

IGLESIA Y COMUNICACION

Evolución de la Doctrina de la Iglesia sobre comunicación social

GABRIEL JAIME PEREZ M., S.J.

INTRODUCCION

Trasfondo bíblico y de la tradición cultural de la Iglesia. La Iglesia ante los medios modernos de comunicación, antes del concilio Vaticano II.

Del Decreto "Inter Mirifica" del Vaticano II, a la Instrucción pastoral "Communio et progressio".

(El presente artículo corresponde a la primera parte de la ponencia, presentada en videocasete por el autor ante la XXXIX Asamblea Plenaria del Episcopado Colombiano, Julio de 1983).

El tema Iglesia y Comunicación social se desarrolla en dos aspectos: una síntesis de la doctrina y un planteamiento de la relación entre comunicación social y evangelización.

Hay especialista en la materia: ellos me han servido de fuente bibliográfica. No pretende agotar el tema porque es imposible. Solamente aportar ideas y sugerencias, a partir de mi modesta experiencia de comunicador y comunicólogo.

* Licenciado en Filosofía y Letras, y en Teología de la Universidad. Magister en planeación urbana y regional. Ha sido director de la Emisora Javeriana; y profesor de Ética y de Filosofía de la Comunicación en la Facultad de Comunicación Social de la Universidad.

**I. DOCTRINA DE LA IGLESIA SOBRE COMUNICACION SOCIAL:
SINTESIS DE SU EVOLUCION Y DE LOS ASPECTOS MAS IMPORTANTES
DE SU CONTENIDO).**

Trasfondo bíblico y de la tradición cultural de la Iglesia

Aunque la Doctrina de la Iglesia sobre Comunicación Social propiamente comienza en el siglo pasado, me parece importante destacar, así sea muy brevemente, algunos elementos de la Sagrada Escritura y de la Historia Cultural de la Iglesia, que deben ser tenidos en cuenta como puntos de referencia del pensamiento eclesial acerca de la Comunicación.

La Comunicación como práctica social existe desde mucho antes que los modernos medios de información y difusión aparecieran en el ámbito de la tecnología. Esto es preciso hacerlo notar, pues todavía está muy extendida la mentalidad errónea de considerar la Comunicación como un fenómeno moderno o contemporáneo, identificándola con los medios técnicos actuales, cuando de hecho es tan antigua como el hombre mismo: como persona, es decir, como ser en relación, el ser humano no puede existir ni desarrollarse sin la Comunicación.

Desde esta perspectiva, creo que podemos resumir en tres ejes de los elementos que constituyen el trasfondo bíblico de la reflexión de la Iglesia sobre la Comunicación: Esos tres ejes son: a) La ENCARNACION, en su doble aspecto de *Palabra e Imagen*. b) la EVANGELIZACION, en su sentido original de comunicación de una buena noticia, con una doble exigencia aparentemente paradójica: ser *Universal*, y encarnarse en las *Culturas Particulares*. c) la CONVOCACION (= "EC-CLESIA"), con sus implicaciones de *Participación y Comunión*.

a) Con referencia al misterio de la ENCARNACION en su doble aspecto de *Palabra e Imagen*:

Si entendemos la "empatía" —uno de los factores fundamentales de la Comunicación— como un ponerse "en lugar" del otro, podemos decir en sentido analógico que Jesucristo es la EMPATIA de Dios con el hombre y del hombre con Dios.

"La Palabra se hizo carne y puso su morada entre nosotros, y hemos contemplado su gloria" (...). A Dios nadie le ha visto jamás: el Hijo único (...) nos lo ha contado" (Juan 1, 14.18). "Muchas veces y de muchos modos habló Dios en el pasado a nuestros padres (...); en estos últimos tiempos nos ha hablado por medio de su Hijo (...), resplandor (e.d. "imagen espléndida) de su gloria e impronta (e.d. "nota impresa") de sustancia" (Hebreos 1, 1.3). "El es *Imagen* de Dios invisible" (Colosenses 1, 15). Estos pasajes del Nuevo Testamento dan su pleno sentido, a la luz de la fe cristiana, a las figuras que el Antiguo ya había presentado de la Palabra y de la Sabiduría, mediaciones por las que Dios se revela a los hombres: "Cuando un sosegado silencio todo lo envolvía y la noche se encontraba en la mitad de su carrera, tu Palabra, omnipotente, cual implacable guerrero, saltó del cielo, desde el trono real, en medio de una tierra condenada al exterminio ..." (Sabiduría 18, 14-15). La Sabiduría es "un *reflejo* de la luz eterna, un *espejo* sin mancha de la actividad de Dios, una *imagen* de su bondad" (Sabiduría 7, 26).

b) Con respecto a la MISION EVANGELIZADORA de la Iglesia, Evangelio y Comunicación aparecen en la reflexión neotestamentaria como dos realidades inseparables, hasta el punto de llegar a identificarse:

"Lo que hemos *visto* y *oído* os lo anunciamos (ap - angelomen), para que también vosotros estéis en comunión (koinonía) con nosotros, y nosotros estemos en comunión con el Padre y con su Hijo, Jesucristo" (1 Juan 1, 3).

- c) La PARTICIPACION y COMUNION constituyen precisamente la finalidad de la acción evangelizadora de la Iglesia, tanto en su interior como hacia fuera de sí misma. El Nuevo Testamento nos ofrece, por ejemplo, además de las implicaciones del texto anteriormente citado de la primera carta de Juan, las descripciones sintéticas que el libro de los Hechos de los Apostóles hace de la primera comunidad cristiana (Cfr. Hechos 2, 42-47; 4, 32-35). En ellas, la *Comunión* o "*Koinonía*", como obra del Espíritu, aparece estrechamente relacionada con la exigencia de la participación de bienes: partir el pan para compartir, tomar parte, tener acceso, son elementos esenciales de esa "ec-clesia" o comunidad "con-vocada" primitiva, que hoy siguen siendo un ideal en medio de una sociedad incomunicada, no obstante los maravillosos avances de la tecnología de la información. (Cfr. "Communio et Progressio", No. 1).

Así, la idea de la transmisión de un mensaje por medio de la palabra, de la imagen o del gesto simbólico, expresada ya en la versión "vulgata" latina del libro de la Sabiduría del Antiguo Testamento con el verbo "*communicare*", que traduce al original griego "METADIDOM", cobra todo su pleno sentido de "hacer común" es decir, de repartir, dar parte, hacer partícipe, compartir, con su correspondiente correlativo de tener acceso, tomar parte, participar: "con sencillez (sin dolo, sin engaño, sin segunda intención) aprendí la Sabiduría, y sin envidia la comunico; no me guardo ocultas sus riquezas, porque es para los hombres un tesoro inagotable, y los que la adquieren son hechos partícipes de la amistad de Dios" (Sabiduría 7, 13-14).

Esta sabiduría, de la que habla en tales términos la Escritura, "no es un conocimiento esotérico reservado a unos cuantos privilegiados. Sin duda, no todos la buscan ni la comprenden, porque les faltan ciertas disposiciones para acogerla. Sin embargo, se propone a todos y desea alcanzar el oído y la adhesión de muchos. Precisamente la plaza pública donde la gente se encuentra, las puertas de la ciudad por donde se pasa obligadamente, son los lugares privilegiados donde la Sabiduría se comunica generosamente" (Gabel Emile: "Jalones para una Teología de la Comunicación, en "Periodistas Católicos", No. 13, febrero de 1970, publicado en "*La Iglesia y los Mass-Media*" Ediciones Paulinas, Bogotá, 1971).

En este mismo orden de ideas, cuando la palabra es compartida, se hace *DIALOGO*, realizándose así, a partir de la "*KOINONIA*" o *COMUNION*, lo que plantea la Constitución "Lumen Gentium" del Vaticano II al referirse al misterio de la Iglesia: "La Iglesia es en Cristo como un sacramento, o sea un signo e instrumento de la unión íntima con Dios y de la unidad de todo el género humano. (...). Las condiciones de nuestra época hacen más urgente este deber de la Iglesia, a saber, el que todos los hombres, que hoy están más íntimamente unidos por múltiples vínculos sociales, técnicos y culturales, consigan también la unidad completa" (I. G. No. 1).

En el fondo, se trata de resolver la tensión entre Babel y Pentecostés: En todas las Babels y Babilonias de ayer y de hoy, cuando las ciudades o las civilizaciones pretenden construirse a espaldas de Dios, es decir, con intenciones de dominación del hombre por el hombre, la consecuencia y la característica es la *incomunicación* (Cfr. Génesis 11, 1-9). En cambio, cuando la intención es compartir, promover una auténtica y real comunidad participativa en la cual todos, sin discriminaciones, sin prepotencias, tengan acceso a los bienes materiales, intelectuales y espirituales, se hace palpable la presencia unificadora del Espíritu de Dios y se produce la verdadera *comunicación* que supera las barreras de la diversidad de lenguajes y de culturas (Cfr. Hechos 2, 1-12).

Alrededor de estos tres ejes fundamentales, ENCARNACION, EVANGELIZACION y CON-VOCA-CION, se ha venido desarrollando la *tradición cultural* de la Iglesia. Al hablar de "tradición cultural" de la Iglesia, quiero referirme a las formas mediante las cuales la fe cristiana ha sido expresada a lo largo de 20 siglos, encarnándose en manifestaciones diversas que constituyen el legado de quienes, en

las diversas etapas de la historia del cristianismo, proclamaron en palabras y en imágenes los contenidos del Evangelio.

La Iglesia siempre ha buscado una complementación entre la palabra y la imagen, dentro de una mentalidad encarnatoria que intenta superar las causas que pudo tener en la antigüedad la prohibición bíblica de la representación iconográfica, no sólo de la Divinidad, sino también de la figura humana y aún de cualquier ser animado (Cfr. Deuteronomio 4, 15-18. 23-24). Sabemos que esta prohibición tenía por finalidad mantener la trascendencia de Dios, evitando así un riesgo que parecía inevitable para los pueblos antiguos: el de confundir el signo con lo significado, la imagen con lo que ella representa. Este riesgo ha seguido existiendo y aún subsiste entre nosotros. En efecto, ciertas manifestaciones de la religiosidad popular en nuestro continente, y no son pocas, presentan ese tipo de confusión. Sin embargo, con base en la realidad de la encarnación, la Iglesia no sólo ha permitido, sino alentado la multiforme expresión de la fe mediante imágenes, superando las sucesivas crisis de movimientos iconoclastas que absolutizaban el lenguaje escrito. Desde las catacumbas hasta nuestros días pasando por el arte bizantino y la iconografía oriental, el románico y el gótico, el barroco y todo lo que éste significó en la expansión cultural de Occidente hacia el "Nuevo Mundo", la imagen pictórica o esculpida ha sido vehículo de evangelización y catequesis con profundas resonancias en el ámbito popular, trascendiendo en su anhelo universal las barreras de la diversidad de lenguas y culturas, y a la vez tratando de encarnar en esa diversidad cultural el mensaje cristiano.

La Doctrina de la Iglesia sobre Comunicación Social tiene en esta tradición cultural un trasfondo obligado.

Hoy, a la llamada "civilización o cultura de la imagen", se suma otro signo de los tiempos el de los justos reclamos de las mayorías desposeídas de una auténtica *PARTICIPACION* y de un real acceso a la realización de sus derechos humanos en los campos de la información y la comunicación.

Ante esta realidad, la Iglesia, precisamente en virtud de su misión evangelizadora, debe reafirmar y actualizar, de manera nueva y creativa, su carácter de "con-vocación" dirigida a todos, sin discriminaciones y sin tumores.

Sin discriminaciones, pues la Iglesia en sus comienzos se presentó con el anhelo de ser una comunidad abierta, trascendiendo el exclusivismo de los ghettos, de las castas clericales y de las religiones ocultistas a cuyos misterios o "arcanos" sólo tenían acceso unos cuantos "iniciados" dentro de una mentalidad de privilegios. Y no deja de ser preocupante, no obstante el dinamismo ecuménico iniciado con el Concilio Vaticano II, el encontrar hoy en nuestra Iglesia actitudes y hechos que, en este sentido, constituyen un antitestimonio al presentar hacia adentro y hacia afuera una imagen muy diferente de la que ofrecieron las primeras comunidades cristianas animadas por el Espíritu de Pentecostés.

Sin temores, porque tenemos la garantía de la presencia de ese mismo Espíritu que prometió el Señor a sus primeros discípulos cuando, al enviarlos a proclamar la buena noticia, les dio un mandato que hoy cobra significados sorprendentes en un mundo donde la imagen sonora y visual puede llegar, a través de innumerables antenas y otros dispositivos técnicos, desde todos y a todos los rincones del planeta: "No hay nada encubierto que no hay de ser descubierto, ni oculto que no haya de saberse: lo que yo os digo en la oscuridad, decidlo vosotros a la luz; y lo que escuchais al oído, proclamadlo desde las azoteas" (mateo 10, 26-27).

2. LA IGLESIA ANTE LOS MEDIOS MODERNOS DE COMUNICACION, ANTES DEL CONCILIO VATICANO II: DESDE GREGORIO XVI ("MIRARI VOS"; 1932) HASTA PIO XII (MIRANDA PRORSUS", 1957).

La Doctrina de la Iglesia acerca de la Comunicación Social —o más precisamente acerca de los MEDIOS, pues el concepto de COMUNICACION SOCIAL aparecerá mucho más tarde— comienza propiamente en la primera mitad del siglo pasado, cuando ya había empezado a tomar fuerza, a partir de la Revolución Francesa, un nuevo tipo de sociedad: la que podríamos llamar sociedad "opinional". El concepto de "opinión pública" comenzaba entonces a surgir en medio de una sociedad laica que se afianzaba sobre la base de una separación entre Iglesia y Estado.

Por otra parte, la litrografía (1876) y la estereotipia (1822) habían contribuído al perfeccionamiento de la imprenta. Ya circulaban en Europa algunos diarios que pronto se harían famosos, y la prensa escrita venía siendo, desde fines del siglo XVIII, un factor decisivo en los procesos de independencia de los países americanos. Muy pronto van a ocurrir otros nuevos inventos, como la rotativa (1848) y el telégrafo submarino (1857), y aparecerán las primeras agencias internacionales de noticias.

Desde entonces, con la "Mirari Vos" (1832), en la que el Papa Gregorio XVI condena la libertad de prensa, la Iglesia jerárquica comienza a preocuparse por los medios modernos de difusión de ideas y de opiniones. Primero la PRENSA, durante todo el resto del siglo XIX: Esta preocupación se trasluce en documentos como las Encíclicas "Nostris et Nobiscum", "Inter multiplices angustias", "Quanta cura" y el famoso "Syllabus" de Pío IX (1846-1879), quien, aunque apoya a algunos periodistas católicos, manifiesta una mentalidad represiva. Así mismo en las múltiples encíclicas y otros escritos de León XIII (1878-1903), quien considera que la prensa, como importante factor social de opinión, constituye un instrumento "que también la Iglesia debe utilizar"; admite que "los periódicos se han convertido en una necesidad", reconociendo la legitimidad de la libertad de prensa "en las cosas opinables", pero atacando a la prensa anti-clerical y afirmando que la mayor parte de los males de la época se deben a los periódicos, por lo cual los católicos deben "oponer la buena a la mala prensa para defensa de la verdad" y fundar oficinas diocesanas de prensa.

Luego, sumándose al fenómeno de la opinión pública otro aspecto preocupante, el del entrenamiento de las masas promovido por la naciente industria del espectáculo, vienen los primeros pronunciamientos sobre el CINE, desde principios del siglo XX. El primer acto oficial de la Santa Sede con respecto a este nuevo medio, es una prohibición: en 1912, un decreto de la Sagrada Congregación Consistorial "prohíbe en las iglesias absolutamente cualquier clase de proyección y de espectáculos cinematográficos", "aunque sean honestos y piadosos y dirigidos a favorecer la formación religiosa de los fieles". Esta prohibición ocurre bajo el pontificado de San Pío X (1903-1914), quien además sigue la línea de sus antecesores en lo referente a la prensa escrita. Después de Benedicto XIV (1740-1798), quien, fuera de algunas fugaces alusiones a la publicación de libros y periódicos, nada dijo sobre el cine —le tocó afrontar los problemas de la primera guerra mundial—, aparece en 1936 la Encíclica "Vigilanti Cura" de Pío XI (1922-1939). Por primera vez —42 años después de haber sido inventado el cinematógrafo por los hermanos Lumière—, un documento solemne del magisterio ordinario se dedica totalmente a un medio de comunicación social. En esta Encíclica, que recoge pronunciamientos anteriores del mismo Pontífice acerca de la prensa y del cinematógrafo, se le reconoce al cine su condición de arte y su "gran utilidad para la instrucción y educación", aunque también es subrayada su influencia perniciosa sobre las masas, la cual debe ser combatida mediante las "legiones de decencia", la clasificación y la censura, y abriendo salas cinematográficas católicas. Pero será Pío XII (1939-1958) quien dará una forma más definitiva al cuerpo doctrinal y normativo sobre el cine. Durante su pontificado, la Santa Sede dedicará al cine 89 documentos, considerando todos sus aspectos: morales, estéticos, sociológicos y pastorales.

Igualmente la *RADIO* y luego la *TELEVISION*, entran también en el campo de interés del magisterio pontificio desde Pío XI, quien inauguró la Radio Vaticana en 1931, manifestando en su mensaje radial su clara conciencia de dirigirse "a todos los habitantes del globo ...". Estos tres últimos medios, el cine, la radio y la televisión, constituyen el contenido de la gran Encíclica "MIRANDA PRORSUS" publicada en 1957 por Pío XII, quien además en múltiples ocasiones se refirió por separado también a la prensa.

Durante todo este período que comprende exactamente siglo y cuarto (125 años), la Doctrina de la Iglesia en torno a los Medios de Comunicación se caracteriza, entre otros, por dos aspectos: uno, el de un *interés sectorial* por cada medio en particular. De hecho antes de la "Miranda Prorsus" no se da por parte de la Iglesia una reflexión sobre la Comunicación como tal, ni sobre los Medios de Comunicación en su conjunto, sino que los documentos aparecen como reacción ante los problemas que va suscitando cada medio en su evolución específica. El otro aspecto que debemos destacar es el predominio de una *actitud defensiva* de la jerarquía frente a los peligros que representan los nuevos medios contra la fe y la moral. Esta actitud defensiva no fue gratuita, pues en realidad el nacimiento de los Medios Modernos de Comunicación estuvo marcado por abusos que atentaban contra la dignidad humana en nombre de una mal entendida libertad, la libertad individual preténdidamente absoluta preconizada por el pensamiento liberal de Occidente, una de las bases ideológicas del capitalismo contemporáneo. Sin embargo, la visión predominantemente negativa sobre los medios modernos de información y difusión, que formaba parte del "anti-modernismo", tuvo consecuencias perjudiciales con respecto a la misión evangelizadora de la Iglesia, consecuencias de las que todavía estamos tratando de liberarnos.

En la "MIRANDA PRORSUS" de Pío XII, son asumidos definitivamente los nuevos Medios de una manera más positiva, como "inventos maravillosos de la técnica", "frutos del ingenio y del trabajo humano", "dones de Dios, Creador del hombre e inspirador de toda obra buena" (M.P. No. 1), "benéficos instrumentos que permiten difundir en el mundo los grandes tesoros de Dios, como buenas semillas destinadas a producir el fruto de la verdad y del bien" (M.P. No. 27). Esta insistencia en lo positivo hacía falta, y con ella alboreaba una nueva etapa en la Doctrina de la Iglesia sobre los Medios de la Comunicación, estando ya muy próximo el Vaticano II. "Pío XII es el primer Papa que se introduce en los hogares a través de las pantallas de la televisión (por invitación de la televisión francesa el 17 de abril de 1949), y desde el primer momento intuye la proximidad de una época en la cual los grandes acontecimientos de la Iglesia serán simultáneamente vistos por hombres de todas las religiones y países. De hecho, él saludará ya con un discurso el establecimiento de la "Eurovisión", y será el primer Papa cuyo entierro podrá ser presenciado por transmisión directa o diferida en todo el mundo" (Iribarren, Jesús: "El Derecho a la Verdad" B.A. C., Madrid, 1968, Introducción General, pág. 56).

Así mismo ya en esta Encíclica aparece el concepto de Comunicación propiamente tal, referido al conjunto de los medios, aunque identificado con la idea de "difusión": "Antes de ocuparnos separadamente de las cuestiones relativas a los tres grandes Medios de difusión (...), nos parece oportuno exponer los principios que deben regular la difusión de los bienes destinados a la comunidad y a cada uno de los individuos, entendida la difusión en el sentido de COMUNICACION realizada en gran escala" (M.P. No. 23). Relaciona el Pontífice este fenómeno de la Comunicación en gran escala con la "finalidad tan elevada y noble de los Medios técnicos de difusión", es decir, la de "producir el fruto de la verdad y del bien", como "instrumentos de Comunicación Humana" que "deben realizar el elevado fin de manifestar que los hombres, también en este campo, están al servicio de Dios". Ese servicio del hombre a Dios consiste en "ser mensajero, portador y dispensador de los valores espirituales en beneficio del perfeccionamiento individual y social". "El hombre, en efecto, por su misma naturaleza, comunicó desde un principio los bienes espirituales a su prójimo por medio de signos

sensibles que siempre procuró ir perfeccionando, desde los grabados y escritos de los tiempos más remotos hasta las técnicas contemporáneas" (M.P. Nos. 25, 26 y 27).

Aunque no ignora el mal moral que del uso de tales técnicas puede derivarse, es enfático. Pío XII en aclarar que ese mal moral "no proviene de la misma técnica, que es don suyo precioso, sino solamente del abuso que de ella hace el hombre". Por eso, al lado de las recomendaciones para evitar los peligros de abuso, el Papa recalca la importancia de las finalidades de "servir a la *verdad* y al *bien*" que tienen los nuevos medios en los sectores de la *información* la *enseñanza* y el *espectáculo* (M.P. Nos. 46-58), y subraya la urgencia de una información crítica de los cine-espectadores, radio-oyentes y tele-videntes, formación a la cual deben contribuir las respectivas oficinas y organizaciones católicas nacionales e internacionales (M.P. Nos. 69-75).

Finalmente, después de referirse a cada uno de los tres Medios en particular, insistiendo en los deberes y responsabilidades de los diversos tipos de profesionales que entran en juego en los procesos de producción y difusión del cine, la radio y la televisión, concluye Pío XII indicando la importancia de una intervención de los sacerdotes y de los obispos en las actividades tendientes a favorecer y utilizar tales técnicas de difusión, lo cual supone y exige un conocimiento de los problemas que plantean, y enfatizando, además del papel decisivo de las oficinas nacionales, cuya tarea "no ha de limitarse a preservar y defender, sino también y principalmente a dirigir, coordinar y prestar asistencia", la misión confiada a la "Comisión Pontificia de Cinematografía, Radio y Televisión" que él mismo creara para la ejecución de sus disposiciones y que fue la precursora de la actual "Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales".

3. DEL "INTER MIRIFICA DEL VATICANO II (1963) A LA "COMMUNIO ET PROGRESSIO" (1971)

Es durante el último cuarto de siglo transcurrido desde la muerte de Pío XII, cuando la Doctrina de la Iglesia propiamente ha venido hablando de "COMUNICACION SOCIAL"

Las 55 intervenciones de Juan XXIII (1958-1963) sobre los "Instrumentos de Comunicación Social" que precedieron al Decreto "INTER MIRIFICA", denotaron un afianzamiento del cambio de perspectivas que ya se había iniciado con su antecesor: una visión más optimista, que sin duda tuvo mucho que ver con los planteamientos de la "teología de las realidades terrestres" propuesta por Gustave Thils (1954). Pero además, este cambio de perspectiva se vió enriquecido por un concepto que, aunque ya había sido introducido en el pensamiento cristiano por autores como Teilhard de Chardín, pasó a primer plano gracias a la "Mater et Magistra", la primera gran Encíclica Social del Papa Juan: me refiero al concepto de *SOCIALIZACION* (Cfr. M.M. No. 59) que iba a asumir más tarde la Constitución Pastoral sobre la Iglesia en el Mundo Actual —"Gaudium et Spes"—: En nuestra época, por varias causas, se multiplican sin cesar las conexiones mutuas y las interdependencias (...). Este fenómeno, que recibe el nombre de "Socialización", aunque encierra muchos peligros, ofrece sin embargo muchas ventajas para consolidar y desarrollar las cualidades de la persona humana y para garantizar sus derechos" (G.S. No. 25). Este concepto, aplicable a las diversas asociaciones e instituciones sociales tanto de derecho político como privado, se puede relacionar también con la idea de "PLANETARIZACION", expresada entre otros por Marshall McLuhan, quien en la década de los sesenta difundía sus planteamientos sobre la "Aldea Global" en la que estaba siendo convertido nuestro planeta por obra y gracia de los Medios Electrónicos.

Dentro de este contexto y con tales antecedentes, el Decreto "INTER MIRIFICA" del Concilio Vaticano II sobre los "*MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL*", promulgado por Paulo VI en el comienzo de su pontificado, el mismo año de la muerte del Papa Juan, comienza explicando el por

qué de este nuevo nombre, que gracias al magisterio eclesial iba a ser adoptado universalmente por científicos y técnicos. "Entre los maravillosos inventos de la técnica (...) sobresalen aquellos medios ("Instrumental...") que, por su naturaleza, no sólo pueden llegar y mover a cada uno de los hombres, sino a las multitudes y a toda la sociedad humana, como la prensa, el cine, la radio, la televisión y otros semejantes, que por ello pueden llamarse con razón Medios ("instrumenta") de Comunicación Social" (I.M. No. 1).

Este nuevo nombre, más que describir una realidad, apunta hacia un ideal, hacia un debe-ser. En efecto, todavía hoy podemos y debemos preguntarnos hasta qué punto los modernos medios de difusión cada vez más perfeccionados técnicamente, están favoreciendo, o al menos permitiendo, una auténtica comunicación entre los hombres.

Entre los aspectos positivos más importantes del Decreto "INTER MIRIFICA", podemos destacar los siguientes (Cfr. Spoletini, B.: "Comunicación Social e Iglesia", pág. 27):

- a) La codificación del magisterio precedente sobre los cuatro grandes Medios de Comunicación Social —prensa, cine, radio y televisión—, incluyendo además explícitamente el teatro (I.M. No. 14).
- b) La terminología empleada: al hablar de "Instrumentos" de la Comunicación Social, se distingue la causa instrumental (el hombre), del coeficiente técnico (los *medios* como instrumentos puestos al servicio del hombre); se indica su idoneidad para hacer llegar contenidos de conciencia a los destinatarios (*comunicación*), y su potencialidad como factores de socialización (*social*).
- c) El planteamiento del derecho a la información objetivamente verdadera (I.M. No. 5), y de la formación de una recta opinión pública (I.M. No. 8).
- d) Estos medios ya no son considerados como simples "subsidios", sino como instrumentos *necesarios* para la pastoral: por lo tanto, los obispos se imponen el deber de promover su uso en las diócesis como parte de su misión ordinaria de predicar, y el Concilio exhorta a los laicos que hacen uso de los medios, a apoyar directamente la acción pastoral de la Iglesia mediante las posibilidades de la técnica, la economía, la cultura y el arte (I.M. No. 13).
- e) Pero la característica principal del Decreto "INTER MIRIFICA" consiste en el acento intuitivo sobre la COMUNICACION SOCIAL, que supera los conceptos reduccionistas de "transmisión o "difusión". La Comunicación Social es mucho más que eso, y en este sentido el Decreto, aunque ha sido tildado de pobre conceptual y teológicamente, de todas maneras preparaba el terreno para posteriores planteamientos que relacionarían la Comunicación con la Comunión.

Esto ocurre ocho años después, con la aparición de la Instrucción Pastoral "COMMUNIO ET PROGRESSIO" (Comunión y Progreso - 1971), con razón llamada la Carta Magna del Magisterio de la Iglesia sobre la Comunicación Social. Este Documento fue fruto del trabajo intenso que desarrolló la Comisión Pontificia para las Comunicaciones Sociales establecida por Paulo VI en cumplimiento del Decreto "INTER MIRIFICA" (I.M. Nos. 19 y 23). Como aspectos principales de su contenido, cabe destacar los siguientes:

- a) Se plantean las líneas fundamentales de una "teología de la Comunicación" con base en el misterio de la COMUNION TRINITARIA: El Padre como fuente emisor, el Hijo como "perfecto comunicador" que se identifica con el mensaje (es la Palabra encarnada, Imagen de Dios invisible), y el Espíritu que al animar la vida y la acción de la Iglesia, es como el "canal" que hace posible y eficaz esa comunicación (C.P. Nos. 10 y 11).

- b) Se inicia la reflexión sobre la naturaleza del lenguaje propio de los modernos Medios de Comunicación Social, que vienen dando origen a una *nueva cultura*: la de la imagen sonora y visual. Este "*nuevo lenguaje*" (C.P. No. 12), plantea un reto a la acción pastoral de la Iglesia frente al problema de la significación y el sentido del discurso religioso para el hombre de hoy.
- c) Subraya la "*Communio et Progressio*" el *papel no sólo necesario sino insustituible de los Medios de Comunicación Social en la evangelización*, a partir de una reflexión sobre la actuación de esos mismos Medios en la sociedad humana en sus diversos aspectos: la información y la opinión pública; la educación, la cultura y el ocio; las artes y la publicidad.
- d) La importancia del *DIALOGO*, tanto en el seno de la Iglesia (COMUNICACION INTERNA), como entre la Iglesia y el Mundo (COMUNICACION EXTERNA), dentro del contexto de la opinión pública y la intercomunicación (Cfr. C.P. Nos. 114-125).
- e) En todos y cada uno de los modernos Medios de Comunicación Social (prensa, cine, radio, televisión, teatro), se plantea como exigencia la *formación de receptores e informadores, de usuarios y realizadores*. Tal formación dentro de un espíritu crítico, es presentada como condición de primer orden para una actuación eficaz de la Iglesia en el campo de la Comunicación Social.