristo". El anuncio del mensaje de la salvación no puede ignorar "las condiciones presentes del mundo".

No tener en cuenta la presencia de los nuevos medios de la comunicación y de su expansión, puede significar hacer más difícil la difusión del mensaje evangélico y el conocimiento de la propuesta cristiana.

La propuesta de valores cristianos en el marco de los profundos cambios que caracterizan nuestra comunidad civil, en la que los puntos de referencias culturales y de comportamiento están entretejidos por causa de la afirmación amplia de la dimensión informativa en la vida social, hay que repensarla y renovarla.

El hombre de hoy está cambiando y entre los agentes del cambio se ponen en primer plano los medios de comunicación social, sobre todo los audiovisuales. " Los hombres de hoy están inmersos en un cúmulo de comunicaciones divulgadas por estos instrumentos, los cuales moldean continuamente las opiniones y el comportamiento en todos los aspectos de la vida, incluido el religioso" (CP, n.126).

La propuesta cristiana, para convertirse en formativa para la persona, debe tener presente las nuevas modalidades que hoy sigue la comunicación.

Cada paso en potenciar la comunicación en la sociedad debería ser una preciosa ayuda para el mejoramiento de la humanidad y un hecho que trabaja a favor de la Iglesia cuya misión es justamente comunicar. Las nuevas tecnologías a las que se enfrenta la comunicación, facilitan el conocimiento de la vida de la Iglesia y de su misión, y le ofrecen mayores posibilidades para la difusión del mensaje de la salvación. La iglesia debe empeñarse ante todo:

a) con un conocimiento de los lenguajes de los medios,

- b) en segundo lugar, con una formación puntual de los pastores de almas, los agentes de pastoral y catequistas para que sepan usar la riqueza informativa ofrecida por los instrumentos modernos,
 - c) encaminándola al mejoramiento de la relación entre personas.

El compromiso de la evangelización no es efectivamente simple transmisión de doctrina, sino empeño educativo de toda la persona, cuidando el desarrollo de la madurez humana y la formación de una mentalidad de fe. Téngase presente que los medios de comunicación social modifican las leyes de credibilidad de cada mensaje, de cualquier institución: la personalidad del testimonio tiene un peso mayor que el contenido.

6. Los medios de masas hoy en la Iglesia Italiana

A la luz de las reflexiones anteriores parece oportuno recomendar lo que sigue:

1) Los católicos deben tomar conciencia de la amplitud y el peso de los medios de masas en la condición actual de la vida. Las comunidades eclesiales, las asociaciones, los movimientos a nivel diocesano, regional y nacional están llamados a profundizar en el conocimiento del fenómeno de la comunicación en sus varios aspectos, estudien los cambios culturales que ellos aportan, adecuen la propia acción a las mutantes exigencias de la sociedad.

- **2**) Puesto que una presencia activa y un ejercicio de auténtica caridad intelectual y funcional contribuyen a la solución de los problemas, se exige una profunda competencia:
- a) a nivel nacional para una búsqueda sistemática de relaciones entre evangelización y cultura determinada por los medios de comunicación con particular referencia a los lenguajes de los instrumentos, debe profundizarse en el estudio del uso de los medios en la catequesis y en la acción pastoral general, cuídese de la formación de los catequistas y de los agentes de pastoral. Deben crearse iniciativas oportunas para la formación teológica de los agentes de la comunicación social;
- **b**) Debe ponerse mucha atención en la formación de los sacerdotes para que profundicen en el conocimiento de los medios como consecuencia del compromiso de caridad para con el hombre. Deben subrayarse los muchos recursos del uso de la comunicación y de su incidencia en la dimensión existencial del hombre de hoy;
- c) En cada diócesis o regiones pastorales deben promoverse iniciativas de formación para las diversas categorías de personas que permitan conocer los problemas de la comunicación social y afrontarlos del modo más funcional, con interés particular a los padres y educadores.
- **3**) Para realizar esta presencia en los medios, dentro de un marco general de la pastoral, deben crearse oficinas en todos los niveles con el fin de que se ocupen de los medios en conformidad con las directrices del magisterio de la Iglesia.

Estas oficinas deben considerarse en su funcionamiento, como un auténtico servicio de caridad al hombre y la sociedad contemporánea cuya vida está siempre condicionada, para bien o para mal, por la masiva presencia de los medios.

4) En una sociedad pluralista es muy útil crear lugares de encuentro y de intercambio entre la fe de los católicos y las culturas contemporáneas, así como es necesario que los católicos tengan instrumentos adaptados con los que expresar a la luz del Evangelio su valoración de los problemas y de los hechos que acaecen.

Por eso es de fundamental importancia en el campo eclesial la **presencia** de una prensa propia (diaria o periódica), editoriales, librerías, emisoras televisivas, central de producción de discos y material audiovisual, centros culturales, lugares en donde los miembros de la comunidad puedan encontrarse y vivir mejor la dimensión eclesial, incluso mediante el uso de los medios.

Hay que ayudar, animar y sostener a cuantos trabajan ya en periódicos semanales, revistas, editoriales y comunicadores televisivos...

Deben trabajar siempre en unión con el Obispo y la comunidad, trabajar con profesionalidad, hacer de su actividad un servicio de caridad intelectual destinado al crecimiento humano y cristiano de todos los que participan.

5) Para facilitar una correcta información sobre la vida de la Iglesia, tanto en el interior de la comunidad eclesial como fuera de ella, las Oficinas "Comunicación Social" deben cuidar las relaciones con los profesionales de la información proporcionándoles noticias para el desenvolvimiento de su trabajo.

Téngase presente que de estas relaciones depende la imagen que la opinión pública tendrá de la Iglesia y de su presencia en la sociedad.

- **6**) Hay muchos católicos empeñados profesionalmente en el campo de la comunicación. Su presencia es muy importante y puede contribuir válidamente a mejorar la calidad de la comunicación. Pero su acción debe inspirarse en el mensaje evangélico y en una clara visión de la verdad del hombre...
- 7) Los educadores y profesores católicos, la escuela católica, las asociaciones y movimientos eclesiales juveniles, conscientes de la gran importancia que tienen los medios de comunicación social en la formación de la mentalidad, los tengan

presentes	en	el	desarrollo	de	su	acción,	los	inserten	en	los	program as	de	estudio	y	se
empeñen en una búsqueda pedagógica.															

EVANGELII NUNTIANDI

Exhortación apostólica de Pablo VI sobre la evangelización en el mundo moderno (Diciembre de 1975)

Publicada después de la tercera asamblea general del Sínodo de los Obispos sobre la Evangelización, celebrado en Roma en 1974, esta Exhortación quiere conmemorar el 10° aniversario de la clausura del Concilio Vaticano II. Entre los documentos postconciliares más citados, Evangelii Nuntiandi es una demostración ulterior del interés profundo del Papa Pablo VI por los problemas de la evangelización y se considera como una continuación directa del Decreto conciliar sobre la actividad misionera de la Iglesia "Ad Gentes".

La Exhortación hace referencia a los medios de comunicación en el capítulo IV, dedicado a los métodos y medios de evangelización. Efectivamente, también los otros medios de evangelización enumerados en este capítulo deben mirarse a la luz de un concepto amplio de la comunicación social como medio de comunicación de la

Iglesia. Por este motivo se ha preferido volver a publicar aquí todo el capítulo (nn. 40-48), que en el documento sigue a los capítulos: 1) Desde Cristo evangelizador a la Iglesia evangelizadora; II) ¿Qué es la Evangelización?; III El contenido de la evangelización.

Después del capítulo IV sobre los métodos y medios de evangelización, la Exhortación prosigue con los capítulos sobre los agentes (V) y los destinatarios de la evangelización (VI) y el espíritu de la evangelización (VII).

A la búsqueda de los medios aptos

40. La importancia evidente del contenido de la evangelización no debe ocultar la importancia de las vías y de los medios.

Este problema de "Cómo evangelizar" es siempre actual porque los modos varían según las circunstancias del tiempo, lugar, cultura y lanzan a un desafío en nuestra capacidad de descubrimiento y de adaptación.

Especialmente a los pastores de la Iglesia les incumbe el cuidado de recrear con audacia y prudencia, siendo fieles al contenido, los modos más aptos y más eficaces para comunicar el mensaje evangélico a los hombres de nuestro tiempo. Nos basta, en esta reflexión, recordar algunas vías que, por una razón u otra, tienen una importancia fundamental.

El testimonio de la vida

41. Ante todo, sin repetir lo que hemos dicho antes, está bien subrayar esto: para la Iglesia, el testimonio de una vida auténticamente cristiana, abandonada en Dios con una comunión que nadie puede interrumpir, e igualmente entrega al prójimo

con un celo sin límites, es el primer medio de evangelizar." El hombre contemporáneo escucha de mejor gana los testimonios que los maestros -,decíamos el curso pasado a un grupo de laicos - o se escucha a los maestros porque son testimonios". San Pedro decía claramente eso cuando describía el espectáculo de una vida casta y respetuosa que " conquista sin necesidad de palabras a aquellos que rechazan creer en la Palabra"(1 Pt 3,1). Es mediante su conducta, su vida como la Iglesia evangelizará a todo el mundo, un testimonio vivido en la fidelidad al Señor: pobreza frente al egoísmo, libertad frente a los poderes del mundo, en una palabra, santidad.

Una experiencia viva

42. No es superfluo subrayar la importancia y la necesidad de la predicación. "¿Cómo podrán creer, sin haber oído hablar? ¿Y cómo podrán oír hablar sin alguien que lo anuncie?... La fe depende desde la predicación si actúa por la palabra de Cristo. Esta ley planteada un día por san Pablo conserva hoy toda su fuerza.

Sí, es siempre indispensable la predicación, esta proclamación verbal de un mensaje. Sabemos bien que el hombre moderno harto de discursos se muestra a menudo cansado de escuchar, y peor aún, inmunizado contra la palabra. Conocemos también las ideas de numerosos sicólogos y sociólogos, que afirman que el hombre moderno ha superado la civilización de la palabra, ineficaz e inútil, y vive hoy en la civilización de la imagen. Estos hechos deberían animarnos a poner en práctica la transmisión del mensaje evangélico mediante los medios modernos pensados por esta civilización. Tentativas mucho más válidas ya se han cumplido en tal sentido. No nada más que alabarlos y animarlos para que se desarrollen todavía más. La fatiga que provocan tantos discursos vacíos, y la actualidad de muchas otras formas de comunicación no deben, sin embargo, disminuir la fuerza permanente de la palabra, ni perder su confianza en ella. La palabra queda siempre actual, sobre todo cuando es portadora de la palabra de Dios. Para esto tenemos el axioma de san Pablo:" La fe depende de la predicación": es la Palabra escuchada la que lleva a creer.

43. Esta predicación evangelizadora asume parecidas formas, que el celo inspirará recreándolas hasta el infinito. Son innumerables los acontecimientos de la vida y la situaciones humanas que ofrecen la ocasión de un anuncio discreto, pero incisivo, de lo que el Señor tiene que decir en esta circunstancia. Basta una verdadera y espiritual sensibilidad para saber leer en los acontecimientos el mensaje de Dios. Pero, desde el momento en que la liturgia renovada por el Concilio ha valorizado mucho la "Liturgia de la Palabra", sería un error no ver en la homilía un instrumento válido y apto de evangelización. Hace falta conocer y sacar provecho de las exigencias y posibilidades de la homilía para que ella adquiera toda la eficacia pastoral Hace falta, sobre todo, estar convencidos y dedicarse con amor. Esta predicación inserta en la celebración eucarística de la que recibe la fuerza y el vigor, tiene un papel especial en la evangelización, en la medida en que se expresa la fe profunda del ministro sagrado que predica y está impregnada de amor. Loa fieles reunidos para formar una Iglesia pascual, que celebra la fiesta del Señor presente en medio de ellos, esperan mucho de esta predicación y sacan fruto cuando es clara, sencilla , directa, adaptada, profundamente enraizada en la enseñanza del Evangelio y fiel al Magisterio de la Iglesia, animada por un ardor apostólico equilibrado que proviene del propio carácter, de la plena esperanza, alimentada por la fe y generadora de paz y de unidad.

Muchas comunidades parroquiales y de otro tipo viven y se consolidan gracias a la homilía de cada domingo, cuando tiene esas cualidades.

Añadamos que, gracias a la misma renovación litúrgica, la celebración eucarística no es el sólo momento apropiado para la homilía. Esta encuentra su puesto en los demás Sacramentos o en la paraliturgias y en el ámbito de las asambleas de fieles. Siempre será una ocasión privilegiada para comunicar la Palabra del Señor.

44. Otro camino de la evangelización es la Catequesis. La inteligencia, sobre todo la de los niños y adolescentes, tiene necesidad de aprender, mediante una enseñanza religiosa sistemática, los datos fundamentales, el contenido vivo de la verdad que Dios ha querido transmitirnos y que la Iglesia ha expresado de modo cada vez más rico en el transcurso de su larga historia.

Esta enseñanza no se imparte sólo a la inteligencia sino para inculcar costumbres de vida cristiana. El esfuerzo de evangelización será de gran provecho en el plano catequético en las familias, escuelas e iglesias si los catequistas disponen de textos apropiados, puestos al día con sabiduría y competencia, bajo la autoridad de los Obispos. Los métodos deberán adaptarse a la edad, cultura, a la capacidad de las personas, haciendo que se fijen en la inteligencia, en la memoria y en el corazón las verdades esenciales que deberán impregnar la vida entera.

Hace falta preparar buenos catequistas, preocupados por perfeccionarse en este arte superior, indispensable y exigente de la enseñanza religiosa. Hoy día se hace cada vez más urgente la enseñanza de la catequesis bajo la forma de catecumenado para numerosos jóvenes y adultos que, tocados por la gracia, descubren poco a poco el rostro de Cristo y experimentan la necesidad de entregarse a él.

Utilización de los medios de comunicación

45. En nuestro siglo, caracterizado por los medios o instrumentos de comunicación social, el primer anuncio, la catequesis o la profundización posterior de la fe, no pueden prescindir de estos medios.

Puestos al servicio del Evangelio, son capaces de extender casi hasta el infinito el campo de escucha de la Palabra de Dios y logran que la Buena Noticia llegue a millones de personas. La Iglesia se sentiría culpable ante el Señor si no trabajase con estos poderosos medios que la inteligencias humana los hace cada día más perfectos;

sirviéndose de ellos la Iglesia "predica " el mensaje del que es depositaria; en ellos se encuentra una versión moderna y eficaz del púlpito. Gracias a ellos se consigue hablar a multitudes.

Sin embargo, el uso de los instrumentos de comunicación social para la evangelización presenta un desafío: el mensaje evangélico debería llegar a las muchedumbres, pero con la capacidad **de penetrar** en la conciencia de cada uno, depositarse en el corazón de cada uno como si fuese único, con todo lo que tiene de particular y personal, obtener el favor de la adhesión y el compromiso de toda la persona.

Indispensable contacto personal

46. Por eso, junto a la predicación general del Evangelio, la otra forma de transmisión de persona a persona, sigue siendo válida e importante. El Señor la ha practicado a menudo - como ejemplo tenemos sus contactos con Nicodemo, Zaqueo, la Samaritana, Simón el fariseo y otros, incluidos los mismos apóstoles.

En el fondo es quizá una forma diversa de exponer el Evangelio, que transmite a otros la propia experiencia de fe. No debería ocurrir que la urgencia por anunciar la Buena Nueva a las masas, olvidase esta forma de anuncio mediante la cual la conciencia personal de un hombre se siente tocada por una palabra extraordinaria recibida de otro. No podemos alabar lo suficiente a aquellos sacerdotes que, mediante el Sacramento de la Penitencia o mediante el diálogo pastoral, se muestran prestos a guiar a personas por los caminos del Evangelio, a confirmarlas en sus esfuerzos, a levantarlas sin han caído, a asistirlas siempre con discernimiento y disponibilidad.

47. No se insistirá jamás lo suficiente en el hecho de que la evangelización no se contenta con la simple predicación o enseñanza de la doctrina. Debe unirse a la vida: la vida natural a la que da un sentido nuevo, gracias a las perspectivas evangélicas a las que abre; y la vida sobrenatural, que no es negación, sino la purificación y la elevación de la vida natural. Esta vida sobrenatural encuentra su expresión viva en los siete Sacramentos y en su admirable irradiación de gracia y santidad.

La evangelización despliega toda su riqueza cuando realiza la unión íntima, y mejor aún una intercomunicación ininterrumpida entre Palabra y Sacramentos.

En cierto sentido, es un equívoco oponer- como se hace a veces -, la evangelización y la sacramentalización. Es verdad que un cierto modo de conferir los Sacramentos, sin un sólido sostén de la catequesis sobre los mismos Sacramentos y una catequesis global, terminaría por privarlos en gran parte de su eficacia. El deber de la evangelización es precisamente el de educar en la fe de modo que ella lleve a cada cristiano a vivir los Sacramentos como verdaderos Sacramentos de la fe, y a no recibirlos pasivamente, o a sufrirlos.

La piedad popular

48. Aquí tocamos un aspecto de la evangelización que no puede dejarnos insensibles. Queremos hablar de aquella realidad que se designa a menudo hoy con el término de religiosidad popular.

Tanto en las regiones en donde la Iglesia se ha implantado desde hace siglos como aquellas en las que se está implantando, se encuentran en el pueblo expresiones particulares de la búsqueda de Dios y de la fe. Durante algún tiempo se consideraron menos puras, a veces despreciadas, estas expresiones forman hoy el

objetivo de una descubrimiento. Los Obispos han profundizado en su significado en el curso del reciente Sínodo, con un realismo pastoral y un celo notables.

La religiosidad popular tiene sus límites. Está a menudo abierta a la penetración de muchas deformaciones de la religiosidad, sobre todo de supersticiones. Frecuentemente se reducen a manifestaciones cultuales sin comprometerse en una auténtica adhesión de fe. Puede llevar también a la formación de sectas y a poner en peligro la verdadera comunidad eclesial.

Pero si se orienta bien, sobre todo mediante una pedagogía de evangelización, es rica en valores. Manifiesta una sed de Dios que sólo los sencillos y los pobres pueden conocer; puede llegar hasta el heroismo y sacrificio cuando se trata de manifestar la fe; comporta un sentido agudo de los atributos profundos de Dios: la paternidad, la providencia, la presencia amorosa y constante; genera compromisos interiores raramente observados en la paciencia, el sentido de la cruz en la vida diaria, el desapego, la apertura a los otros, la devoción. Por todos estos motivos, la llamamos gustosamente "piedad popular", es decir, religión del pueblo, más bien que religiosidad.

La caridad pastoral debe sugerir a todo los que el Señor ha puesto al frente de comunidades eclesiales, las normas de comportamiento en los encuentros con esta realidad, tan rica y al mismo tiempo tan vulnerable. Antes de nada, hay que ser sensibles, saber captar sus dimensiones interiores y sus valores innegables, estar dispuestos a ayudarla a superar sus riesgos de desviación. Bien orientada, esta religiosidad popular puede ser, para nuestras masas populares, un verdadero encuentro con Dios en Jesucristo.

DE "CATECHESI TRADENDAE"

46. Desde la enseñanza oral de los Apóstoles y de las cartas entre la Iglesias hasta los medios más modernos, la catequesis no ha cesado nunca de investigar las vías y los medios aptos para llevar a cabo su misión, con la activa participación de las Comunidades bajo el impulso de los Pastores. Este esfuerzo debe continuar.

Mi pensamiento se dirige espontáneamente a las grandes posibilidades que ofrecen los medios de comunicación social y los medios de comunicación social de grupo: TV, radio, prensa, discos, banco de datos, todo el sector de los audiovisuales. Los esfuerzos realizados en este campo son tales que dan grandes esperanzas.

La experiencia demuestra, por ejemplo, la resonancia de una enseñanza radiofónica o televisiva, que sepa unir la expresión estética cualificada con una rigurosa fidelidad al Magisterio. La Iglesia tiene hoy muchas ocasiones de tratar estos problemas, así como no hace falta aquí desentenderse de ellos, a pesar de su importancia capital.

FAMILIARIS CONSORSTIO

(Exhortación apostólica de Juan Pablo II sobre el papel de la familia cristiana en el mundo moderno)

Esta exhortación se publicó después del Sínodo de los obispos sobre el papel de la familia, celebrado en Roma desde el 26 de Septiembre al 25 de Octubre de 1980. Este Sínodo vino después de los dedicados a la evangelización y la catequesis, en cuyos documentos hay referencias a la comunicación social. Este documento habla de los receptores y agentes de las comunicaciones sociales en relación con la familia (n.76).

El texto se refiere a los medios de comunicación y, en particular, a los programas dirigidos a la familia. Familiaris consortio cita ampliamente los mensajes pontificios para las Jornadas mundiales de la comunicación social de 1969,1980 y 1981.

El párrafo sobre al comunicación social está en la sección dirigida a los "agentes de la pastoral familiar", obispos, religiosos y laicos. La obra de las comunicaciones sociales debe asumir un papel fundamental. La sección siguiente habla de la pastoral familiar en los casos difíciles.

76. Una palabra aparte se reserva a esta categoría tan importante en la vida moderna. Es sabido que los medios de comunicación social "inciden tanto en el aspecto afectivo e intelectual como en el religioso y moral en el ámbito de cuantos los usan", especialmente los jóvenes.

Pueden ejercer un influjo beneficioso en la vida y en las costumbres de la familia y en la educación de los hijos, pero al mismo tiempo esconden también " insidias y peligros", y podrían convertirse en vehículo de ideologías disgregadoras y de visiones deformadas de la vida, de la familia, de la religión y de la moralidad, y no respetuosas con la dignidad y destino del hombre.

Peligro real en el modo de vivir de hoy, especialmente en las naciones industrializadas. Peligro que puede llevar a la familia a escaquearse de su responsabilidad educativa, encontrando en la fácil evasión (representada en casa por la TV y otras publicaciones) la forma de tener ocupados el tiempo y la actividad de los niños. De aquí el "deber...de proteger a los niños y chicos de las "agresiones" que sufren por los medios, procurando que su uso está cuidadosamente regulado.

Igualmente , la familia debería buscar, para sus propios hijos, otras diversiones más sanas, útiles y formativas física. moral y espiritualmente, "para potenciar y valorar el tiempo libre de los chicos y encauzar sus energías".

Puesto que los medios, con igualdad de la escuela y del ambiente, inciden a menudo en la formación de los hijos, los padres- en cuanto receptores -, deben tener parte activa en el uso moderado, crítico y prudente de los mismos, individuando qué influjo ejercer en sus hijos y en la mediación orientativa que permita educar la conciencia de los hijos y manifestar juicios serenos y objetivos que les lleven a una elección y a un rechazo de los programas propuestos.

Con igual empeño los padres buscarán la forma de influir en la elección y preparación de programas que no vayan contra los valores humanos y de la familia. Pablo VI escribía:" Los productores deben conocer y respetar las exigencias de la familia

, y esto supone coraje y un alto sentido de la responsabilidad. Deben evitar todo lo que puede dañar a la familia - erotismo, violencia, apología del divorcio y posturas antisociales de los jóvenes. Es una ofensa al verdadero bien del hombre".

Juan Pablo II afirma que las familias deberían contar con la buena voluntad de los profesiones de los medios.

CHRISTIFIDELES LAICI

Exhortación apostólica del Papa Juan Pablo II sobre la vocación y la misión de los fieles laicos en la Iglesia y en el mundo

(30 diciembre 1988)

Este documento postsinodal, en la sección "Evangelizar y cultura y las culturas del hombre", que está en el segundo capítulo "Corresponsabilidad de los fieles laicos en la Iglesia como misión", considera los medios de comunicación como " medio privilegiado para la creación y la transmisión de la cultura.

44. El servicio a la persona y a la sociedad humana se expresa y se actúa a través de la creación y la transmisión de la cultura, que, especialmente en nuestros días, constituye uno de los más graves deberes de la convivencia humana y de la evolución social. A la luz del Concilio, entendemos por "cultura" todos aquellos "medios con los

cuales el hombre explica los múltiples dones de su alma y de su cuerpo; procura ampliar el conocimiento, el trabajo e intenta hacer que la vida social sea tanto en la familia como en la sociedad civil más humana... La cultura es un bien común de cada pueblo, la expresión de su dignidad, libertad y creatividad; el testimonio de su camino histórico. Mediante la fe cristiana la cultura llega a ser histórica y creadora de historia.

Frente al desarrollo de una cultura se configura asociada no solamente a la fe, sino también a los mismos valores humanos; frente a una cultura tecnológica y científica impotentes para dar respuesta a las preguntas sobre la verdad y el bien que hay en el corazón del hombre, la Iglesia es consciente de la urgencia pastoral de que se le preste a la cultura una atención muy especial.

Para esto la Iglesia pide a los fieles que estén presentes en los puestos privilegiados de la cultura, como son el mundo de la escuela y de la universidad, los ambientes de investigación científica y técnica, los lugares de la creación artística y de la reflexión humanística. Esta presencia se encauza no solamente al reconocimiento y a la purificación eventual de los elementos de a cultura existente, sino también a su elevación mediante las riquezas originales del Evangelio y de la fe cristiana.

Cuando el Concilio Vaticano II escribe sobre la relación entre el Evangelio y la cultura, afirma que representa un hecho histórico constante y al mismo tiempo un ideal operativo de singular actualidad y urgencia; es un programa empeñativo que debe hacerse con responsabilidad pastoral en toda la Iglesia y en los fieles laicos: " la Buena Nueva de Cristo renueva continuamente la vida y la cultura del hombre, combate y renueva los errores y los males, derivados de la seducción del pecado. Continuamente purifica y eleva la moralidad de los pueblos (...). De este modo la Iglesia, al cumplir con su misión, con este mismo hecho estimula y contribuye a la cultura humana y civil, y mediante su acción, la liturgia educa al hombre a la libertad interior"...

La ruptura entre Evangelio y cultura es sin duda el drama de nuestra época, como lo fue también de otras. Hay que hacer todos los esfuerzos con vistas a una generosa evangelización de la cultura y de las culturas.

Un camino apto son los medios de comunicación social. También los medios representan una nueva frontera de la misión de la Iglesia....

REDEMPTORIS MISSIO

Carta encíclica del Papa Juan Pablo II sobre la validez permanente del mandato misionero de la Iglesia (7 diciembre 1990)

...37. El primer areópago del tiempo moderno es el mundo de al comunicación, que está unificando a la humanidad convirtiéndola en una "aldea global."

Los medios de comunicación social tienen tanta importancia que se han llegado a ser para muchos el instrumento principal de información y formación, guía e inspiración para el comportamiento individual, familiar y social.

Las nuevas generaciones crecen condicionadas por ellos. Es una pena que todavía haya gente que piense que son secundarios en la evangelización. La evangelización de la cultura moderna depende en gran parte de su influjo. No basta usarlos para difundir el mensaje cristiano y el Magisterio de la Iglesia, sino que hay que integrar el propio mensaje en esta "nueva cultura" creada por la comunicación moderna.

Es un problema complejo, ya que esta cultura nace, antes incluso que sus contenidos, del hecho mismo de que existan nuevos modos de comunicar con lenguajes nuevos, técnicas nuevas y nuevos impulsos psicológicos.

Son muchos los areópagos del mundo moderno hacia los que se debe orientar la actividad misionera de la Iglesia. Por ejemplo, el compromiso por la paz y el desarrollo de los pueblos; los derechos del hombre y de los pueblos, sobre todos los de las minorías; la promoción de la mujer y de niño; la salvaguardia del medio ambiente son sectores que se deben iluminar con la luz del Evangelio.

Hay que recordar el vastísimo areópago de la cultura...en la que los hombres están llamados a una mayor unidad y solidaridad: las soluciones a los problemas existenciales se estudian, se discuten, se experimentan con el concurso de todos. He aquí por qué los organismos y convenciones internacionales se muestran cada vez más importantes en muchos sectores de la vida humana, desde la cultura a la política, desde la economía a la investigación. Los cristianos, que viven y trabajan en esta dimensión internacional, deben recordar siempre su deber de testimoniar el Evangelio.

Animación y formación misionera del Pueblo de Dios

83. La formación misionera es obra de la Iglesia local con la ayuda de los misioneros y de sus Institutos, así como del personal de las Iglesias jóvenes.

Este trabajo debe entenderse no como marginal, sino como central en la vida cristiana. Para la misma nueva evangelización de los pueblos cristianos, el tema misionero puede ser de gran ayuda: el testimonio de los misioneros conserva su encanto incluso para los alejados y los no creyentes y transmite valores cristianos.

Las Iglesias locales inserten la animación misionera como elementocardinal de su pastoral ordinaria en las parroquias, asociaciones y grupos, especialmente juveniles.

Para este fin vale la información mediante la prensa misionera y los subsidios audiovisuales. Su papel es de gran importancia en cuanto que dan a conocer la vida de al Iglesia universal, las voces y experiencias de los misioneros y de las Iglesia locales, con las que ellos trabajan.

En las Iglesia más jóvenes, que no tienen dinero para la prensa y otros subsidios, los Institutos misioneros dediquen personal, medios e iniciativas.